

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

1. EINLEITUNG

Trotz der im deutschsprachigen Raum zu verzeichnenden intensivierten Bemühungen um die Theoriebildung zum Phänomen Public Relations wird deren »Quantität und Qualität« in jüngeren Bestandsaufnahmen als »insgesamt nicht befriedigend« (RÖTTGER 2004: 7; vgl. ähnlich RÖTTGER 2009b: 16 sowie bereits SAXER 1991: 273) eingeschätzt. Konstatiert wird insbesondere ein genereller Mangel an PR-theoretischer sowie systematisierender und metaorientierter Grundlagenforschung, beispielsweise zur Geschichte der PR, ein mangelnder Rückgriff auf und daraus resultierend eine fehlende Anschlussfähigkeit an übergeordnete Öffentlichkeits-, Gesellschafts- und Akteurstheorien (vgl. RÖTTGER/PREUSSE/SCHMITT 2011: 38f.; RÖTTGER 2009b: 12; WEHMEIER 2008b: 224f.; JARREN/RÖTTGER 2008: 22f., 32; BENTELE 2003; DERNBACH 1998a) sowie ein Defizit des generellen Abstraktionsniveaus der PR-Theorie (vgl. MERTEN 2008b: 45).¹ In empirischer Hinsicht folgt daraus, dass empirische PR-Forschung weitgehend als »mikroorientierte, beschreibende Berufsforschung« (RÖTTGER 2009b: 13) betrieben wird. Insbesondere die mangelnde Anbindung der PR-Theorie an übergeordnete Gesellschafts- bzw. Sozialtheorien und damit einhergehend die weitgehende Beschränkung auf PR-Theorien mittlerer Reichweite

1 In diesem Zusammenhang ist jedoch darauf hinzuweisen, dass, obwohl die theoretische Basis der PR im gesamteuropäischen Vergleich als »far from well-developed« (VAN RULER/VERČIČ 2004: 241; vgl. VAN RULER/VERČIČ 2008: 319) eingeschätzt wird, Deutschland und einige skandinavische Länder als Forschungsräume mit vergleichsweise eigenständigen und sozialtheoretisch ausdifferenzierten Theorietraditionen beschrieben werden (vgl. VAN RULER/VERČIČ 2004: 242f., 245, 248; VAN RULER/VERČIČ 2008: 315; vgl. auch die Beiträge in VAN RULER/VERČIČ 2003). Zu diesem Befund kommen die Autoren auf der Basis einer Delphi-Studie, bei der in den Jahren 1999 und 2000 sowohl Praktiker als auch Wissenschaftler aus 25 europäischen Ländern befragt wurden. Vgl. zu Befunden und methodischen Details der Studie Van Ruler et al. (2000); Van Ruler et al. (2004).

wird auch in Bestandsaufnahmen der internationalen Forschung als Defizit erkannt (vgl. u. a. IHLEN/VAN RULER 2009: 3; IHLEN/VAN RULER 2007: 244; VAN RULER/VERČIČ 2005; VAN RULER/VERČIČ 2004). Zwar sind gerade in jüngerer Zeit durch die zunehmende Eigenständigkeit und Profilschärfung der PR-Forschung im deutschsprachigen Raum elaborierte, auch auf gesellschaftstheoretische Bestände zurückgreifende Arbeiten zur PR-Theorie vorgelegt worden (vgl. RÖTTGER/PREUSSE/SCHMITT 2011: 39), jedoch ist die Verknüpfung von PR- und Gesellschaftstheorie nach wie vor ausbaufähig.

