

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Zu gesellschaftlicher Relevanz und Erkenntnisinteresse	1
1.2	Zur theoretischen Neufundierung und Gliederung der Arbeit	3
2	Der Paradoxie-Zugang	9
2.1	Paradoxien: Begriffliche Vorarbeit	9
2.2	Zur philosophischen Genese des Paradoxiebegriffs	11
2.3	Paradoxie-Strömungen mit Relevanz für die Organisationskommunikationsforschung	14
2.3.1	Paradoxien in der Managementforschung	14
2.3.2	Die konstitutive Strömung	21
2.3.3	Doppelbindungen	28
2.3.4	Verhaltensparadoxien	37
2.4	Zwischenresümee: Widerspruchskonstellationen und -ereignisse	52
3	Der ontologische Zugang	57
3.1	Die Objekt-orientierte Ontologie: Ontologische Position und Verortung	57
3.2	Grundbegriffe der Objekt-orientierten Ontologie	59
3.2.1	Objekte: Overmining, Undermining und Duomining	59
3.2.2	Objektbeziehungen: Symbiosen, Translationen und Metaphern	63
3.3	Übertragung auf die Organisationskommunikationsforschung	67
3.3.1	Organisationen als reale und sensuelle Objekte: Sinnstiftung und Rekursion	67

3.3.2	Zu kommunikativer Konstitution und relationalen Ontologien	69
3.3.3	Zu einem Objekt-orientierten Widerspruchsbegriff	72
4	Der systemische Zugang	77
4.1	Ausgangspunkt	77
4.1.1	Bezug zur Objekt-orientierten Ontologie	77
4.1.2	Warum Assemblage- und Komplexitätstheorie?	77
4.2	Assemblage-Theorie	83
4.2.1	Grundannahmen der Assemblage-Theorie nach Manuel DeLanda	83
4.2.2	Eigenschaften von Assemblages	86
4.3	Komplexitätstheorie	90
4.3.1	Die Komplexitätstheorie als dritte Welle der Systemtheorie	90
4.3.2	Eigenschaften komplexer sozialer Systeme	93
5	Anwendung der drei Zugänge	105
5.1	Zur Komplexität von Organisationen	106
5.1.1	Hinführung	106
5.1.2	Modellebenen: Organisationen als komplexe Systeme in komplexen Systemen	106
5.1.3	Organisationsinterne Komplexität: Formalsystem und Schattensystem	109
5.1.4	Organisationen als pfadabhängige Individuen	112
5.2	Zur Komplexität der Organisationskommunikation	115
5.2.1	Organisationskommunikation, Vertrackte Probleme und Grand Challenges	115
5.2.2	Komplexe Organisations-Umwelt-Beziehungen und Öffentlichkeit	125
5.3	Das Widerspruchs-Assemblage	132
5.3.1	Zum Konzept des Widerspruchs-Assemblage	132
5.3.2	Organisations-Umwelt-Beziehungen in Widerspruchs-Assemblages	144
6	Zwischenresümee: Die Theorie im Überblick	151

7	Eine qualitative Widerspruchsexploration mit Berater*innen	159
7.1	Ausgangspunkt der Erhebung	159
7.2	Das Sample	161
7.3	Elemente des Leitfadens, Pretest und Durchführung der Interviews	163
7.4	Aufbereitung der Expert*innen-Interviews und Kategorienbildung	171
7.5	Ausgewählte Ergebnisse und Diskussion	178
7.5.1	Widerspruchskonstellationen	178
7.5.2	Widerspruchsereignisse	190
7.5.3	Eigenschaften von Widerspruchs-Assemblages	198
7.5.4	Kommunikation in Widerspruchs-Assemblages	208
7.5.5	Komplexität von Widersprüchen und fraktale Muster	212
7.5.6	Bewusstsein für und Umgang mit Widersprüchen	219
7.6	Limitationen der Erhebung und Implikationen für die weitere Forschung	224
8	Weiterführende Diskussion	229
8.1	Widerspruchs-Assemblages im komplexen Ebenenmodell	229
8.2	Zur Rolle strategischer Organisationskommunikation in Widerspruchs-Assemblages	235
8.3	Bezüge zum Neoinstitutionalismus	241
9	Fazit und Ausblick	249
	Literaturverzeichnis	257