

ORGANISATIONSKOMMUNIKATION

Joachim Preusse

Bausteine systemtheoretischer
PR-Theorie

Eine Erkundungsstudie

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Joachim Preusse
Bausteine systemtheoretischer PR-Theorie.
Eine Erkundungsstudie
Organisationskommunikation, Band 2
Köln: Halem, 2016

Die Reihe *Organisationskommunikation* wird herausgegeben von Prof. Dr. Peter Szyszka, Hannover

Dissertation Universität Münster, 2013

D6

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2016 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 2193-1666

ISBN (Print): ISBN 978-3-86962-185-2

ISBN (PDF): ISBN 978-3-86962-186-9

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen	13
Verzeichnis der Tabellen	14
1. EINLEITUNG	17
1.1 Fragestellung, Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	19
1.2 Konkretisierung und Begründung der theoretischen Ausgangsentscheidung	27
1.3 Zur Eingrenzung der verwendeten Literatur	31
1.4 Systematisierung von theoretischen und disziplinären Zugängen	34
1.4.1 <i>PR-Definitionen und PR-Theorien</i>	34
1.4.2 <i>Disziplinäre Perspektiven und Teilbereiche der PR-Forschung</i>	44
2. ENTWICKLUNGSLINIEN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTLICHEN PUBLIC-RELATIONS-FORSCHUNG	48
2.1 Späte Institutionalisierung der PR-Forschung in der Kommunikationswissenschaft	48
2.2 PR-Forschung als erweiterte Kommunikatorforschung	50

2.3	Enges Verhältnis von PR-Forschung und PR-Praxis	53
2.3.1	<i>Die Verzahnung in der Etablierungsphase der deutschsprachigen PR-Forschung</i>	53
2.3.2	<i>Die Verzahnung in der Gegenwart</i>	57
2.3.3	<i>Die Verzahnung in der US-amerikanischen Forschung</i>	60
2.3.4	<i>Resultate in der Theoriebildung</i>	68
2.4	Zwischenfazit: Gründe für die Forschungslücke und Voraussetzungen ihrer Verkleinerung	93
3.	SYSTEMTHEORETISCHE ANSÄTZE DER PR-THEORIEBILDUNG	99
3.1	Öffentlichkeitsbezogene Ausgangsfragestellung	99
3.1.1	<i>Public Relations als Teilsystem des gesellschaftlichen Funktionssystems Publizistik</i>	100
3.1.2	<i>PR als Bestandteil von Funktionssystemen</i>	109
3.2	Organisationsbezogene Ausgangsfragestellung	114
3.2.1	<i>Public Relations als System-Umwelt-Interaktion</i>	114
3.2.2	<i>Public Relations als organisationales Subsystem</i>	119
3.2.3	<i>Der »organisationsfunktionale Ansatz«</i>	123
3.3	Begriffsbezogene Ausgangsfragestellung	126
3.3.1	<i>PR als organisationale Konstruktionsleistung</i>	127
3.3.2	<i>PR als institutionalisierte organisationale Reflexionsinstanz</i>	140
3.3.3	<i>Soziokybernetische Perspektive auf Kommunikationsmanagement</i>	147
3.3.4	<i>Strukturierungstheoretisch begründete Kernbegriffe</i>	151
3.4	Zwischenfazit: Merkmale systemtheoretisch fundierter PR-Theorieansätze	159
4.	HAUPTBEGRIFFE	162
4.1	Der systemtheoretische Beobachtungsbegriff	162
4.1.1	<i>Der formale Beobachter</i>	163
4.1.2	<i>Der Prozess des Beobachtens</i>	165

4.2	Der systemtheoretische Kommunikationsbegriff	174
4.3	Der systemtheoretische Organisationsbegriff	180
4.3.1	<i>Die Denkfigur der Autopoiesis</i>	180
4.3.2	<i>Exkurs: Zur Kontroverse um die autopoietische Systemtheorie als soziologische Basistheorie</i>	187
4.3.3	<i>Die Organisation als autopoietisches Entscheidungssystem</i>	191
4.4	Der systemtheoretische Reflexionsbegriff	209
4.4.1	<i>Reflexion als Dimensionen der Selbstbeobachtung zweiter Ordnung</i>	210
4.4.2	<i>Rationale Selbstreflexion</i>	216
4.4.3	<i>Alternative Beschreibungen rationaler Selbstreflexion</i>	231
4.4.4	<i>Systematik organisationaler Selbstreferenzverhältnisse</i>	247
4.5	Der systemtheoretische Steuerungs­begriff	253
4.5.1	<i>Die Ausgangsfassung</i>	254
4.5.2	<i>Konkretisierung der Selbststeuerungsannahme</i>	260
4.5.3	<i>Abschwächungen des ›Steuerungspessimismus‹</i>	263
4.5.4	<i>Reflexionsfähigkeit als Voraussetzung für Steuerungsfähigkeit und Steuerbarkeit</i>	272
4.5.5	<i>Systematik steuerungstheoretischer Fragestellungen im Organisationskontext</i>	275
4.6	Der systemtheoretische Öffentlichkeitsbegriff	281
4.6.1	<i>Öffentlichkeit als Beobachtungs- und Reflexionsmedium</i>	282
4.6.2	<i>Öffentlichkeit als gesellschaftliches Funktionssystem</i>	287
4.7	Zwischenfazit: Zur Anwendbarkeit der Begriffe für die PR-Theoriebildung	289
5.	GRÜNDE FÜR PR	292
5.1	Die Konfiguration der funktional differenzierten Gesellschaft	293
5.2	Organisationsbezogene Konsequenz funktionaler gesellschaftlicher Differenzierung	302
5.2.1	<i>Organisationen als Objekte von Fremdbeobachtung</i>	305
5.2.2	<i>Organisationen als Subjekte von Umweltbeobachtung</i>	313