Diese Studie verfolgt das Ziel, diese bedeutsame Lücke der PR-Theoriebildung weiter zu verkleinern, d. h. den Anschluss der PR-Theorie an die Gesellschaftstheorie zu verbreitern und zu vertiefen. Zur Verwirklichung dieses Vorhabens wird mit der Systemtheorie in ihrer ›autopoietischen‹ bzw. ›neueren‹ Variante² – verstanden als spezifische Ausprägung der allgemeinen Systemtheorie bzw. ›General Systems Theory‹ (vgl. dazu statt vieler MÜLLER 1996b; KNEER/NASSEHI 2000: 17ff.) – auf eine Gesellschaftstheorie zurückgegriffen, deren heuristisches Potenzial sich bereits in zahlreichen benachbarten kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeldern, insbesondere der Journalismus- und Werbeforschung, erwiesen hat und die auch in der PR-Theoriebildung rezipiert worden ist. Das Ziel dieser Studie lässt sich somit dahingehend konkretisieren, dass die PR-theoretische Forschungslücke des mangelnden oder zumindest optimierungsfähigen Anschlusses der PR-Theorie an die Gesellschaftstheorie exemplarisch am Beispiel der Neueren Systemtheorie verkleinert werden soll, d. h. der Anschluss der PR-Theorie an die Neuere Systemtheorie verbreitert und vertieft werden soll. Diesem Ziel liegt die PR-theoretische Ausgangsbeobachtung zugrunde, dass bereits ertragreiche systemtheoretisch argumentierende Ansätze der PR-Theorie entwickelt worden sind (s. dazu umfassend Kapitel 3), diese jedoch das Potenzial der Systemtheorie für die PR-Theorie noch nicht ausgeschöpft haben und insofern eine vorliegende PR-theoretische Ansätze ergänzende und darüber hinausgehende Beschreibung des Phänomens PR innerhalb des Theoriegebäudes der Neueren Systemtheorie möglich ist. In jedem Fall zeigen die vorliegenden Ansätze, dass eine hinreichende Plausibilität besteht, dass die Neuere Systemtheorie grundsätzlich geeignet ist, die oben genannte Forschungslücke weiter zu verkleinern.

2 Im Folgenden auch als ›NST‹ oder ›Luhmann'sche Systemtheorie‹ bzw. ›Systemtheorie Luhmann'scher Prägung‹ oder schlicht als ›Systemtheorie‹ bezeichnet.

Dabei wird (hier zunächst unproblematisiert) davon ausgegangen, dass PR in und von Organisationen betrieben wird und systemtheoretisch als organisationales Subsystem beschreibbar ist (s. zu Alternativen zu dieser Festlegung Abschnitt 3.1). Es wird ferner davon ausgegangen, dass der prinzipielle Bedarf einer gesellschaftstheoretischen Verortung des Phänomens PR nicht umfassend hergeleitet werden muss. Es mögen hier die knappen Hinweise genügen, dass organisationalen PR-Aktivitäten in ihrer Gesamtheit gesellschaftsstabilisierende bzw. gesellschaftsverändernde Wirkpotenziale zugeschrieben werden, es sich also um ein überindividuell bzw. gesellschaftlich relevantes Phänomen handelt und eine gesellschaftstheoretische Betrachtung Facetten des Phänomens in den Blick rückt, die unter anderen theoretischen Blickwinkeln nicht sichtbar werden können.

1.1 Fragestellung, Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit

Die aus dem o.g. Ziel dieser Studie ableitbaren forschungsleitenden Fragen lauten: Welche Antworten ermöglicht die Neuere Systemtheorie auf zentrale Problemstellungen der PR-Theorie? Welche Einsichten ermöglicht die NST der PR-Theorie? Die Studie verfolgt kein primär praxisrelevantes Interesse. Zwar können durchaus praxisrelevante Einsichten entstehen, jedoch kaum im Sinne des in der PR-Forschung dominierenden Paradigmas des Operations Research, das die Prozessoptimierung und die Ableitung von Handlungsempfehlungen zum Ziel hat. Was systemtheoretisch auch für die Praxis zu gewinnen ist, ist »eher eine Beobachtungsweise und nicht ein festes Wissen« (LUHMANN 2006 [2000]: 23).

