

Inhalt	5
--------	---

Inhalt

Vorwort	13
---------------	----

Ingrid Stapf

Mediensebstkontrolle – Eine Einführung	17
--	----

1. Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft

Christiane von Wahlert und Heiko Wiese

Die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft GmbH (FSK) [1949]	39
---	----

Grundsätze	49
------------------	----

Prüfungen für Filme, Videokassetten und andere Bildträger	67
--	----

Stephan Buchloh

„Intimitäten“ und „gefährdungsgeneigte“ Jugendliche. Über die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft	69
---	----

2. Der Deutsche Presserat

Ilka Desgranges und Ella Wassink

Der Deutsche Presserat [1956]	83
-------------------------------------	----

Pressekodex/ Publizistische Grundsätze	93
--	----

Beschwerdeordnung	105
-------------------------	-----

Satzung für den Trägerverein des Deutschen Presserats e. V.....	111
---	-----

Achim Baum

Lernprozess und Interessenskonflikt. Die freiwillige Selbstkontrolle der Presse dient der ganzen Gesellschaft	117
--	-----

Horst Pöttker

Der Deutsche Presserat und seine Kritiker.

Plädoyer für eine transparente Selbstkontrolle des Journalismus131

3. Der Rundfunkrat des WDR

Reinhard Grütz

Der Rundfunkrat des WDR [1955]139

Satzung149

Medienkompetenz ist der beste Jugendmedienschutz155

„Interkultureller Austausch“159

Medienethik163

Daniel Hahn

Der Rundfunkrat – ein verzichtbares Kontrollinstrument?167

4. Der Fernsehrat des ZDF

Stephen Wirth

Der Fernsehrat des ZDF [1962]183

Geschäftsordnung195

Satzung205

Jugendschutzrichtlinien209

Richtlinien für Werbung und Sponsoring213

Werner Jakobartl

Ein starker Rat. Arbeitsweise und Wirksamkeit des ZDF-Fernseh Rates.....231

Inhalt	7
--------	---

5. Der Deutsche Werberat

<i>Volker Nickel</i>	
Der Deutsche Werberat [1972]	241
Arbeitsgrundsätze	253
Verfahrensordnung	255
Das Beschwerdeverfahren zur Online-Werbung	259
Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen	261
Werbung mit und vor Kindern in Hörfunk und Fernsehen.....	263
Unfallriskanten Bildmotive und Reifenwerbung	265
Verkehrsgeräusche in der Hörfunkwerbung und Werbung mit Politikern	267
Kommunikation für alkoholhaltige Getränke	269
<i>Christian Schicha</i>	
Wirtschaftswerbung zwischen Information, Provokation und Manipulation. Konsequenzen für die Selbstkontrolle des Deutschen Werberates	273

6. Der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation

<i>Jürgen Doetz</i>	
Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V. (VPRT) [1984].....	289
Satzung	293
Position zu Werbevorschriften	301

*Wolfgang Wunden*

Die „Verhaltensgrundsätze“ des VPRT zu den Nachmittags-Talkshows	303
---	-----

7. Der Deutsche Rat für Public Relations*Horst Avenarius*

Der Deutsche Rat für Public Relations e.V. [1987]	313
---	-----

Statuten	323
----------------	-----

Beschwerdeordnung	325
-------------------------	-----

Die Sieben Selbstverpflichtungen eines DPRG-Mitglieds	327
---	-----

Richtlinie zum Umgang mit Journalisten	329
--	-----

Richtlinie zur Handhabung von Garantien	331
---	-----

Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum	333
--	-----

Richtlinie zur ordnungsmäßigen Ad-hoc-Publizität	337
--	-----

Richtlinie über Product Placement und Schleichwerbung	341
---	-----

Achim Baum

Kommunikation unter Erfolgszwang. Über die Legitimationsprobleme der Public Relations	341
--	-----

8. Die Landesanstalt für Medien NRW*Peter Widlok*

Die Landesanstalt für Medien NRW (LFM NRW) [1987]	351
---	-----

Jugendschutzrichtlinien	361
-------------------------------	-----

Werbung und Sponsoring im Fernsehen	371
---	-----



Inhalt	9
<hr/>	
Werbung und Sponsoring im Hörfunk	381
<i>Dagmar Schütte</i>	
Komplexität? Abschaffen!	
Ein Blick auf den Blick auf die Landesmedienanstalten	389
9. Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen	
<i>Joachim von Gottberg</i>	
Die Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (FSF) [1993]	399
Satzung	411
Prüfordnung	419
Richtlinien zur Anwendung der Prüfordnung	433
Überlegungen zu Kriterien für Sendungen über Schönheitsoperationen	443
<i>Roland Rosenstock</i>	
Jugendschutz und Menschenwürde. Von der öffentlichen Funktion der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF)	447
10. Die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle	
<i>K.-Peter. Gersternberger</i>	
Die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) [1994]	459
Grundsätze	465
Prüfordnung	473
<i>Marlis Prinzing</i>	
Kontrolleure des Unkontrollierbaren.....	481

**11. Die DT-Control***Wolfgang Auer*DT-Control – Interessengemeinschaft Selbstkontrolle
elektronischer Datenträger im Pressevertrieb [1995]487*Bernd Klammer*

Verwirrende Vielfalt. Die Arbeit von DT-Control.....491

12. Die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia Diensteanbieter*Sabine Frank und Isabell Rausch*Die Freiwillige Selbstkontrolle
Multimedia Diensteanbieter e.V. (FSM) [1997]501

Satzung511

Verhaltenskodex521

Verhaltenssubkodex für Suchmaschinenanbieter527

*Christoph Neuberger*Mehr Transparenz steigert die Effizienz. Die Arbeit
der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia Diensteanbieter529**13. Weitere Selbstkontrollinstanzen543****14. Anhang**

Literaturlauswahl Medienethik und Medienrecht545

Literaturlauswahl Medienselbstkontrolle567

Sachregister571

Personenregister577



Inhalt	11
<hr/>	
Die Autoren	579
Der Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e.V. (FPS)	587
Kontakte und Adressen	597

Literaturauswahl Medienethik und Medienrecht

- Arens, Edmund (1996): Die Bedeutung der Diskursethik für die Kommunikations- und Medienethik. In: Funiok, R. (Hrsg.) Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: Oelschläger in UVK; S. 73-96.
- Bamberger, Heinz Georg (1986): Einführung in das Medienrecht. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Baum, Achim: (1994): Journalistisches Handeln. Eine kommunikationstheoretisch begründete Kritik der Journalismusforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Baum, Achim (1996): Inflationäre Publizistik und mißlingender Journalismus. Über das journalistische Handeln in einer entfesselten Medienwirtschaft. In: Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Opladen/Wiesbaden 1996, S. 237ff.
- Baum, Achim (2005): Was sollen Journalisten tun? In: Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses/Deutscher Presserat (Hrsg.): Ethik im Redaktionsalltag. Konstanz: UVK, S. 22-30.
- Baum, Achim (2005): Welchen Journalismus will die Kommunikationswissenschaft? Erscheint in: Zeitschrift für Kommunikationsökologie 1/2005
- Belsey, Andrew (1992): Privacy, Publicity and Politics. In: Belsey, A./Chadwick, R. F. (Hrsg.): Ethical Issues in Journalism and the Media. London/New York: Routledge; S. 77-92.
- Belsey, Andrew (1998): Journalism and Ethics. Can they co-exist? In: Kieran, M. (Hrsg.) Media Ethics. London/New York: Routledge; S. 1-14.
- Belsey, Andrew/Chadwick, Ruth (1992): Ethics and Politics of the Media: The Quest for Quality. In: Ders./Chadwick, R. F. (Hrsg.): Ethical Issues in Journalism and the Media. London/ New York: Routledge; S. 1-14.
- Belsey, Andrew/Chadwick, Ruth (Hrsg.) (1992): Ethical Issues in Journalism and the Media. London/New York: Routledge.
- Bentele, Günter (1988): Wie objektiv können Journalisten sein? In: Erbring, L./Rußmohl, S./Seewald, B./Sösemann, B. (Hrsg.): Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik, Berlin: Argon; S: 196-225.
- Bentele, Günter (1996): Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit? Anmerkungen zu Konstruktivismus und Realismus in der Kommunikationswissenschaft. In: Wunden, W. (Hrsg.) (1996): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 121-142.
- Bentele, Günter/Haller, Michael (Hrsg.) (1997): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure-Strukturen-Veränderungen. Konstanz: UVK Medien.
- Berka, Walter (1982): Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz: Die Freiheit der Medien und ihre Verantwortung im System der Grundrechte. Wien: Springer.

