

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Strategische Wahrheiten. Desinformation und Postfakten in der strategischen Kommunikation. Eine Einleitung .....</b>	1
Olaf Hoffjann, Lucas Seeber und Ina von der Wense	
<b>Teil I Theoretische Perspektiven</b>	
<b>„Bullshit“ für die strategische Kommunikationsforschung?</b>	
<b>Versuch der weiteren Nutzbarmachung eines Begriffs .....</b>	19
Anke Oßwald	
<b>Desinformation als wahrhaft komplexes Phänomen: Zu einem Beitrag der Komplexitätstheorie für die Desinformations- und Organisationskommunikationsforschung .....</b>	43
Timo Lenk	
<b>Die ‚Lüge‘ der wünschenswerten Wirklichkeiten. Klaus Mertens systemtheoretisch-konstruktivistischer Theorieansatz revisited .....</b>	65
Peter Szyszka	
<b>Klimakommunikation als „Blame Game“? Zu Decoupling und Hypokrisievorwürfen zentraler öffentlicher Akteure im aktuellen Krisendiskurs .....</b>	79
Alexandra Krämer	
<b>Misinformation in der strategischen Kommunikationsforschung – ein Literaturüberblick .....</b>	97
Nora Denner	

**Teil II Empirische Befunde**

<b>Bad Guy und Good Guy? Konstruktionspraktiken in Journalismus, Pressearbeit und Politik</b> . . . . .	117
Lucas Seeber und Olaf Hoffjann	
<b>Zwischen Aufklärung und Inszenierung: Zum Verhältnis von Transparenz und Wahrheit in der PR im Kontext der Digitalisierung</b> . . . . .	135
Philip Wamprechtsamer	
<b>Strategische Geschichtskommunikation zwischen <i>historischer Wahrheit</i> und intendierter Wirkung</b> . . . . .	155
Felix Krebber	
<b>Gelesen, getäuscht, geglaubt? Die Rolle der Täuschungswahrnehmung bei der Glaubwürdigkeitsbeurteilung von Brand Journalism</b> . . . . .	179
Johannes Beckert und Thomas Koch	
<b>CSR-Engagement und Organisationskrisen. Zur theoretischen Konzeptualisierung von Buffer- und Backfire-Effekten</b> . . . . .	205
Thomas Koch, Benno Viererbl und Johannes Beckert	

**Teil III Normative Perspektiven**

<b>Bots, Big Data und KI: PR-Ethik in Berufspraxis, Ausbildung, Lehre und Forschung</b> . . . . .	229
Elke Kronewald und Lars Rademacher	
<b>Im PR-Nebel stochern. Möglichkeiten und Grenzen automatischer, KI-basierter Detektion von Fake News und Desinformation in der strategischen Kommunikation mit NEBULA</b> . . . . .	243
Hektor Haarkötter und Mario Anastasiadis	
<b>Nudging for Good? Eine normative Betrachtung verhaltensökonomisch basierter Entscheidungsarchitekturen</b> . . . . .	263
Reinhold Fuhrberg	