Die Vorgehensweise kann als theoriebezogene »Spurensuche« oder theoretische Erkundung bezeichnet werden. Abgesucht bzw. erkundet werden relevante Ausschnitte des zirkulär angelegten, »kaum überschaubaren Diskursuniversum[s, J.P.]« (SLOTERDIJK 2000: 4) der Neueren Systemtheorie. Die Eingrenzung der näher zu betrachtenden Ausschnitte des Theoriegebäudes erfolgt über die Formulierung von sechs PR-theoretischen Leitfragen. Die Leitfragen eröffnen und begrenzen die »Such-« bzw. »Erkundungskorridore«, innerhalb derer das Theoriegebäude ausgeleuchtet wird. »Inputmaterial« dieser Studie sind mihin ausgewählte Begriffe und Theoriefiguren der Neueren Systemtheorie, mit denen sich Antworten auf die Leitfragen formulieren lassen. Die ausgehend von den Leitfragen festgelegten Ausschnitte des

Theoriegebäudes werden (1) rekonstruiert und (2) respezifiziert, um eine über vorliegende PR-theoretische Ansätze hinausgehende Beschreibung des Phänomens PR innerhalb des Theoriegebäudes der Neueren Systemtheorie zu ermöglichen. Die systemtheoretisch begründeten Antworten auf die PR-theoretischen Leitfragen und damit die Hauptergebnisse der vorliegenden Studie können als vorliegende PR-theoretische Ansätze ergänzende Bausteine einer systemtheoretischen PR-Theorie gelesen werden. In Anlehnung an Marcinkowski (1993: 18) können drei *Erfolgskriterien* für die Respezifikation bzw. den Transfer der zunächst gegenstandsunspezifischen Ausgangstheorie Luhmanns auf den Gegenstand Public Relations benannt werden: Gelingt es, konkrete Phänomene begrifflich unzweideutiger zu interpretieren als zuvor? Eröffnen sich neue Sichtweisen auf alte Probleme, auf deren Basis ein eigenständiger Prozess der Theorieentwicklung möglich scheint? Werden zusätzliche Frage- und Problemstellungen für die weitere Forschung erschlossen?

Aus der Zusammenschau von Ziel, Fragestellung, Vorgehensweise und Erfolgskriterien ergibt sich der im Folgenden überblicksartig dargestellte Gang der Argumentation. Der Überblick macht deutlich, dass die Studie an zentralen Stellen auf begründete Setzungen angewiesen ist.

- *Ausgangspunkt* der Studie ist die in der PR-theoretischen Überblicks- und Sekundärliteratur konstatierte PR-theoretische Forschungslücke der mangelnden Anbindung der PR-Theorie an übergeordnete Gesellschafts- bzw. Sozialtheorien.
- Daraus abgeleitet liegt das *Ziel der Studie* in der Verkleinerung der PR-theoretischen Forschungslücke, d. h. einer Verbreiterung und Vertiefung des Anschlusses der PR-Theorie an die Gesellschaftstheorie.
- Dieses Ziel erfordert die *Auswahl einer geeigneten Gesellschaftstheorie* aus dem Spektrum möglicher gesellschaftstheoretischer ›Kandidaten‹. Mit der Neueren Systemtheorie wird eine spezifische Gesellschaftstheorie ausgewählt (Setzung I) und diese Auswahl begründet (s. Abschnitt 1.2).
- Nach der Entscheidung für die Neuere Systemtheorie als für die PR-Theorie nutzbar zu machende Gesellschaftstheorie ergibt sich folgende *Zielkonkretisierung* der Studie: Angestrebt wird eine exemplarische Verkleinerung der PR-theoretischen Forschungslücke des mangelnden oder zumindest optimierungsfähigen Anschlusses der PR-Theorie an Gesellschaftstheorie am Beispiel der Neueren Systemtheorie, d. h. eine Verbreiterung und Vertiefung des Anschlusses der PR-Theorie an die Neuere Systemtheorie.

Dabei gilt es, eine Verbreiterung und Vertiefung vorzunehmen, die eine über vorliegende PR-theoretische Ansätze hinausgehende Beschreibung des Phänomens PR innerhalb des Theoriegebäudes der Neueren Systemtheorie ermöglicht.

- Ausgehend von dieser Zielformulierung lauten die *forschungsleitenden Fragen* der Studie: Welche Antworten ermöglicht die Neuere Systemtheorie auf zentrale Problemstellungen der PR-Theorie? Welche Einsichten ermöglicht die NST der PR-Theorie?