- Bertrand, Claude-Jean (1978): Press Councils Around the World. Unravelling a Definitional Dilemma. In: 55 Journalism Quarterly, S. 211-250.
- Birnbacher, Dieter (2000): Medienethik – ideale Forderungen oder praktische Verhaltensregeln? In: Schicha, Ch./ Brosda, C. (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster: LIT; S. 33-42.
- Black, Jay/Barney, Ralph (1992/3): Journalism Ethics since Janet Cooke. In: Newspaper Research Journal, Vol. 13/14, Fall 1992/Winter 1993; S. 2-16.
- Black, Jay/Steele, B./Barney, R. (1993): Doing Ethics in Journalism. A Handbook with Case Studies. Needham Heights: Allyn & Bacon.
- Boeyink, David E. (1995): How Effective are Codes of Ethics? A Look at Three Newsrooms. In: Journalism Quarterly, Vol. 71, No. 4, S. 893-904.
- Bohlken, Eike (2003): Medienethik als Verantwortungsethik. Zwischen Macherverantwortung und Nutzerkompetenz. In: Debatin, B./Funiok, R. (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz: UVK; S. 35-49.
- Bohrmann, Thomas (2000): Big Brother. Medienethische Überlegungen zu den Grenzen von Unterhaltung. In: Das Parlament, B41-42/2000, 6.10.2000, S. 3-10.
- Born, Michael (1997): Wer einmal fälscht...Die Geschichte eines Fernsehjournalisten. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Boventer, Hermann (1988): Eine verschwiegene Laudatio. Gelebte Moral im Journalismus. In: Ders. (Hrsg.): Medien und Moral. Ungeschriebene Regeln des Journalismus. Band 27. Konstanz: Universitätsverlag; S. 173-184.
- Boventer, Hermann (1989): Pressefreiheit ist nicht grenzenlos: Einführung in die Medienethik. Bonn: Bouvier.
- Boventer, Hermann (1995): Medienspektakel. Wozu Journalismus? USA und Deutschland. Frankfurt: Knecht.
- Boventer, Hermann (Hrsg.) (1988): Medien und Moral. Ungeschriebene Regeln des Journalismus. Band 27. Konstanz: Universitätsverlag.
- Branahl, Udo (1997): Medienrecht. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bresser, Klaus (1992): Was nun? Über Fernsehen, Moral und Journalisten. Hamburg.
- Brignolo, Donald E. (1969): Community Press Councils. Freedom of Information Center Report Nr. 217, University of Missouri, März 1969.
- Brosda, Carsten / Schicha, Christian (2000a): Medienethik im Spannungsfeld zwischen Ideal- und Praxisnormen – Eine Einführung. In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster: Lit-Verlag, S. 7-32.
- Bubmann, Peter / Müller, Petra (Hrsg.) (1996) Die Zukunft des Fernsehens. Beiträge zur Ethik der Fernsehkultur, Stuttgart u.a.
- Buchwald, Manfred (1997): Medien-Demokratie. Auf dem Weg zum entmündigten Bürger. Berlin.
- Christians, Clifford G. (1977): Fifty Years of Scholarship in Media Ethics. In: Journal of Communication 27, Nr. 4 (Herbst 1977); S. 19-29.
- Christians, Clifford G. (1990, 3. Aufl.): Media Ethics: Cases and Moral Reasoning. New York: Longman.

- Christians, Clifford G.(1989a): Gibt es eine Verantwortung des Publikums? In: Wunden, W. (Hrsg.): Medien zwischen Markt und Moral. Beiträge zur Medienethik. Stuttgart: Steinkopf ; S. 255-265.
- Christians, Clifford G./Ferré, John P./Fackler P. Mark (1993): Good News. Social Ethics and the Press. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Christians, Clifford G./Traber, Michael (Hrsg.) (1997): Communication Ethics and Universal Values. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Cooper, Thomas W. (1989): Communication Ethics and Global Change. New York: Longman.
- Cooper, Thomas W. (1989): Methodological Challenges: Comparison of Codes and Countries. In: Ders. (Hrsg.): Communication Ethics and Global Change. New York: Longman; S. 227-241.
- Crawford, Nelson A. (1924): The Ethics of Journalism. New York: Greenwood Press.
- Cross, Harold L. (1953): The People's Right to Know. NY: Columbia University Press.
- Cunningham, Richard R. (1994): Why Did One News Council Fail and the Other Succeed? Symposium: Press Regulation: How far has it come? Seoul, Korea.
- Curry, Jane L. (1982): Media Management and Political Systems. In: Curry, J./Dassin, J. (Hrsg.): Press Control around the World. New York: Praeger; S. 254-270.
- Czernohorsky, Siegfried (2000): Medienzentrum – Zentrum der Kooperation und Kommunikation. In: Medien, Bildung und Visionen. 75 Jahre Bildstellen/Medienzentrum, 50 Jahre FWU. Lahnstein: Imprimatur Verlag Rudolf Kring.
- Dahlgren, Peter/Sparks, Colin (Hrsg.) (1991): Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age. New York: Routledge.
- Day, Louis A. (2000, 3. Aufl.): Ethics in Media Communications. Cases and Controversies. Belmont, CA: Wadsworth.
- De Haen, Imme (1996): Verbessern wir das Fernsehen, so lange es das Fernsehen noch gibt! In: Rundfunk und Fernsehen. Zeitschrift für Medien- und Kommunikationswissenschaft. Themenschwerpunkt „Stiftung Medientest“. 44. Jg 1996/2. Hrg. vom Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden, Hamburg: Nomos; S. 237-240.
- Debatin, Bernhard (1997a): Ethische Grenze oder Grenze der Ethik? Überlegungen zur Steuerungs- und Reflexionsfunktion der Medienethik. In: Bentele, G./Haller, M. (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure-Strukturen-Veränderungen. Konstanz: UVK; S. 281-290.
- Debatin, Bernhard (1997b): Medienethik als Steuerungsinstrument? Zum Verhältnis von individueller und korporativer Verantwortung in der Massenkommunikation. In: Weßler, H./Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 287-303.
- Debatin, Bernhard (1998): Verantwortung im Medienhandeln. Medienethische und handlungstheoretische Überlegungen zum Verhältnis von Freiheit und Verantwortung in der Massenkommunikation. In: Wunden, W. (Hrsg.): Freiheit und Medien. Beiträge zur Medienethik. Band 4. Frankfurt: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 113-130.
- Debatin, Bernhard (2003): Können moralische Werte gelehrt werden? Erfahrungen mit Medienethik in der US-amerikanischen Journalistenausbildung. In: Zeitschrift für

- Kommunikationsökologie. Schwerpunkt: Medienethik. Dokumentation der Jahrestagung 2003 des Netzwerks Medienethik zum Thema „Medienethik in der Aus- und Fortbildung von Medienberufen“.; Ausgabe 1/2003, 5. Jg.; S. 19-23.
- Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (2003) (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Dennis, Everette E. (1989): Reshaping the Media. Mass Communication in an Information Age. Newbury Park: Sage Publications.
- Dennis, Everette E./Merrill John C. (1990): Media Debates: Issues in Mass Communication. New York: Longman.
- Deussen, Giso (1994): Ethisches Minimum – Grundwerte öffentlicher Kommunikation in einer pluralistischen Gesellschaft. In: Wolfgang, W. (Hrsg.): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Band 2. Hamburg: Steinkopf; S. 151-163.
- Deussen, Giso (1996): Ohne Wahrheit keine Freiheit. Wahrheitserkenntnis und publizistische Medien in der katholischen Soziallehre. In: Wunden, W. (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 63-72.
- Dirks, Walter (1989): Überlegungen zum Selbstverständnis der journalistischen Arbeit. In: Wunden, W. (Hrsg.): Medien zwischen Markt und Moral. Beiträge zur Medienethik. Band 3. Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 123-137.
- Dönhoff, Marion Gräfin von (1994): Journalismus – Beruf ohne Moral? In: Die Zeit vom 28.10.1994, S. 60.
- Douglass, Paul F. (1929): The Newspaper and Responsibility. Cincinnati: Cafton Press.
- Dräger, Christian / Schneider, Nikolaus (2001): Medienethik. Freiheit und Verantwortung. Stuttgart und Zürich.
- Dreyer, Michael (2000): Meinungsfreiheit als Verfassungsprinzip. Geschichte und Struktur des Ersten Amendments in den USA. In: Kremp, W. (Hrsg.): Pressefreiheit in USA und Deutschland. Trier: Wissenschaftlicher Verlag Trier (Atlantische Texte; Band 12); S. 25-49.
- Düwell, Marcus (Hrsg.) (2002): Handbuch Ethik. Stuttgart/Weimar: Metzler.
- Dyson, Kenneth/ Homolka, Walter (Hrsg.) (1996): Culture First! Promoting Standards in the New Media Age. London/New York: Cassell.
- Eder, Klaus (1996): Politische Öffentlichkeit oder öffentliche Meinung? Eine Theorie des öffentlichen Diskurses. In: Wunden, W. (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 143-154.
- Elliott, Deni (1986): Foundations for News Media Responsibility. In: Ders. (Hrsg.) Responsible Journalism. Beverly Hills, CA: Sage Publications; S. 32-44.
- Elliott, Deni (1986): Responsible Journalism. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Entmann, Robert M. (1989): Democracy without Citizens. Media and the Decay of American Politics. New York: Oxford University Press.
- Erbring, Lutz/Ruß-Mohl, Stephan/Seewald, Berthold/Sösemann, Bernd (Hrsg.) (1988): Medien ohne Moral: Variationen über Journalismus und Ethik. Berlin: Argon.
- Ettema, James E./Glasser, Theodore L. (1987): Public Accountability or Public Relations? Newspaper Ombudsmen Define Their Role. In: Journalism Quarterly, Spring 1987; S. 3-12.

