

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	5
Vorwort des Herausgebers .....	9
Dank der Autorin .....	11
<b>I. Einleitung</b> .....	13
<b>II. Ethik, Public Relations, PR-Ethik</b> .....	19
<b>1. Ethik</b> .....	21
1.1 Moral, Moralität, Ethik - ein paar Begriffsbestimmungen.....	21
1.2 Die Notwendigkeit von Reflexionen über Ethik .....	23
1.2.1 Stichwort Individualisierung .....	23
1.2.2 Stichwort Werte-Wandel .....	25
1.3 Verschiedene Ethik-Konzepte .....	28
1.3.1 Individualethik - Sozialethik .....	28
1.3.2 Wertethik.....	29
1.3.3 Utilitarismus .....	30
1.3.4 Gesinnungsethik - Verantwortungsethik.....	31
1.3.5 Diskursive Ethik.....	32
<b>2. Public Relations</b> .....	34
2.1 Einmal mehr: Zur Begriffsbestimmung von PR.....	34
2.2 PR als Notwendigkeit moderner Gesellschaften .....	37
2.2.1 PR und das (Massen-) Mediensystem.....	39
2.2.1.1 Gemeinsamkeiten von Public Relations und Journalismus .....	39
2.2.1.2 Wichtige Unterscheidungen.....	42
Exkurs: Kommunikatoren und Mediatoren .....	44
2.2.1.3 Problemzonen .....	46
2.2.2 PR in der Organisation: Problemzonen.....	47
2.3 Die "Profession" Public Relations .....	49

<b>3. Ethik und PR</b> .....	51
3.1 Zum Forschungsstand .....	51
3.1.1 PR-Forschung als Bestandteil der Kommunikator- forschung .....	51
3.1.2 Forschungen zu PR und Ethik .....	52
3.2 PR-Ethik in der Ausbildung .....	54
3.3 PR-Ethik und das Individuum .....	55
3.4 PR-Ethik als Professions- und Berufsrollen-Ethik .....	57
3.4.1 Professions-Ethik - Das Problem mit den Kodizes .....	58
3.4.2 Berufsrollen-Ethik .....	62
3.5 Zur Kompatibilität von Normen .....	66
3.5.1 Zum Journalismus .....	66
3.5.2 Zur relevanten Teilöffentlichkeit / Gesellschaft .....	70
Exkurs: Glaubwürdigkeit und Vertrauen .....	71
3.6 PR-Ethik und die Organisation .....	72
3.7 PR-Ethik - Eine Zusammenfassung .....	76
<b>III. Empirischer Teil</b> .....	79
<b>1. Beschreibung der Methodik</b> .....	81
<b>2. Beschreibung des Forschungsinteresses</b> .....	83
<b>3. Darstellung der Forschungsergebnisse</b> .....	85
3.1 Technische Vorbemerkungen .....	85
3.2 Soziodemographische Merkmale der Befragten .....	86
3.3 Zur Tätigkeit .....	87
3.3.1 Berufsmotivation .....	87
3.3.2 Berufsdauer .....	88
3.3.3 Organisations-Art .....	89
3.3.4 Position in der Organisation .....	90
3.3.5 Tätigkeitsraster .....	91
3.4 Berufliches Selbstverständnis .....	92

3.5	Auto-Image und angenommenes Hetero-Image .....	98
3.6	Ethik im Beruf .....	100
3.6.1	Stellenwahl .....	101
3.6.2	Lösungsart von Konflikten .....	102
3.6.3	Das Verhältnis zu Journalisten .....	104
3.6.3.1	Allgemeine Charakterisierungen .....	105
3.6.3.2	Handlungsentscheidungen anhand eines Fallbeispiels.....	106
3.6.3.3	Zum Geschenkewesen .....	108
3.6.4	Professionelle Werte und Normen .....	109
3.6.5	Verwirklichung ethischer Grundsätze.....	110
3.7	Persönliche Wertorientierung .....	111
3.8	Geeignete Berufsausbildung.....	115
3.8.1	Geeignete Ausbildungsinstitutionen .....	115
3.8.2	Berufsausbildung in bezug auf ethische Ausbildungsinhalte ...	117
3.9	Einschätzungen berufsethischer Orientierungen .....	118
3.9.1	Moralorientierungen verschiedener Berufsgruppen.....	118
3.9.2	Assoziationen zum Begriff "PR-Ethik" .....	119
3.9.3	Einstellungen zu Ethik-Kodizes und Sanktionsmöglichkeiten..	120
3.10	Problemdiskussionen.....	123
3.11	Vorschläge zur Verbesserung der Glaubwürdigkeit .....	124
	Exkurs I: Extremgruppenauswertung:	
	Berufsdauer bis 2 Jahre und über 15 Jahre.....	126
	Exkurs II: Bekanntheit der Kodizes und	
	moralische Handlungen.....	129
	<b>IV Zusammenfassung und Schlußgedanken .....</b>	<b>131</b>
	Literaturverzeichnis.....	140
	<b>Anhang .....</b>	<b>157</b>
1.	Fragebogen.....	159
2.	Tabellen.....	171
3.	Kodizes .....	195