Die Vorgehensweise der theoretischen Erkundung zur Beantwortung dieser forschungsleitenden Fragen besteht aus vier übergeordneten Analyseschritten:

- Analyseschritt 1: Potenziell relevanter Erkundungsgegenstand ist zunächst das gesamte Theoriegebäude der Neueren Systemtheorie. Innerhalb dieses Theoriegebäudes gilt es Ausschnitte festzulegen bzw. Bereiche einzugrenzen, die einer näheren Analyse unterzogen werden. Dies erfolgt über die Formulierung von sechs PR-theoretischen Leitfragen (Setzung II).
- Analyseschritt 2: Ausgehend von den Leitfragen werden Ausschnitte des Theoriegebäudes festgelegt bzw. Bereiche eingegrenzt, innerhalb derer es ausgeleuchtet wird (›Such-‹ bzw. ›Erkundungskorridore‹). Diese bestehen aus zentralen Begriffen und Theoriefiguren der Neueren Systemtheorie, mit denen sich Antworten auf die Leitfragen formulieren lassen (Setzung III).
- Analyseschritt 3: Im Anschluss erfolgt eine Rekonstruktion der gewählten Begriffe und Theoriefiguren.
- Analyseschritt 4: Schließlich erfolgt eine Respezifikation der Begriffe und Theoriefiguren im Hinblick auf eine Beantwortung der PR-theoretischen Leitfragen sowie ein abschließender Abgleich mit den genannten Erfolgskriterien.

Im Folgenden werden die zugrunde gelegten PR-theoretischen Leitfragen sowie die zu rekonstruierenden Begriffe und Theoriefiguren der Systemtheorie benannt und knapp hergeleitet. Die Leitfragen (Setzung II) bestimmen den Aufbau der Studie. Sie sind insofern kontingent, als sich auch andere Fragen formulieren lassen bzw. ihre PR-theoretische Relevanz anders eingeschätzt werden kann. Zwei Typen von Leitfragen werden unterschieden.

Einerseits werden, ausgehend von der Verortung von PR als organisationalem Subsystem, in drei Leitfragen klassische bzw. traditionelle Fra-

gestellungen der PR-Forschung aufgegriffen und mit systemtheoretischen Mitteln beantwortet:

- Was sind die Gründe für die Emergenz von PR? Für welches organisationale Problem ist PR die Lösung? (Leitfrage 1, Kapitel 5)
- Was sind in einer idealtypischen Betrachtungsweise die zentralen Beiträge der PR zur Leitung bzw. zum Management von Organisationen? (Leitfrage 5, Kapitel 9)
- Wie lässt sich das Verhältnis von organisationsgebundener PR und Gesellschaft angemessen konzeptualisieren? Welchen Beitrag kann PR potenziell zum Reproduktionsprozess von Gesellschaft (des Gesellschaftssystems) leisten? (Leitfrage 6, Kapitel 10)

Obgleich in der PR-Forschung bereits aus unterschiedlichen, auch systemtheoretischen Perspektiven Antworten auf diese Fragen formuliert worden sind, ist das Potenzial der Systemtheorie zur Klärung dieser Fragen bisher nicht ausgeschöpft. Diese Studie gelangt zu neuartigen, in systemtheoretischen Arbeiten der PR-Forschung bisher nicht ausgearbeiteten Antworten.

Andererseits wird das Potenzial der Systemtheorie genutzt, indem ausgehend von bestimmten systemtheoretischen Begriffen bestimmte, gewissermaßen selbst generierte Problemstellungen der Systemtheorie an den zu beschreibenden Gegenstand herangetragen werden. Auch auf diesem Weg sollen neuartige Beschreibungsmöglichkeiten des Phänomens Public Relations erzielt werden. Zwei Leitfragen werden ausgehend von der Annahme formuliert, dass sich weite Teile praktischer PR-Tätigkeit in und von Organisationen sozialtheoretisch als Steuerung bzw. Steuerungsversuch beschreiben lassen:

- Auf welche Bezugsgrößen beziehen sich Steuerungsentscheidungen der PR in einer idealtypischen Beschreibung und in welchem Verhältnis stehen diese Bezugsgrößen zueinander? (Leitfrage 3, Kapitel 7)
- Wie lassen sich Umweltsteuerungsversuche der PR idealtypisch rekonstruieren? (Leitfrage 4, Kapitel 8)