- Fechner, Frank (2002; 3. Aufl.): Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Fengler, Susanne (2000): Medienjournalismus in den USA. Konstanz: UVK.
- Fink, Conrad C. (1995): Media Ethics. Boston: Allyn & Bacon.
- Flint, Leon Nelson (1925): The Conscience of the Newspaper. New York: Appleton.
- Förg, Birgit (2004): Moral und Ethik der PR. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Friedrich Ebert Stiftung (Hrsg.) (1994): VIII. Streitforum: Gestörte Kommunikationsverhältnisse?, Medienpraxis und Medienethik – Die Zukunft einer schwierigen Beziehung vom 18.11.1994 in Bonn. Bonn.
- Funiok, Rüdiger (1996): Grundfragen einer Publikumsethik. In: Ders.: Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: Ölschläger; S. 107-122.
- Funiok, Rüdiger (2000): Legitime Bedürfnisbefriedigung in einer gemeinwohlorientierten Rahmenordnung. In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster, S. 53-61.
- Funiok, Rüdiger (2000): Medienethik. Der Wertediskurs über Medien ist unverzichtbar. In: Aus Politik und Zeitgeschehen. Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung. 6. Oktober 2000, B41-42/2000; S. 11-18.
- Funiok, Rüdiger (2000): Zwischen empirischer Realität und medienpädagogischer Praxis. Das Publikum als Adressat der Medienethik. In: Rath, Matthias (Hrsg.) (2000): Medienethik und Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 89-104.
- Funiok, Rüdiger (2002): Medienethik: Trotz Stolpersteinen ist der Wertediskurs über Medien unverzichtbar. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ethik, Stuttgart, S. 37-58.
- Funiok, Rüdiger (Hrsg.) (1996): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: Ölschläger.
- Funiok, Rüdiger/Schmälzle, Udo F./Werth, Christoph H. (Hrsg.) (1999): Medienethik – die Frage der Verantwortung. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Gerald, J. Edward (1963): The Social Responsibility of the Press. Minneapolis: The University of Minnesota Press.
- Gerhardt, Rudolf / Pfeifer, Hans-Wolfgang (Hrsg.) (2000): Wer die Medien bewacht. Medienfreiheit und ihre Grenzen im internationalen Vergleich. Frankfurt am Main.
- Gerlach, Jürgen von (2000): Der Schutz der Privatsphäre von Personen des öffentlichen Lebens. Eine rechtsvergleichende Betrachtung. In: Gerhardt, R./Pfeifer, H.-W. (Hrsg.): Wer die Medien bewacht: Medienfreiheit und ihre Grenzen im internationalen Vergleich. Frankfurt am Main: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Beiträge zur Medienethik; 5); S. 11-42.
- Gibbons, William Futhey (1926): Newspaper Ethics: A Discussion of Good Practices in Journalism. Ann Arbor, Michigan: Edwards.
- Glagow-Schicha, Lisa / Schicha, Christian (1993): Frauenfeindliche und rechtsextreme Computerprogramme. In: Wechselwirkung Nr. 61. Juni 1993. S. 48-49.
- Glaser, Lynne Enders (1995): Ombudsmen and the bottom line. In: The World and I. October 1995 (vgl. <http://www.newsombudsmen.org/glaser3.html>).

- Gläser, Martin (1996): Transparenz zahlt sich aus. Zum Qualitätsmanagement von Multimedia-Produkten. In: Wunden, W. (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 231-240.
- Glasser, Theodore L. (1989): Three Views on Accountability. In: Dennis, E.E./Gillmor, D.M./Glasser, T.M. (Hrsg.): Media Freedom and Accountability. NY u.a.: Greenwood Press; S. 178-188.
- Goedde, Walter / Bischoff, Wolfgang R. (1982): Leitsätze zur Kommunikationspolitik, München.
- Goldman, Alan H. (1980): The Moral Foundations of Professional Ethics. Totowa, NJ: Rowman and Littlefield.
- Goldstein, Tom (1985): The News at Any Cost. How Journalists Compromise Their Ethics to Shape the News. New York: Simon & Schuster.
- Goode, William J. (1957): Community within a Community: The Professions. In: American Sociological Review 20 (1957); S. 194-200.
- Goodpaster, Kenneth E./Matthews, John B. (1982): Can a Corporation Have a Conscience? In: Harvard Business Review 60 (January/February 1982); S. 132-141.
- Goodwin, H. Eugene (1983): Groping for Ethics in Journalism. Ames, Iowa: Iowa State University Press.
- Gordon, A. David/Kittross, John M./Reuss, Carol (Hrsg.) (1996): Controversies in Media Ethics. New York: Longman.
- Gottberg, Hans Joachim von (1996a): Stiftung Medientest: Ist Fernsehqualität meßbar? In: Rundfunk und Fernsehen; 44. Jahrgang 1996/2. Baden-Baden: Nomos; S. 230-234.
- Gottschlich, Maximilian (1980): Journalismus und Orientierungsverlust. Wien: Böhlau.
- Grabner, Michael (2000): (Eigen-)Werbung im redaktionellen Teil? Synergy at work? In: Ruß-Mohl, S./Fengler, S. (Hrsg.): Medien auf der Bühne der Medien. Berlin; S. 160-168.
- Greenwood, Ernest (1983): Attributes of a Profession. In: Baumrin, B./Freedman, B. (Hrsg.): Moral Responsibility and the Professions. New York: Haven Publications; S. 20-32.
- Greis, Andreas (2001): Identität, Authentizität und Verantwortung. Die ethischen Herausforderungen der Kommunikation im Internet. München.
- Hagen, Lutz M. (1996a): Wie krank war Honecker wirklich? Zur Richtigkeit von Agenturmeldungen. In: Wunden, W. (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 211-230.
- Haller, Michael (1992): Die Journalisten und der Ethikbedarf. In: Ders/Holzhey, H. (Hrsg.): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus; S. 196-211.
- Haller, Michael (1996): Das allmähliche Verschwinden des journalistischen Subjekts. Die Bedeutung der redaktionellen Organisation für die Informationsproduktion. In: Wunden, W. (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 37-46.
- Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hrsg.) (1992): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Haller, Michael; Helmut Holzhey (1992): Die Frage nach einer Medienethik. In: Haller, Michael / Holzhey, Helmut (Hrsg.): Medien-Ethik. Opladen, S. 11-21.
- Hamelink, Cees J. (1995): Ethics for Media Users. In: European Journal of Communication 10 (1995); S. 497-511.
- Hamm, Ingrid (Hrsg.) (1996): Verantwortung im freien Medienmarkt. Gütersloh: Bertelsman.
- Hare, Richard M. (1981): Moral Thinking. Its Levels, Method and Point. Oxford.
- Harmgarth, Friederike (1996): Thesen zur gesellschaftlichen Verantwortung der Medien im freien Markt. In: Hamm, Ingrid (Hrsg.): Verantwortung im freien Medienmarkt. Gütersloh: Bertelsmann; S. 13-17.
- Harris, Nigel G.E. (1992): Codes of Conduct for Journalists. In: Belsey, A./Chadwick, R. (Hrsg.): Ethical Issues in Journalism and the Media. London/ New York: Routledge; S. 62-76.
- Hartmann, Heinz (1972). Arbeit, Beruf, Profession. In: Luckmann, T./Sprandel, W. M. (Hrsg.): Berufssoziologie. Köln: Kiepenheuer & Witsch, S. 36-52.
- Hasebrink, Uwe (1997). Die Zuschauer als Fernsehkritiker? Anmerkungen zum vermeintlichen Mißverhältnis zwischen „Qualität“ und „Quote“. In: Weßler, H./Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 201-215.
- Hasler, Ludwig (1992): Die Tugend des Unterlassens. Ethik wirkt auch negativ – oder: Das Prinzip Offenheit läßt es gelegentlich ratsam erscheinen, auf Öffentlichkeit zu verzichten. In: Haller, M./Holzhey, H. (Hrsg.): Medienethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 212-221.
- Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.) (1998): Bilder, die lügen. Bonn.
- Henning, Albert F. (1932): Ethics and Practices in Journalism. New York: Long and Smith.
- Herman, Edward S. (1998): Privatising Public Space. In: Thussu, D.K. (Hrsg.): Electronic Empires: Global Media and Local Resistance. New York: Oxford University Press; S. 125-134.
- Herman, Edward S./McChesney, Robert W. (1997): The Global Media. The New Missionaries of Corporate Capitalism. London/Washington: Cassell.
- Hermann, Günter (1988): Juristische Normen und journalistische Unabhängigkeit. In: Erbring, L./Ruß-Mohl, S./Seewald, B./Sösemann, B. (Hrsg.): Medien ohne Moral – Variationen über Journalismus und Ethik. Berlin: Argon; S. 162-173.
- Hermanson, Louise Williams (1993): News Council Complainants: Who Are They and What Do They Want? In: Journalism Quarterly Vol. 70, No.4, Winter 1993; S. 947-970.
- Hickethier, Knut (1997): Medienkritik – öffentlicher Diskurs und kulturelle Selbstverständigung. In: Weßler, H./Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 59-67.