5.2.3	<i>Organisationen als Subjekte und Objekte von Selbstbeobachtung</i>	317
5.2.4	<i>Beobachtungskonstellationen als Grundprobleme der PR</i>	318
5.3	Effekt der Problembearbeitung durch PR	321
5.3.1	<i>Zum Verhältnis von Organisations- und Funktionssystemen</i>	323
5.3.2	<i>Konkretisierung des Multireferenzialitätsbegriffs</i>	328
5.3.3	<i>Organisationale Multireferenzialität als Effekt der PR-Tätigkeit</i>	332
6.	ENTSCHEIDUNGEN DER PR	335
6.1	Zum Konzept PR-spezifischer Entscheidungsprogramme	336
6.2	Entscheidung über Entscheidungsprämissen	340
6.3	Steuerungsentscheidungen	342
6.4	Festlegung von Entscheidungsprämissen und Steuerungsentscheidungen als Merkmal des ›PR-Managements‹	353
7.	DER BEZUGSRAHMEN FÜR STEUERUNGSENTSCHEIDUNGEN DER PR	357
7.1	Ausgangspunkte: Klassische Perspektiven auf Identität, Image und Reputation	359
7.1.1	<i>Klassische Perspektiven auf Organisationsidentität</i>	359
7.1.2	<i>Klassische Perspektiven auf Image und Reputation</i>	391
7.1.3	<i>Klassische Perspektiven auf das Verhältnis der Konstrukte</i>	411
7.2	Entwicklung des Bezugsrahmens für Steuerungsentscheidungen der PR	412
7.2.1	<i>Rückführung der Konstrukte auf den Beobachtungsbegriff</i>	413

7.2.2	<i>Verfestigungsstufen von Beobachtungen</i>	418
7.2.3	<i>Latente Konstrukte als zentrale Komponenten des Bezugsrahmens</i>	424
7.2.4	<i>Organisationsidentität</i>	426
7.2.5	<i>Image und Reputation</i>	444
7.3	Skizze des Bezugsrahmens für Steuerungsentscheidungen der PR	452
8.	UMWELTSTEUERUNG DER PR	459
8.1	Zur Kommunikationsfähigkeit von Organisationen	461
8.2	Thematisierungen als Umweltsteuerungsmedium der PR	465
8.2.1	<i>Zur Systematisierung von Steuerungsmedien</i>	466
8.2.2	<i>Eigenschaften von Thematisierungen</i>	467
8.2.3	<i>Ziele von Thematisierungen</i>	483
8.2.4	<i>Grenzen der Umweltsteuerungsfähigkeit</i>	487
8.3	Thematisierungen als Kriterium der Identifikation von PR	490
9.	PR UND MANAGEMENT	492
9.1	Zum systemtheoretischen Managementbegriff	492
9.1.1	<i>Steuerungstheoretische Einsichten</i>	497
9.1.2	<i>Organisationstheoretische Einsichten</i>	500
9.1.3	<i>Implikationen des systemtheoretischen Managementverständnisses</i>	504
9.2	Managementbeiträge der PR	505
9.2.1	<i>Bereitstellung von Reflexionskapazität</i>	508
9.2.2	<i>(Un-)Sichtbarmachung von Entscheidungsprämissen</i>	518
9.2.3	<i>Anfertigung viabler organisationaler Einheitsbeschreibungen</i>	529
9.2.4	<i>Wiedereinführung von Ungewissheit</i>	543
9.2.5	<i>Gewährleistung organisationaler Irritierbarkeit und Responsivität</i>	547
9.2.6	<i>Etablierung eines ›Rationalitätsmanagements‹</i>	553

9.3	Zwänge zweckrational gebauter Managementtechniken für die PR	577
10.	PR UND GESELLSCHAFT	580
10.1	Zur (Un-)Möglichkeit gesellschaftlicher Rationalität	581
10.1.1	<i>Die ›orthodoxe‹ Position: Unmöglichkeit gesellschaftlicher Rationalität</i>	582
10.1.2	<i>Gesellschaftliche Rationalität als unwahrscheinliche, aber denkbare Möglichkeit</i>	584
10.1.3	<i>Gesellschaftliche Rationalität als kalkulierbares Ergebnis gezielter Intervention</i>	587
10.2	Potenzieller Beitrag der PR zur Realisierung des gesellschaftlichen Rationalitätspotenzials	591
11.	BAUSTEINE SYSTEMTHEORETISCHER PR-THEORIE: FAZIT UND AUSBLICK	596
11.1	Limitationen der Studie	617
11.2	Anschlussfragen und Folgeprobleme	618
12.	LITERATURVERZEICHNIS	623