Eine weitere Leitfrage wird formuliert vor dem Hintergrund der Zentralität des Entscheidungsbegriffs in der systemtheoretischen Organisationstheorie. Angenommen wird, dass eine Beschreibung von PR als in und von Organisationen betriebene Tätigkeit bzw. die Verortung von PR als Subsystem von Organisationen Aussagen zur PR-theoretischen Nutzbarkeit des Entscheidungsbegriffs machen muss:

- Welche Typen von Entscheidungen sind organisationstyp-
übergreifend charakteristisch für PR? Wie ist PR mithin am über-
Entscheidungen vollzogenen Reproduktionsprozess von Organi-
sationen beteiligt? (Leitfrage 2, Kapitel 6)

Zur Beantwortung der Leitfragen werden systemtheoretische Begriffe und Theoriefiguren (Setzung III) rekonstruiert und respezifiziert. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Reihenfolge der Bearbeitung der Leitfragen sowie die zu rekonstruierenden Ausschnitte des Theoriegebäudes. Im Zuge der Rekonstruktion wird unterschieden zwischen systemtheoretischen Hauptbegriffen, die zur Beantwortung mehrerer Leitfragen dienen bzw. im Hintergrund der Beantwortung stets ›mitlaufen‹ und weiteren systemtheoretischen Begriffen, die eine stärker leitfragenspezifische Bedeutung haben. Diese dritte Setzung ist in zweifacher Hinsicht kontingent: Zum Ersten führt die Kontingenz der Leitfragen bzw. Frageformulierungen zur Kontingenz der Auswahl der Ausschnitte des Theoriegebäudes. Andere Fragen bzw. Frageformulierungen hätten erwartbar die Auswahl anderer Begriffe und Theoriefiguren nahegelegt. Zum Zweiten lassen sich zur Beantwortung der gesetzten PR-theoretischen Leitfragen prinzipiell auch andere als die genannten bzw. zusätzliche Ausschnitte des Theoriegebäudes heranziehen. Rekonstruiert werden in dieser Studie diejenigen Begriffe und Theoriefiguren, die nach der Einschätzung des Verfassers notwendig und hinreichend sind, um die aufgeworfenen Fragen zu beantworten.³

3 Dieses Vorgehen ist auch aus forschungsökonomischen Gründen nicht zu vermeiden, will man über die Reproduktion von Grundlagen hinauskommen – was nicht bedeutet, dass die auf einer »labyrinthische[n, J.P.] Produktion« (BARALDI/CORSI/ESPOSITO 1997: 11) basierende Diskursgeschichte der NST unbewältigt und somit gleichsam blind übernommen worden ist. Überblickswerke, die zentrale Grundbegriffe und Denkfiguren umfassend aufarbeiten und hinsichtlich ihrer Zirkularität beschreiben, liegen in Vielzahl vor (vgl. bspw. KISS 1990; BARALDI/CORSI/ESPOSITO 1997; BARDMANN/LAMPRECHT 1999; KNEER/NASSEHI 2000; GÖBEL 2000; LUHMANN 2004; WILLKE 2006) und werden auch in Arbeiten zur PR-Theoriebildung mehr oder weniger ausführlich paraphrasiert (vgl. bspw. KÜCKELHAUS 1998: 188ff.). Das Argument des unverhältnismäßigen forschungsökonomischen Aufwands gilt zumal für eine – aus unterschiedlichen theoretischen Richtungen vorliegende – kritische Diskussion der Prämissen und Denkfiguren des »späte[n, J.P.]« (KRAUSE 2005: 3) Luhmann, sei es theorieimmanent im Kontext der autopoietischen Systemtheorie oder aus einer Außenperspektive.