- Hocking, William E. (1947): *Freedom of the Press: A Framework of Principle. A Report from the Commission on Freedom of the Press.* Chicago: University of Chicago Press.
- Hodges, Louis W. (1986): *Defining Press Responsibility: A Functional Approach.* In: Elliott, D. (Hrsg.): *Responsible Journalism.* Beverly Hills, CA: Sage Publications; S. 13-31.
- Höffe, Otfried (Hrsg.) (1997, 5. Auflage): *Lexikon der Ethik.* München: Beck.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang (1996): *Regulating for Cultural Standards: A Legal Perspective.* In: Dyson, K./Homolka, W. (Hrsg.): *Culture First! Promoting Standards in the New Media Age.* London/New York: Cassell; S. 92-107.
- Hofmann, Rudolf (1969): *Das sittliche Minimum in der pluralen Gesellschaft.* In: *Theologische Quartalschrift* 149. München/Freiburg.
- Holderegger, Adrian (1992): *Verantwortung.* In: Wils, J.-P./ Mieth, D. (Hrsg.): *Grundbegriffe der christlichen Ethik.* Paderborn: Schöningh; S. 199-208.
- Holderegger, Adrian (Hrsg.) (1999): *Kommunikations- und Medienethik: interdisziplinäre Perspektiven.* Freiburg/Schweiz: Universitäts-Verlag.
- Holdsworth, Dick (1994): *Accountability: The Obligation to Lay Oneself Open to Criticism.* In: Chadwick, R.F. (Hrsg.): *Ethics and the Professions (Avebury series in philosophy).* Papers based on 1993 annual conference of the Society for Applied Philosophy. Brookfield/Vermont & Aldershot/Hants: Ashgate Publishing; S. 42-57.
- Hubig, Christoph (1993): *Technik- und Wissenschaftsethik: ein Leitfaden.* Berlin/Heidelberg/New York: Springer.
- Hulteng, John L. (1981): *Playing it Straight. A Practical Discussion of the Ethical Principle of the American Society of Newspaper Editors.* Chester, Connecticut: The Globe Pequot Press.
- Hulteng, John L. (1985, 2. Aufl.): *The Messenger's Motives. Ethical Problems of the News Media.* Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Hunold, Gerfried W. (1994): „Die Einsamkeit außen“. *Öffentlichkeit als Thema ethischer Reflexion.* In: Wunden, W. (Hrsg.): *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur (Beiträge zur Medienethik Bd.2).* Hamburg: Steinkopf; S. 139-150.
- Hunold, Gerfried W. (Hrsg.) (2001): *Medien, Wahrnehmung, Ethik. Eine annotierte Bibliographie.* Tübingen du Basel.
- Imhof, Kurt/Schulz, Peter (1996): *Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft.* Zürich: Seismo.
- Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses/Deutscher Presserat (Hrsg.): *Ethik im Redaktionsalltag.* Konstanz: UVK.
- Isaacs, Normen E. (1986): *Untended Gates.* New York: Columbia University Press.
- Jackson, Jennifer (1994): *Common Codes: Divergent Practices.* In: Chadwick, R.F. (Hrsg.): *Ethics and the Professions.* Brookfield/Vermont & Aldershot/Hants: Ashgate Publishing; S. 116-124.
- Jansen, Gregor M. (2003): *Mensch und Medien. Entwurf einer Ethik der Medienrezeption.* Frankfurt am Main.
- Jarren, Otfried (1996): *Auf dem Weg in die „Mediengesellschaft“?* In: Imhof, K./Schulz, P. (Hrsg.): *Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft.* Zürich: Seismo; S. 79-96.

- Jarren, Otfried (1997): Macht und Ohnmacht der Medienkritik oder: Können Schwache Stärke erlangen? Medienkritik und medienpolitische Kommunikation als Netzwerk. In: Weßler, H./Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.) (1997): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 307-328.
- Jaubert, Alain (1989): Fotos, die lügen. Frankfurt am Main.
- Jefferson, Thomas (1904): The Writings of Thomas Jefferson. Edited by Andrew A. Lipscomb: Memorial edition; Washington D.C.: Thomas Jefferson Memorial Association.
- Jogschies, Rainer (2001): Emotainment. Der Fall Sebnitz und die Folgen. Münster
- Johannesen, Richard L. (1988): What Should We Teach About Formal Codes of Communication Ethics? In: Journal of Mass Media Ethics, Vol. 3, No.1; S. 59-64.
- Jonas, Hans (1985): Das Prinzip Verantwortung – Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation. Frankfurt a.M.: Insel Verlag.
- Kaminsky, Carmen (2000): Medienethik – Ein Engagement zwischen Verunsicherung und Verantwortung. In Schicha, Ch./ Brosda, C. (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster: LIT; S. 43-52.
- Kaminsky, Carmen (2001): Was ist Medienethik? In: Steenblock, Volker (Hrsg.): Praktische Philosophie/Ethik: Ein Studienbuch. Münster, S. 162-165.
- Kamps, Klaus (1999): Routine, Inszenierung, Märchenerzählung. Fernsehnachrichten und der Tod der „Queen of Hearts“. In: Meckel, M./Kamps, K./Rössler, P./Gephart, W. (Hrsg.): Medien-Mythos? Die Inszenierung von Prominenz und Schicksal am Beispiel von Diana Spencer. Opladen/ Wiesbaden: Westdeutscher Verlag; S. 53-98.
- Karmasin, Matthias (1993): Das Oligopol der Wahrheit. Medienunternehmen zwischen Ökonomie und Ethik. Wien: Böhlau.
- Karmasin, Matthias (1996): Journalismus ohne Moral – Staat oder Markt als Moralersatz. In: Mast, C. (Hrsg.): Markt – Macht – Medien: Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz: UVK; S. 215-229
- Karmasin, Matthias (1998): Oligopole in freien Gesellschaften. Medienfreiheit als ökonomisches und ethisches Problem. In: Wunden, W. (Hrsg.): Freiheit und Medien (Beiträge zur Medienethik; Band 4), Frankfurt: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S.79-95.
- Karmasin, Matthias (1999): Stakeholder-Orientierung als Kontext zur Ethik von Medienunternehmen. In: Funiok, R./ Schmälzle, U./Werth, C. (Hrsg.): Medienethik – die Frage der Verantwortung. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung; S. 183-211.
- Karmasin, Matthias (Hrsg.) (2002): Medien und Ethik. Stuttgart: Reclam.
- Katz, Elihu/Blumler, Jay G. (1974): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research. Beverly Hills/ London: Sage Publications.
- Katz, Elihu/Blumler, Jay G./Gurewitch, Michael (1974): Utilization of Mass Communication by the Individual. In: Blumler, J.G./Katz, E. (Hrsg.): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research. Beverly Hills/London: Sage Publications; S. 19-32.

- Keppler, Angela (1998): Talk-Shows und die mediale Präsentation des Privaten. In: *merz* 2/98, S. 89-93.
- Kettner, Matthias (2000): Welchen normativen Rahmen braucht die angewandte Ethik? In: Ders. (Hrsg.): *Angewandte Ethik als Politikum*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp; S. 388-407.
- Kettner, Matthias (Hrsg.) (2000): *Angewandte Ethik als Politikum*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Kiefer, Marie Luise (2001): *Medienökonomik. Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien*. München/Wien: Oldenbourg.
- Kieran, Matthew (1997): *Media Ethics: A Philosophical Approach*. Westport/London: Praeger Publishers.
- Kieran, Matthew (Hrsg.) (1998): *Media Ethics*. London/New York: Routledge.
- King, David (1997): *Stalins Retuschen. Foto- und Kunstmanipulation in der Sowjetunion*. Hamburg.
- Kirchenamt der Evangelischen Kirche und Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hrsg.) (1997): *Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Gemeinsame Erklärung der Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland*. Hannover/Bonn.
- Klaidman, Stephen/Beauchamp, Tom L. (1987): *The Virtuous Journalist*. New York: Oxford University Press.
- Kleber, Hubert (2000) (Hrsg.): *Spannungsfeld Medien und Erziehung: medienpädagogische Perspektiven*. München: KoPäd.
- Kohlberg, Lawrence (1964): Development of Moral Character and Moral Ideology. In: Hoffman, M.L./Hoffman, L.W. (Hrsg.): *Review of Child Development Research* (vol. 1). New York: Russell Sage Foundation.
- Kohler, Georg (1988): *Handeln und Rechtfertigen. Untersuchungen zur Struktur der praktischen Rationalität*. Frankfurt a.M.: Athenäum.
- Kolb, Andreas:
- Kotteder, Franz / Ruge, Clarissa (1997): *Medienmoguln, Meinungsmacher, Marktbeherrscher. Wer bestimmt die internationale Medienszene?* München.
- Kottlorz, Peter (1996): „Und die Moral von der Geschicht...“ Erzählende Fernsehunterhaltungssendungen als Wert- und Normvermittler. In: Bubmann, Peter / Müller, Petra (Hrsg.): *Die Zukunft des Fernsehens. Beiträge zur Ethik der Fernsehkultur*. Stuttgart u.a., S. 88-101.
- Krainer, Larissa (2001): *Medien und Ethik: zur Organisation medienethischer Entscheidungsprozesse*. München: KoPäd-Verlag.
- Krainer, Larissa (2002): *Medienethik als angewandte Ethik: Zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse*. In: Karmasin, M. (Hrsg.): *Medien und Ethik*. Stuttgart: Reclam; S. 156-174.
- Kreitling, H. (1997): *Das neue Ressort. Medienberichterstattung im bundesdeutschen Vergleich – ein Überblick*. In: Weßler, H./ Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.): *Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 123-134.

