

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Strategische Wahrheiten. Desinformation und Postfakten in der strategischen Kommunikation. Eine Einleitung</b> . . . . .	1
Olaf Hoffjann, Lucas Seeber und Ina von der Wense	

## Teil I Theoretische Perspektiven

<b>„Bullshit“ für die strategische Kommunikationsforschung? 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