TABELLE 1
Auswahl der Begriffe und Theoriefiguren

Leitfragen	Theoriebausteine	Erforderliche Hauptbegriffe/Theoriefiguren	Weitere Begriffe
1. Was sind die Gründe für die Emergenz von PR? Für welches organisationale Problem ist PR die Lösung? (Kapitel 5)	1. Gründe für PR: Herleitung und Beschreibung desjenigen Grundproblems von Organisationen, aufgrund dessen sie ein Subsystem PR ausbilden aus der funktionalen Differenzierung der Gesellschaft	4.1 Beobachtungsbegriff 4.3 Organisationsbegriff	Hyperkomplexität Polykontextualität Heterarchie Multireferenzialität Fremdbeobachtung/Fremdschreibung Selbstbeobachtung/Selbstschreibung Umweltbeobachtung/Umweltbeschreibung
2. Welche Typen von Entscheidungen sind organisationstypübergreifend charakteristisch für PR? Wie ist PR mithin am über Entscheidungen vollzogenen Reproduktionsprozess von Organisationen beteiligt? (Kapitel 6)	2. Entscheidungen der PR: Benennung des Beitrags des organisationalen Subsystems PR zum über Entscheidungen vollzogenen Reproduktionsprozess von Organisationen	4.1 Beobachtungsbegriff 4.3 Organisationsbegriff	/
3. Auf welche Bezugsgrößen beziehen sich Steuerungsentscheidungen der PR in einer idealtypischen Beschreibung und in welchem Verhältnis stehen diese Bezugsgrößen zueinander? (Kapitel 7)	3. Bezugsrahmen für Steuerungsentscheidungen der PR: Darstellung der Bezugsgrößen, auf die sich PR-Entscheidungen in einer idealtypisierten Perspektive beziehen, sowie die Darstellung des Verhältnisses dieser Bezugsgrößen und ihre Zusammenführung zu einem organisationstypübergreifenden Bezugsrahmen für Steuerungsentscheidungen der PR	4.1 Beobachtungsbegriff 4.3 Organisationsbegriff	Organisationsidentität Image Reputation

Leitfragen	Theoriebausteine	Erforderliche Hauptbegriffe/Theoriefiguren	Weitere Begriffe
<p>4. Wie lassen sich Umweltsteuerungsversuche der PR idealtypisch rekonstruieren? (Kapitel 8)</p>	<p>4. Umweltsteuerung der PR: Ausarbeitung von >Thematisierungen< als Umweltsteuerungsmedium der PR</p>	<p>4.1 Beobachtungsbegriff 4.2 Kommunikationsbegriff 4.3 Organisationsbegriff 4.4 Reflexionsbegriff 4.5 Steuerungsbegriff</p>	<p>Thematisierung</p>
<p>5. Was sind in einer idealtypischen Betrachtungsweise die zentralen Beiträge der PR zur Leitung bzw. zum Management von Organisationen? (Kapitel 9)</p>	<p>5. PR und Management: Herleitung und Ausarbeitung zentraler, potentieller Beiträge der PR zur Leitung bzw. zum Management von Organisationen</p>	<p>4.1 Beobachtungsbegriff 4.2 Kommunikationsbegriff 4.3 Organisationsbegriff 4.4 Reflexionsbegriff 4.5 Steuerungsbegriff 4.6 Öffentlichkeitsbegriff</p>	<p>Management Organisationsidentität (System-)Rationalität</p>
<p>6. Wie lässt sich das Verhältnis von organisationsgebundener PR und Gesellschaft angemessen konzeptualisieren? Welchen Beitrag kann PR potentiell zum Reproduktionsprozess von Gesellschaft (des Gesellschaftssystems) leisten? (Kapitel 10)</p>	<p>6. PR und Gesellschaft: Ausarbeitung potenzieller Beiträge der PR zum Reproduktionsprozess der Gesellschaft des Gesellschaftssystems und damit ein Konzeptualisierungsvorschlag für das Verhältnis organisationsgebundener PR und Gesellschaft</p>	<p>4.1 Beobachtungsbegriff 4.3 Organisationsbegriff 4.4 Reflexionsbegriff 4.5 Steuerungsbegriff</p>	<p>(System-)Rationalität</p>