- Krotz, Friedrich (1996a). Zur Idee einer Stiftung Medientest – was soll und was kann eine solche Einrichtung leisten? In: Mast, C. (Hrsg.): Markt – Macht – Medien: Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz: UVK Medien; S. 325-335.
- Krotz, Friedrich (1996b). Zur Konzeption einer Stiftung Medientest. In: Rundfunk und Fernsehen. Zeitschrift für Medien- und Kommunikationswissenschaft. Themenschwerpunkt „Stiftung Medientest“. 44. Jg 1996/2. Hrsg. vom Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden: Hamburg: Nomos; S. 214-229.
- Krotz, Friedrich (1997): Verbraucherkompetenz und Medienkompetenz. Die „Stiftung Medientest“ als Antwort auf strukturelle Probleme der Medienentwicklung. In: Weßler, H./Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 251-263.
- Krzeminski, Michael/Ludes, Peter (1996): Marketing für den Qualitätsjournalismus. Perspektiven jenseits einer Dichotomie von Ethik und Markt. In: Mast, C. (Hrsg.): Markt – Macht – Medien: Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz: UVK; S. 273-281.
- Kübler, Hans-Dieter (1996): Medienqualität – was macht sie aus? Zur Qualität einer nicht beendeten, aber wohl verstummten Debatte... In: Wunden, W. (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität (Beiträge zur Medienethik Bd. 3). Frankfurt a.M.: Verlag Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 193-210.
- Künzli, Arnold (1992): Vom Können des Sollens. Wie die Ethik unter den Zwängen der Ökonomie zur Narrenfreiheit verkommt. In: Haller, M./Holzhey H. (Hrsg.): Medienethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 280-293.
- Kuhlen, Rainer (2004): Informationsethik. Konstanz: UVK.
- Lahav, Pnina (1985): Conclusion: An Outline for a General Theory of Press Law in Democracy. In: Ders. (Hrsg.): Press Laws in Modern Democracies – A Comparative Study. New York: Longman; S. 339-360.
- Lambeth, Edmund B. (1992, 2. Aufl.): Committed Journalism: An Ethic for the Profession. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press.
- Lambeth, Edmund B./Christians, Clifford/Cole, K. (1994): Role of the Media Ethics Course in the Education of Journalists. In: Journalism Educator. Vol. 55, 2000; S. 20-26.
- LaMont, Sanders (1999): Lending an Ear. Whether Called... Public Editor, Reader Advocate, Reader Representative or Ombudsman. More and more papers are listening to readers. Should Yours? In: American Society of Newspaper Editors (vgl. <http://www.newsombudsmen.org/lamont4.html> (02.08.2004)).
- Langkau, Thomas / Schicha, Christian / Trampe, Wilhelm (Hrsg.): Internet und Bildung – Perspektiven für die Informationsgesellschaft. IKÖ-Diskussionsforum, Band 4. Duisburg.
- Lebacqz, Karen (1985): Professional Ethics. Power and Paradox. Nashville: Abingdon Press.

- Lenk, Hans (1987): Über Verantwortungsbegriffe und das Verantwortungsproblem in der Technik. In: Ders./ Ropohl, Günter (Hrsg.): Technik und Ethik. Stuttgart: Reclam; S. 112-148.
- Lepsius, M. Rainer (1964): Kritik als Beruf. Zur Soziologie der Intellektuellen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 16. Jg.; S. 74-91.
- Lesch, Walter (1996): Diskursethik als Basistheorie der Medienkommunikation? In: Funiok, R. (Hrsg): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: Ölschläger; S. 97-105.
- Leschke, Rainer (2001): Einführung in die Medienethik (UTB für Wissenschaft; 2250). München: Fink.
- Levy, Mark R./Windahl, Sven (1984): Audience Activity and Gratifications. A Conceptual Clarification and Exploration. In: Communication Research, 11. Jg.; S. 51-78.
- Loretan, Matthias (1994): Grundrisse der Medienethik. Eine „Ethik des Öffentlichen“ als Theorie des kommunikativen Handelns. In: ZOOM Kommunikation und Medien, Nr. 4, Oktober 1994; S. 56-62.
- Lücke, Stephanie (2002): Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality TV. Münster.
- Luckmann, Thomas/Sprondel, Walter Michael (Hrsg.) (1972): Berufssoziologie. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Mahrenholz, Holz (1994): Medien und Macht. Wie sichern wir Pluralismus und Transparenz? In: Wunden, Wunden (Hrsg.): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Beiträge zur Medienethik Band 3. Frankfurt am Main, S. 43-50.
- Maier, Hans (Hrsg.): Ethik der Kommunikation. Freiburg (Schweiz).
- Marquand, Barbara (1998): Watchdogs or PR Flacks? The Rare Ombudsman? In: Editor & Publisher, March 7, 1998.
- Mast, Claudia (1999): Programmpolitik zwischen Markt und Moral. Entscheidungsprozesse über Gewalt im Deutschen Fernsehen. Eine explorative Studie. Wiesbaden.
- Mast, Claudia (Hrsg.) (1996): Markt – Medien – Macht: Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz: UVK Medien. (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Band 23).
- Mathews, Cleve (1994): Ethical Codes and Beyond. Specific Guidelines in APME Proposal Stirs Debate – SPJ Offers New Handbook of Principles. In: Nieman Reports, Spring 1994; S. 73-76.
- Mayer, Horst Friedrich (Hrsg.) (1998): Die Entenmacher. Wenn Medien in die Falle tappen. Wien. München.
- McChesney, Robert W. (1998): Media Convergence and Globalization. In: Thussu, D. K. (Hrsg.): Electronic Empires: Global Media and Local Resistance. New York: Oxford University Press; S. 27-46.
- Merrill, John C. (1989): The Dialectic in Journalism: Toward a Responsible Use of Press Freedom. Baton Rouge: Louisiana State University Press.
- Merrill, John C./Odell, S. Jack (1983): Morality: Journalism and Ethics. In: Ders. (Hrsg.): Philosophy and Journalism. New York: Longman; S. 76-105.
- Merrill, John C./Odell, S. Jack (1983): Philosophy and Journalism. New York: Longman.
- Merrill, John C./Lowenstein, Ralph L. (1971): Media, Messages, and Men. New Perspectives in Communication. New York: David McKay Company Inc.

- Meyer, Philip (1983): *Editors, Publishers and Newspaper Ethics*. Washington, DC: American Society of Newspapers Editors.
- Meyer, Philip (1986): *Ethical Journalism. A Guide for Students, Pracitioners, and Consumers*. New York/London: Longman.
- Meyn, Hermann (2001): *Massenmedien in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Mieth, Dietmar (1996): Wahrhaftig sein – warum? Die Grundnorm der Wahrhaftigkeit, ihre ethische Begründbarkeit und ihre Universalität. In: Wunden, W. (Hrsg.): *Wahrheit als Medienqualität*. Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 85-101.
- Moses, Lucia (2000): Increasingly, Newspapers Call on Ombudsmen to Cure What Ails Them. In: *Editor & Publisher 2000*. (vgl. auch: www.newsombudsmen.org/moses.html (02.08.2004)).
- Müller, Christian (2001): *Medien, Macht und Ethik*. Wiesbaden.
- Müller, Michael (1997): *Investigativer Journalismus. Seine Begründung und Begrenzung aus der Sicht der christlichen Ethik*. Münster.
- Müller, Sandra (2003): *We, on death row – der Tod steht ihnen gut*. Frankfurt am Main.
- Nauman, Arthur, C. (1994): *News Ombudsmanship: Its History and Rationale*. Symposium: *Press Regulation: How far has it come?* Seoul, Korea.
- Neidhardt, Friedhelm (1993): *Kontrollprobleme öffentlicher Meinungsbildung. Zur Einleitung*. In: Eisermann, J.: *Mediensebstkontrolle. Der Deutsche Presserat und seine Möglichkeiten*. Berlin: Wissenschaftszentrum für Sozialforschung; S. I-VI.
- Neuberger, Christoph (1997). *Was das Publikum wollen könnte. Autonome und repräsentative Bewertung journalistischer Leistungen*. In: Weßler, H./Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.): *Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 171-184.
- Newton, Eric (1993): *The Training Gap. Journalists at USA´ s Newspapers Don´t Get the Training They Want*. In: Buchanan, B.J. (Hrsg.): *No Train, No Gain: Continuing Education in Newspaper Newsrooms*. Arlington: Freedom Forum Report; S. 2-14.
- Nida-Rümelin, Julian (Hrsg.) (1996): *Angewandte Ethik – Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung*. Stuttgart: Kröner.
- Nida-Rümelin, Julian: *Theoretische und angewandte Ethik: Paradigmen, Begründungen, Bereiche*. In: Nida-Rümelin, Julian (Hrsg.) (1996): *Angewandte Ethik. Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung*. Stuttgart, S. 2-85.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.) (1991): *Publizistik, Massenkommunikation*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Nordenstreng, Kaarle/Schiller, Herbert (Hrsg.) (1992): *Beyond National Sovereignty: International Communication in the 1990s*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.
- Nordenstreng, Kaarle/Topuz, Hifzi (1989): *Journalist: Status, Rights and Responsibilities*. Prag: International Organization of Journalists.
- Olen, Jeffrey (1988): *Ethics in Journalism*. Engelwood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Patterson, Philip/Wilkins, Lee C. (2002): *Media Ethics. Issues and Cases*. New York: McGraw-Hill.
- Peters, Sibylle/Jentz, Janina (1998): *Diana oder die perfekte Tragödie: Kulturwissenschaftliche Betrachtungen eines Trauerfalls*. Köln/Weimar/Wien: Böhlau.