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1	Quellensystematik der PR-Definitionen	37
Abb. 2	Ontologische Charakteristika PR-theoretischer Ansätze	40
Abb. 3	Disziplinäre Perspektiven auf PR	44
Abb. 4	Public relations research grid	47
Abb. 5	Das zweiseitige Modell exzellenter Public Relations	73
Abb. 6	Systematisierung von Dialogbegriffen	90
Abb. 7	Weltgesellschaft und Öffentlichkeit	111
Abb. 8	Leistungssysteme der Öffentlichkeit	113
Abb. 9	Komplexitätsstufen der Beobachtungen fokaler Systeme	171
Abb. 10	Grundprobleme der PR in funktional differenzierten Gesellschaften	293
Abb. 11	Funktionale, soziale und expressive Reputation	311
Abb. 12	Komponenten des zweigeteilten PR-Begriffs	354
Abb. 13	Das Grundmodell der Corporate Identity	370
Abb. 14	Imagetypen	395
Abb. 15	Key Organizational Viewpoints	415
Abb. 16	Dimensionen von (Organisations-)Identität, (Organisations-)Reputation und (Organisations-)Image	416
Abb. 17	Vorschlag zur Vereinheitlichung der Terminologie	417
Abb. 18	Der Bezugsrahmen für Steuerungsentscheidungen der PR	453
Abb. 19	Zusammenhang von PR und Öffentlichkeit	516

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1	Auswahl der Begriffe und Theoriefiguren	24
Tab. 2	Ebenen und Dimensionen der PR-Theoriebildung	39
Tab. 3	Traditionelle Systematisierung PR-theoretischer Ansätze	43
Tab. 4	Unterscheidung von Reflexivität und Reflexion nach Holmström	144
Tab. 5	Typen von Systemen	148
Tab. 6	Ausprägungen rationaler Selbstreflexion	222
Tab. 7	Organisationale Selbstreferenzverhältnisse höherer Ordnung	249
Tab. 8	Beobachtungsmöglichkeiten fokaler Organisationen	252
Tab. 9	Grundlegende steuerungstheoretische Fragestellungen im Organisationskontext	276
Tab. 10	Abgrenzung organisationaler Beobachtungskonstellationen	304
Tab. 11	Unterschiede zwischen ›systemtypischen‹ und intersystemischen Organisationen	328
Tab. 12	Ausprägungen organisationaler Multireferenz	331
Tab. 13	Idealtypische Abgrenzung von Steuerungsbedarf	348
Tab. 14	Typologisierung von PR	355
Tab. 15	Zentrale Spannungsfelder der Identitätsdiskussion	364
Tab. 16	Definitionskategorien organisationaler Reputation	404
Tab. 17	Verdichtungs- bzw. Verfestigungsstufen von Beobachtungen aus Sicht fokaler Organisationen	420
Tab. 18	Komponenten des Bezugsrahmens für Steuerungsentscheidungen der PR	425
Tab. 19	Systematisierungskriterien von organisationalen Selbstbeschreibungen	440
Tab. 20	Ausprägungen des Beobachtungschemas ›Repräsentiertes vs. Repräsentation‹	472

Tab. 21	Gründe für hohe und niedrige Vertrauenswerte nach Bentele	476
Tab. 22	Managementbeiträge der PR	506
Tab. 23	Praktische Haltungen zu organisationaler und Umweltkomplexität	521
Tab. 24	Mechanismen des Kontingenzmanagements	526
Tab. 25	Leistungen der PR im Rahmen des ›Rationalitätsmanagements‹	567
Tab. 26	Erkenntnisgewinne der Arbeit	613

Organisationskommunikation



JOACHIM PREUSSE

Bausteine systemtheoretischer PR-Theorie. Eine Erkundungsstudie

Organisationskommunikation, 2

2016, 666 S., 19 Abb., 26 Tab.,

Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-185-2

ISBN (PDF) 978-3-86962-186-9

Trotz zunehmender Bemühungen um die Theoriebildung zum Phänomen Public Relations wird nach wie vor eine verstärkte Verknüpfung von PR- und Gesellschaftstheorie angemahnt. Diese Studie verfolgt das Ziel, den Anschluss der PR-Theorie an Gesellschaftstheorie zu verbreitern und zu vertiefen und so eine Lücke der PR-Theoriebildung zu verkleinern. Dazu wird auf die Neuere Systemtheorie Luhmann'scher Prägung zurückgegriffen. Ausgehend von sechs PR-theoretischen Leitfragen werden zentrale Begriffe und Theoriefiguren der Neueren Systemtheorie rekonstruiert und im Hinblick auf die Beantwortung der Leitfragen respezifiziert. Im Ergebnis stehen sechs systemtheoretisch fundierte Bausteine einer organisationstypübergreifenden PR-Theorie, die vorliegende systemtheoretische Ansätze ergänzen und erweitern.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de