Aus forschungsökonomischen Gründen können nicht alle Beschreibungsmöglichkeiten des Phänomens PR, die die zu rekonstruierenden Begriffe ermöglichen, in dieser Studie realisiert werden. Dies zeigt sich insbesondere am Öffentlichkeitsbegriff: Öffentlichkeit wird als Raum der kommunikativen Einwirkung von Organisationen bzw. des organisationalen Subsystems PR auf (ver)öffentliche Meinung(en) und Umweltsysteme an vielen Stellen der Studie vorausgesetzt, aber als solcher nicht explizit ausgearbeitet. Auch die Tatsache, dass der Beziehungsaufbau zur Öffentlichkeit bzw. zu Teilen der Öffentlichkeit konstitutives Merkmal von PR ist, wird nicht eigens aufgegriffen. Vielmehr wird Öffentlichkeit als Voraussetzung für organisationale Reflexionsfähigkeit und damit in einer in der PR-Forschung bisher unterbelichteten Perspektive thematisiert (s. Abschnitt 9.2.1).

Aufbau der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich in elf Kapitel. Die Kapitel zwei bis vier beinhalten Vorarbeiten, die erforderlich sind, um das Ziel der Arbeit zu erreichen. In Kapitel 2 wird auf der Basis einer Darstellung zentraler Charakteristika der kommunikationswissenschaftlichen PR-Forschung den Gründen für die Existenz der konstatierten PR-theoretischen Forschungslücke nachgegangen. Zudem verdeutlicht dieses Kapitel den ›Klassikergehalt‹ der Leitfragen eins, fünf und sechs. Im Anschluss werden in Kapitel 3 vorliegende systemtheoretische Ansätze der PR-Theoriebildung im Sinne einer bisher nicht vorliegenden Zwischenbilanz der systemtheoretisch fundierten PR-Theoriebildung gesichtet, in ihren Grundzügen dargestellt und ihr Leistungsvermögen wird verdeutlicht. In Kapitel 4 erfolgt die Rekonstruktion der systemtheoretischen Hauptbegriffe, die zur Beantwortung der PR-theoretischen Fragen erforderlich sind. Dabei handelt es sich zum Teil um Begriffe, auf die Teile der PR-Forschung bereits rekurrieren, die bisher aber nicht trennscharf verwendet werden und nur eingeschränkt durchdrungen sind. Zur Profilierung der rekonstruierten Begriffe und Theoriefiguren werden an ausgewählten Stellen auch gegenüber der Systemtheorie vorgebrachte Kritikpunkte sowie darauf bezogene systemtheoretische Entgegnungen aufgegriffen. Die Kapitel 5 bis 10 widmen sich der Beantwortung je einer der o. g. Leitfragen. Dies geschieht durch die Respezifikation der zuvor rekonstruierten Begriffe sowie die Rekonstruktion und Respezifikation weiterer Begriffe und Theoriefiguren mit

stärker leitfragenspezifischer Bedeutung. Die Kapitel 5 bis 10 stellen die Hauptergebnisse der vorliegenden Studie dar. In Kapitel 11 erfolgt eine Bilanzierung der Überlegungen sowie ein Ausblick auf theoretische und empirische Anschlussfragen.

1.2 Konkretisierung und Begründung der theoretischen Ausgangsentscheidung

Die Wahl von theoretischen Perspektiven ist stets kontingent und, einmal getroffen, für die weitere Analyse folgenreich. In dieser Studie wird die Neuere Systemtheorie als Ausgangstheorie gesetzt (Setzung 1). Andere infrage kommende ›Theoriekandidaten‹ werden nicht auf ihre Tauglichkeit zur Verkleinerung der o.g. Forschungslücke geprüft. Mit dieser Setzung ist gleichwohl nicht bestritten, dass andere Gesellschafts- bzw. Sozialtheorien prinzipiell gleichermaßen geeignet sein können, die hier bearbeitete Forschungslücke zu verkleinern. Wie insbesondere die Beiträge in dem Sammelband von Ihlen, van Ruler und Fredriksson (2009) verdeutlichen, werden neben der Systemtheorie gesellschafts- bzw. sozialtheoretische Ansätze von Autoren wie Beck, Bourdieu, Foucault, Giddens, Habermas und Latour im Hinblick auf ihre PR-theoretische Adaptionfähigkeit und ihren Erklärungsgehalt für das Phänomen Public Relations diskutiert. In jüngerer Zeit ist zudem der soziologische Neo-Institutionalismus für die PR-Theorie ausgearbeitet worden (vgl. SANDHU 2009a, b, 2012; mit Blick auf konkrete Phänomene der PR-Praxis auch WEHMEIER 2006; WEHMEIER/RÖTTGER 2011).⁴