- Pöttker, Horst (1989): Skandale und journalistische Ethik. Sechs Thesen zur Diskussion. In: *Medium* 2/1989, S. 17-20.
- Pöttker, Horst (1996a): Prinzip Folgentransparenz. Über die Orientierungsaufgabe von Journalisten. In: Wunden, W. (Hrsg.): *Wahrheit als Medienqualität (Beiträge zur Medienethik. Band 3)*. Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 103-118.
- Pöttker, Horst (1996b): Grenzen und Chancen der Forums-Publizistik im sich weiter differenzierenden Medienmarkt. In: Mast, C. (Hrsg.): *Markt – Macht – Medien: Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen*. Konstanz: UVK; S. 249-259.
- Pöttker, Horst (1998): Öffentlichkeit durch Journalismus. Zum Programm der Journalistik. In: *Publizistik*, 43. Jahrgang, Heft 3, S. 229-249.
- Pöttker, Horst (1999): Berufsethik für Journalisten? Professionelle Trennungsgrundsätze auf dem Prüfstand. In: Holderegger, Adrian (Hrsg.): *Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven*. Freiburg (Schweiz), S. 299-327.
- Pöttker, Horst (2000): Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden, S. 375-390.
- Pöttker, Horst (2000): Sloterdijk, Assheuer, Brumlik. Was die Diskursethik in den deutschen Debatten zählt. In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): *Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft*. Münster, S. 124-132.
- Pöttker, Horst (2001): Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag – Einleitung. In: Pöttker, Horst (Hrsg.): *Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Klassiker der Sozialwissenschaft über Journalismus und Medien*. Konstanz, S. 9-34.
- Pritchard, David (1993): The Impact of Newspaper Ombudsmen on Journalists' Attitudes. In: *Journalism Quarterly*; Vol. 70, No. 1/Spring 1993; S. 77-86.
- Pulitzer, Joseph (1904): *The School of Journalism in Columbia University; The Power of Public Opinion*. New York: Columbia University.
- Pürer, Heinz (1992): Ethik in Journalismus und Massenkommunikation. Versuch einer Theorien-Synopse. In: *Publizistik* 2; Nr. 37; S. 304-321.
- Rager, Günther (2000): Ethik – eine Dimension von Qualität? In: Schicha, Ch./Brosda, C. (2000): *Medienethik zwischen Theorie und Praxis: Normen für die Kommunikationsgesellschaft*. Münster: LIT (ikö-Publikationen 2); S. 76-89.
- Raskin, A.H. (1967): What's Wrong With American Newspapers?. *The New York Times Magazine*. June 11, 1967, 28; S. 78-84.
- Rath, Matthias (Hrsg.) (2000): *Medienethik und Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Rencksdorf, Karsten (1992): Erträge der Rezipientenforschung für eine Medienethik. In: Haller, M./Holzhey, H. (Hrsg.): *Medienethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte*. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 129-147.
- Ritter, John A./Leibowitz, Matthew (1974): Press Councils: The Answer to our First Amendment Dilemma. In: *Duke Law Journal*, 845-870. Dezember 1974.
- Rivers, William L./Blankenburg, William B./Starck, Kenneth/Reeves, Earl (1972): *Backtalk. Press Councils in America*. San Francisco: Canfield Press.

- Rivers, William L./Schramm, Wilbur/Christians, Clifford G. (1980, 3. Ausg.): Responsibility in Mass Communication. New York: Harper & Row Publishing.
- Römer, Dieter (1997): Die Stunde der Heuchler und Scheinheiligen. In: Focus vom 08.09.1997.
- Ropohl, Günter (1994): Das Risiko im Prinzip Verantwortung. In: Ethik und Sozialwissenschaften 5 (1994); S. 109-120.
- Rosengren, Karl Erik (1974): Uses and Gratifications: Paradigm Outlined. In: Blumer, J. G./Katz, E. (Hrsg.): The Uses of Mass Communications. Beverly Hills: Sage; S. 269-286.
- Rössler, Patrick (1999): Und Diana ging zum Regenbogen. Die Berichterstattung der deutschen Klatschpresse. In: Meckel, M./Kamps, K./Rössler, P./Gephart, W. (Hrsg.): Medien-Mythos? Die Inszenierung von Prominenz und Schicksal am Beispiel von Diana Spencer. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag; S. 99-139.
- Rubin, Bernard (1978): The Search for Media Ethics. In: Ders. (Hrsg.): Questioning Media Ethics. New York: Praeger Publishers; S. 3-39.
- Rubin, Bernard (Hrsg.) (1978): Questioning Media Ethics. New York: Praeger Publishers.
- Rühl, Manfred (1987): Soziale Verantwortung und persönliche Verantwortung im Journalismus. In: Flöhl, R./Fricke, J. (Hrsg.): Moral und Verantwortung in der Wissenschaftsvermittlung. Mainz: Hase und Koehler; S. 101-118.
- Ruß-Mohl (1990): Emil Dovivat. Der amerikanische Journalismus. Berlin: Colloquium.
- Ruß-Mohl, Stephan (1994): Der I-Faktor: Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus – Modell für Europa? Zürich: Edition Interfrom, Osnabrück: Fromm.
- Ruß-Mohl, Stephan (1997): Infrastrukturen der Qualitätssicherung. In: Weßler, H./Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftlicher Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 219-224.
- Ruß-Mohl, Stephan (2000): Ethik im Journalismus und in den Medien. Das Gespräch in der Redaktion ist wichtiger als das geschriebene Dokument. In: Gerhardt, R./Pfeifer, H.-W. (Hrsg.): Wer die Medien bewacht: Medienfreiheit und ihre Grenzen im internationalen Vergleich. (Beiträge zur Medienethik, Band 5) Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 173-186.
- Ruß-Mohl, Stephan/Seewald, Berthold (1992): Die Diskussion über journalistische Ethik in Deutschland – eine Zwischenbilanz. In: Haller, M./Holzhey, H. (Hrsg.): Medienethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 22-36.
- Saaty, Thomas L. (1980): The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation. New York/ London/Sidney: McGraw-Hill.
- Sass, Hans Martin (1990): Ethik-Kommissionen und andere Beratungsformen in den USA. In: Toellner, R. (Hrsg.): Die Ethik-Kommission in der Medizin. Problemgeschichte, Aufgabenstellung, Arbeitsweise, Rechtsstellung und Organisationsformen Medizinischer Ethik-Kommissionen. Stuttgart/New York: Gustav Fischer; S. 121-139.
- Saxer, Ulrich (1984): Journalismus- und Medienethik: Möglichkeiten und Grenzen ethischer Selbstverpflichtung. In: Media Perspektiven 1/1984; S. 21-32.

- Saxer, Ulrich (1988): Journalistische Ethik im elektronischen Zeitalter – eine Chimäre? In: Erbring, L./Ruß-Mohl, S./Seewald, B./Sösemann, B. (Hrsg.): Medien ohne Moral: Variationen über Journalismus und Ethik. Berlin: Argon; S. 267-283.
- Saxer, Ulrich (1992): Strukturelle Möglichkeiten und Grenzen von Medien- und Journalismusethik. In: Haller, M./Holzhey, H. (Hrsg.): Medienethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 104-128.
- Saxer, Ulrich (1994): Das Rundfunksystem der Schweiz. In: Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen. Hrsg. vom Hans-Bredow-Institut. Hamburg; S. 196-203.
- Saxer, Ulrich (1999): Journalistische Ethik im elektronischen Zeitalter – eine Chimäre? In: Holderegger, Adrian (1999): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg (Schweiz), S. 184-197.
- Schatz, Heribert (1996): Stiftung Medientest. Einige Anmerkungen zu den diesbezüglichen Überlegungen von Friedrich Krotz. In: Rundfunk und Fernsehen. Zeitschrift für Medien- und Kommunikationswissenschaft. Themenschwerpunkt „Stiftung Medientest“. 44. Jg. 1996/2. Hrsg. vom Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden, Hamburg: Nomos; S. 245-248.
- Scheble, Roland (1994): Perspektiven der Grundversorgung. Baden-Baden.
- Schicha, Christian (1997): Medien und Moral. Zur Notwendigkeit einer Medienethik. In: IKÖ-Rundbrief Nr. 18, S. 17-20.
- Schicha, Christian (1998): Medien, Moral und Kommunikation. Handlungsoptionen zwischen normativen Ansprüchen und praktischen Umsetzungsmöglichkeiten. IKÖ-Diskussionsforum. Band 2. Duisburg.
- Schicha, Christian (1998): Zum Spannungsfeld zwischen normativen Ansprüchen und praktischen Sachzwängen im Journalismus, Vortrag vom 30.8.1997 im Rahmen des Kurses Friedensjournalismus des Internationalen Friedenskollegs Berlin im Truman-Haus Potsdam Babelsberg, in: IKÖ-Rundbrief Nr. 20, Februar 1998, S. 11-23.
- Schicha, Christian (1999): Internet und Ethik – Chancen und Risiken weltweiter Vernetzung. In: Langkau, Thomas / Schicha, Christian / Trampe, Wilhelm (Hrsg.): Internet und Bildung – Perspektiven für die Informationsgesellschaft. IKÖ-Diskussionsforum. Band 4. Duisburg, S. 15-24.
- Schicha, Christian (2000): Medien und Moral. Zur Notwendigkeit einer Medienethik. In: Laurentius, H.2, S. 114-117.
- Schicha, Christian (2000): Kommunikationsökologische Kriterien einer Medienethik. Zur Wahrnehmung politischer Berichterstattung aus „zweiter Hand“, in: Communicatio Socialis 1/2000, S. 43-66
- Schicha, Christian (2001): Ethik der Werbung. Zu den Grenzen der persuasiven Kommunikation bei Produkten und Politikern, in: Zeitschrift für Kommunikationsökologie 2/2001, S. 20-28
- Schicha, Christian (2000): Öffentlichkeit unter Medienbedingungen. Zur Diskrepanz zwischen normativen Konzepten und der Praxis der Politikberichterstattung. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Münster, S. 173-194.
- Schicha, Christian (2001): Kommunikationsökologie und Medienökologie – Normative Anforderungen im Spannungsfeld zwischen Theorie und Praxis. In: Umwelt-Medizin-Gesellschaft 3/2001, S. 191-200.