Eine anfängliche Setzung ist aus forschungsökonomischen Gründen unvermeidbar – und, wie im Folgenden zu zeigen sein wird, mit Blick auf den gewählten ›Theoriekandidaten‹ auch begründbar. Mit einer solchen Setzung wird eine umfassende und zugleich theorieologisch stringente Nutzbarmachung der gesetzten Theorie für die PR-Theorie, wird ein über vorliegende systemtheoretisch fundierte Ansätze der PR-Theorie hinausgehender ›Durchdringungsgewinn‹ ermöglicht. Dass die exklusive Fokussierung eines bestimmten theoretischen Zugangs stets andere, ebenso mögliche Zugänge ausblendet, wird hier bewusst in Kauf genom-

4 Der Arbeit von Sandhu (2012: 10) verdankt der Autor den Hinweis auf die Konkretisierbarkeit der Vorgehensweise mittels der Metapher des Theoriescheinwerfers.

Organisationskommunikation



PETER SZYSZKA (Hrsg.)

Alles nur Theater? Authentizität und Inszenierung in der Organisationskommunikation

Organisationskommunikation, 1

2012, 304 S., 29 Abb., 2 Tab., Broschur, dt.

ISBN 978-3-86962-044-2

Der Wunsch nach Authentizität scheint in unserer Gesellschaft fest verankert zu sein und gilt im Gegensatz zur Inszenierung als Indiz für die Echtheit einer Person. Authentizität ist allerdings kein Charakterzug, sondern etwas das uns von anderen zugeschrieben wird. Authentisch zu sein heißt also, als authentisch bewertet zu werden. Lässt sich dieses Verständnis von Authentizität auch auf Organisationen übertragen, deren öffentliche Selbstdarstellung immer an verschiedene Personen gebunden ist? Wird der Fokus von der Ebene natürlicher Personen auf die Ebene von Organisationen verschoben, mündet dies unweigerlich in der Frage: Können Organisationen überhaupt authentisch sein oder sind nicht gerade sie gezwungen, Kontinuität in ihrer Darstellung künstlich herzustellen und somit Authentizität zu inszenieren?

Der erste Band der Reihe *Organisationskommunikation* geht dazu Fragen rund um die Funktion von Authentizität für Organisationen im Allgemeinen und innerhalb ihres gesellschaftlichen Kontextes nach. Er dokumentiert einen aktuellen Diskurs rund um einen markanten, aber wenig reflektierten Schlüsselbegriff und unterzieht diesen einer kritischen Analyse.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

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

info@halem-verlag.de

Werbeforschung



GUIDO ZURSTIEGE / DANIELA SCHLÜTZ
(Hrsg.)

Sozialität und Werbung

2016, 300 S., 17 Abb., 49 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-199-9

Die Werbung hat bereits zur Jahrhundertwende vorweggenommen, was heute in Zeiten ›sozialer Medien‹ unübersehbar geworden ist: Medien im Allgemeinen sind soziale Institutionen der Vergemeinschaftung. Seit dem Zeitalter der entfesselten Massenkommunikation ist das Beziehungsmanagement westlicher Gesellschaften grundsätzlich gründlich in Bewegung geraten. Und die Werbung hat einen ganz entscheidenden Anteil an dieser Entwicklung. Werbung betreiben heißt unter den Bedingungen posttraditionaler Verhältnisse, Beziehungen zwischen Akteuren herzustellen, die wechselseitig fremd füreinander geworden sind. Die Werbung hat sich in den vergangenen 200 Jahren zu einem der wichtigsten gesellschaftlichen Produzenten sozialer Güter entwickelt. Die *Sozialität der Werbung* ist daher eines der zentralen Themen der Werbeforschung.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de