- Schicha, Christian (2001): Medienethische Kriterien der politischen Berichterstattung – Aspekte einer angemessenen Politikvermittlung im Spannungsfeld zwischen Theorie und Praxis. In: Medienimpulse 4/2001, S. 15-22.
- Schicha, Christian (2002): Ein Experiment wir mit Ratten? Zur „Moraldebatte“ beim Sendeformat Big Brother. In: Schweer, Martin K.W./Schicha, Christian/ Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Das Private in der öffentlichen Kommunikation. Big Brother und die Folgen. Köln 2002, S. 105-132
- Schicha, Christian (2002): Politik als Inszenierung. Zur Angemessenheit bei der Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. In: Forum Medienethik 2/2002, S. 61-67.
- Schicha, Christian (2003): Kritische Medientheorie, in: Stefan Weber (Hrsg.): Theorien der Medien. Konstanz, S. 108-131.
- Schicha, Christian (2003): Medienethik und Medienqualität. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie, Nr. 2/2003; S. 44-53.
- Schicha, Christian (2003): Medienethik und politische Talkshows. Zur Diskrepanz zwischen Diskurspostulaten und medialen Handlungspraktiken. In: Debatin, Bernhard / Funiok, Rüdiger: Kommunikations- und Medienethik. Konstanz, S. 183-202.
- Schicha, Christian (2004): Ethische Postulate an den Friedensjournalismus. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie 1/2004, S. 18-23.
- Schicha, Christian/Brosda, Carsten (2000): Medienethik zwischen Theorie und Praxis: Normen für die Kommunikationsgesellschaft (ikö-Publikationen 2). Münster: LIT
- Schicha, Christian/Schweer, Martin K.W./Nieland Jörg-Uwe (2002) (Hrsg.): Das Private in der öffentlichen Kommunikation. „Big Brother“ und die Folgen (Fiktion und Fiktionalisierung, Band 5). Köln: Halem.
- Scholl, Armin / Weischenberg, Siegfried (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Opladen / Wiesbaden.
- Schweer, Martin K.W. / Schicha, Christian / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Das Private in der öffentlichen Kommunikation – Big Brother und die Folgen, Köln 2002
- Schweidler, Walter (2001) (Hrsg.): Markt – Medien – Moral, Bochum
- Seim, Roland / Spiegel, Josef (Hrsg.) (2002): „Ab 18“. Zensiert, Diskutiert, Unterschlagen.
- Siebert, Fred S./Peterson, Theodore/Schramm, Wilbur (1956): Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do. Urbana: University of Illinois Press.
- Simonis, Heide (1996): Die „Stiftung Medientest“. In: Rundfunk und Fernsehen. Zeitschrift für Medien- und Kommunikationswissenschaft. Themenschwerpunkt „Stiftung Medientest“. 44. Jg 1996/2. Hrsg. vom Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden, Hamburg: Nomos; S. 249-251.
- Söhring, Jörg (1990): Das Recht der journalistischen Praxis: Recherche, Darstellung, Haftung. Stuttgart: Schäffer.
- Spinner, Helmut, F. (1992): Über die Geschäftsbedingungen der Massenmedien. Kritik als Beruf, Information als Aufgabe, Unterhaltung als Geschäft, Moral als Legitimation und Lebenslüge. In: Haller, M./Holzhey, H. (Hrsg.): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 148-160.

- Spinner, Helmut. F. (1987): Die alte Ethik der Wissenschaft und die neue Aufgabe des Journalismus. In: Flöhl, R./Fricke, J. (Hrsg.): Moral und Verantwortung in der Wissenschaftsvermittlung. Mainz: Hase und Koehler; S. 73-89.
- Stadler, Rainer (1999): Spielregeln: Anstand, Ethik, Qualität. In: du – Die Zeitschrift für Kultur. Juni 1999, S. 46-47.
- Stapf, Ingrid (1998): Medienethik. Im Spannungsfeld von individueller Verantwortung und Systemzwang (unveröffentlichte Magistraarbeit an der Philosophischen Fakultät der Universität Düsseldorf)
- Stapf, Ingrid (1999): Medienmythos Lady Diana. Zur Inszenierung von Prominenz am Beispiel der Prinzessin von Wales. In: Schicha, Ch./Ontrup, R. (Hrsg.): Medieninszenierungen im Wandel. Interdisziplinäre Zugänge. Münster: LIT; S. 214-231.
- Stapf, Ingrid/Gross, Andrew (2002): Terror und Konsens. Reaktionen der US-Medien infolge des Terroranschlags am 11. September. In: Schicha, Ch./Brosda, C. (Hrsg.): Medien und Terrorismus. Reaktionen auf den 11. September 2003. Münster/Hamburg/London: LIT; S. 129-138.
- Stapf, Ingrid (2005): Zwischen Freiheit und Verantwortung. Überlegungen zu einem Modell ethischer Medienselbstkontrolle im Spannungsfeld von Ideal und Praxis. Erscheint in Zeitschrift für Kommunikationsökologie 1/2005.
- Starck, Kenneth/Eisele, Julie (1999): Newspaper Ombudsmanship as Viewed by Ombudsmen and their Editors. In: Newspaper Research Journal, Volume 20, No. 4, Fall 1999; S. 37-49.
- Stephan, Cora (1997): Triumph des Schmuckstücks. Das Leben der Diana oder der Aufstand der dekorativen Beigabe. In: Der Spiegel Nr. 37 vom 08.09.1997; S. 232-233.
- Stock, Martin (1998): Medienfreiheit nach dem Grundgesetz. Die Sicht der Verfassungsrechtsprechung, neoliberale Einwände, Zukunftsfragen. In: Wunden, W. (Hrsg.): Freiheit und Medien. Beiträge zur Medienethik. Frankfurt: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 21-32.
- Stoler, Peter. (1986): The War Against the Press, Pressure and Intimidation in the 80s. New York: Dodd, Mead & Co.
- Stolte, Dieter (1996): Die Inszenierung der Wirklichkeit. Fernsehen am Wendepunkt. In: Bubmann, Peter / Müller, Petra (Hrsg.) (1996): Die Zukunft des Fernsehens. Beiträge zur Ethik der Fernsehkultur. Stuttgart u.a., S. 9-21.
- Studer, Peter / Mayr von Baldegg, Rudolf (Hrsg.) (2001): Medienrecht für die Praxis. Zürich.
- Swain, Bruce M. (1978): Reporters' Ethics. Ames, Iowa: The Iowa State University Press.
- Tate, Cassandra (1984): What Do Ombudsmen Do? In: Columbia Journalism Review. May/June 1984 (vgl. <http://www.newsombudsmen.org/tate.html> (02.08.2004)).
- Teichert, Will (1996): Journalistische Verantwortung: Medienethik als Qualitätsproblem. In: Nida-Rümelin, J. (Hrsg.): Angewandte Ethik. Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung. Stuttgart: Kröner; S. 751-776.
- Teichert, Will (1997): Kritik als Beruf. Vom Nutzen der „Quasi-Profession“ Journalismus. In: Weßler, H./Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 69-74.

- Thayer, Lee (Hrsg.) (1980): *Ethics, Morality and the Media. Reflections on American Culture*. New York: Communication Arts Books.
- The Commission on Freedom of the Press (1947): *A Free and Responsible Press. A General Report on Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines, and Books*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- The Twentieth Century Fund Task Force Report for a National News Council. Background Paper by Alfred Balk (1973): *A Free and Responsive Press*. New York: The Twentieth Century Fund.
- Thomas, Maggie B. (1995): *News Ombudsmen: An Inside View*. International Convention of the Organization of News Ombudsmen at Fort Worth, Texas, 8.5.1995.
- Thomaß, Barbara (1998): *Journalistische Ethik. Ein Vergleich der Diskurse in Frankreich, Großbritannien und Deutschland*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Thussu, Daya Kishan (Hrsg.) (1998): *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*. London/New York: Oxford University Press.
- Tillmanns, Lutz (1996a): *Schutz und drohender Zeigefinger. Die Arbeit des Plenums des Deutschen Presserats*. In: Trägerverein des Deutschen Presserats e.V. (Hrsg.): *Jahrbuch 1996*. Bonn.
- Tillmanns, Lutz (1996b): *Wozu eine „Stiftung Medientest“?*. In: *Rundfunk und Fernsehen. Zeitschrift für Medien- und Kommunikationswissenschaft. Themenschwerpunkt „Stiftung Medientest“*. 44. Jg 1996/2. Hrsg. vom Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden, Hamburg: Nomos; S. 251-256.
- Toellner, Richard (1990) (Hrsg.): *Die Ethik-Kommission in der Medizin. Problemgeschichte, Aufgabenstellung, Arbeitsweise, Rechtsstellung und Organisationsformen medizinischer Ethik-Kommissionen*. Stuttgart/New York: Gustav Fischer.
- Toellner, Richard (1990): *Problemgeschichte: Entstehung der Ethik-Kommissionen*. In: Ders. (Hrsg.): *Die Ethik-Kommission in der Medizin. Problemgeschichte, Aufgabenstellung, Arbeitsweise, Rechtsstellung und Organisationsformen medizinischer Ethik-Kommissionen*. Stuttgart/New York: Gustav Fischer; S. 3-18.
- Tonnemacher, Jan (1996): *Kommunikationspolitik in Deutschland: Eine Einführung*. Konstanz: UVK Medien.
- Toscani, Olivero (1997): *Die Werbung ist ein lächelndes Aas*. Frankfurt am Main.
- Tuchman, Gaye (1982): *The Exception Proves the Rule: The Study of Routine News Practices in the United States*. In: Curry, J. L./Dassin, J. (Hrsg.): *Press Control around the World*. New York: Praeger; S. 3-26.
- Tulodziecki, Gerhard (2000). *Medienpädagogik in der Schule der Zukunft*. In: Kleber, H. (Hrsg.): *Spannungsfeld Medien und Erziehung: medienpädagogische Perspektiven*. München: Kopäd; S. 13-31.
- Ulfkotte, Udo (2002): *So lügen Journalisten. Der Kampf um Quoten und Auflagen*. München.
- Uwer, Dirk (1998): *Medienkonzentration und Pluralismussicherung im Lichte des europäischen Menschenrechts der Pressefreiheit*. Berlin: Verlag Arno Spitz & Berlin/Baden-Baden: Nomos.
- Vlasic, Andreas (2004): *Die Integrationsfunktion der Massenmedien*. Wiesbaden: VS-Verlag.

- Voß, Peter (1998): Mündigkeit im Mediensystem. Hat Medienethik eine Chance? Baden-Baden.
- Wallisch Gianluca (1995): Journalistische Qualität. Definitionen – Modelle – Kritik. Konstanz: UVK-Medien Ölschläger.
- Weaver, David H./Wilhoit, G. Cleveland (1996): The American Journalist in the 1990s. U.S. News People at the End of an Era. Mahway, NJ: Lawrence Erlbaum Association.
- Weber, Frank (2000): Big Brother. Inszenierte Banalität zur Prime Time.
- Weber, Max (1926): Politik als Beruf. München: Duncker & Humblot.
- Weil, Felix (2001): Die Medien und die Ethik. Grundzüge einer brauchbaren Medienethik. Freiburg/München.
- Weischedel, Wilhelm (1972): Das Wesen der Verantwortung. Frankfurt a.M.: Klostermann.
- Weischenberg, Siegfried (1988): Distanzverlust. Journalismus zwischen Information und Sensation. In: *journalist*/10/1988; S. 8-14.
- Weischenberg, Siegfried (1992): Die Verantwortung des Beobachters. Moderne Medienethik aus der Perspektive einer konstruktivistischen Systemtheorie (1). In: *Rundfunk und Fernsehen* 4/1992, S. 507-527.
- Weischenberg, Siegfried (1992): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensystem, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen.
- Weischenberg, Siegfried (1995): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried (1998, 2. Aufl.): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried/Altmeyen K./Löffelholz M. (1994): Die Zukunft des Journalismus: technologische, ökonomische und redaktionelle Trends. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Stefan (1992a): Ethik und Journalismus. In: *journalist* 7/1992; S. 63-68.
- Weischenberg, Stefan (1992b): Die Verantwortung des Beobachters. Moderne Medienethik aus der Perspektive einer konstruktivistischen Systemtheorie. In: *Rundfunk und Fernsehen* 4/1992; S. 507-527.
- Weischenberg, Stefan (1992c): Der blinde Fleck des Kritikers. In: *Communicatio Socialis* 25/1992; S. 168-177.
- Weiß, Ralph (1997). Läßt sich über Qualität streiten? Versuche in der Kommunikationswissenschaft zur Verobjektivierung des Qualitätsbegriffs. In: Weßler, H./Matzen, C./Jarren, O./Hasebrink, U. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag; S. 185-199.
- Weßler, Hartmut/Matzen, Christiane/Jarren, Otfried/Hasebrink, Uwe (Hrsg.) (1997): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- White, Robert A. (1989): Social and Political Factors in the Development of Communication Ethics. In: Cooper, T. W. (Hrsg.): *Communication Ethics and Global Change*. White Plains, N.Y. : Longman; S. 40-65.
- Whitney, D. Charles (1986): *Begging Your Pardon, Corrections and Corrections Policies at Twelve U.S. Newspapers*. Working Paper. Hrsg. vom Gannett Center for Media Studies.
- Wiegerling, Klaus (1998): *Medienethik*. Stuttgart: Metzler.
- Wieland, Wolfgang (1999): *Verantwortung – Prinzip der Ethik?* Heidelberg: Winter.
- Wild, Claudia (1990): *Ethik im Journalismus. Individualethische Überlegungen zu einer journalistischen Berufsethik*. Wien.
- Wilke, Jürgen (1989): *Journalistische Berufsethik in der Journalistenausbildung*. In: Wunden, W. (Hrsg.): *Medien zwischen Markt und Moral: Beiträge zur Medienethik*. Hamburg/ Stuttgart: Steinkopf & Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 181-194.
- Wilke, Jürgen (1996b): *Massenmedien im Spannungsfeld von Grundwerten und Wertkollisionen*. In: Mast, C. (Hrsg.): *Markt – Medien – Macht: Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen* (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Band 23). Konstanz: UVK Medien; S. 17-33.
- Wilke, Jürgen (Hrsg.) (1996): *Ethik der Massenmedien*. Wien: Braumüller.
- Winterhoff-Spurk, Peter (1997): *Medienkompetenz: Schlüsselqualifikation der Informationsgesellschaft?* In: *Medienpsychologie. Zeitschrift für Individual- und Massenkommunikation* 3/1997; S. 182-189.
- Wössner, Mark (1996): *Medienverantwortung im Global Market*. In: Hamm, I. (Hrsg.): *Verantwortung im freien Medienmarkt. Internationale Perspektiven zur Wahrung professioneller Standards*. Gütersloh: Bertelsmann; S. 71-75.
- Wulfson, Myrna (1998): *Rules of the Game: Do Corporate Codes of Ethics Work?* In: *Review of Business*. Fall 1998; S. 12-16.
- Wunden, Wolfgang (1989) (Hrsg.): *Medien zwischen Markt und Moral: Beiträge zur Medienethik*. Stuttgart: Steinkopf & Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik.
- Wunden, Wolfgang (1989): *Medienethik- Medienpädagogik*. In: Ders. (Hrsg.): *Medien zwischen Markt und Moral: Beiträge zur Medienethik*. Stuttgart: Steinkopf & Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; S. 267-275.
- Wunden, Wolfgang (1994): *Grenzen öffentlichen Zeigens. Privatheit als Element einer Kultur der Öffentlichkeit*. In: Ders. (Hrsg.): *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur*; S. 165-179
- Wunden, Wolfgang (1996): *Auch das Publikum trägt Verantwortung*. In: Funiok, R. (Hrsg.): *Grundfragen der Kommunikationsethik*. Konstanz: UVK-Medien Ölschläger; S.123-132.
- Wunden, Wolfgang (1998): *Freiheitliche Medienmoral. Konzept einer systematischen Medienethik*. In: Ders. (Hrsg.): *Freiheit und Medien*. (Beiträge zur Medienethik, Bd. 4). Frankfurt a.M: GEP; S. 145-161.
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.) (1994): *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur* (Beiträge zur Medienethik, Bd. 2). Hamburg, Stuttgart: Steinkopf.

- Wunden, Wolfgang (Hrsg.) (1996a): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt a.M.: GEP.
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.) (1998): Freiheit und Medien (Beiträge zur Medienethik, Band 4). Frankfurt a.M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik.
- Zerfaß, Ansgar (1999): Soziale Verantwortung in der Mediengesellschaft – Handlungsspielräume und praktische Ansätze einer ethisch aufgeklärten Unternehmensführung. In: Funiok, R./Schmälzle, U.F./Werth, Ch. H. (Hrsg.) (1999): Medienethik – die Frage der Verantwortung. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung; S. 163-182.