
Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung und Erkenntnisinteresse	1
1.1 Auf dem Weg zu automatisierten Public Relations?	2
1.2 Digitale Technologien und PR: Debattenlinien	6
1.2.1 Fokus Anwendung: Optimierungshoffnungen und Effizienzgewinne	7
1.2.2 Fokus Profession: Kompetenzfragen und mögliche Jobverluste	9
1.2.3 Fokus ethische Fragen: Wertkonflikte und Folgen für Öffentlichkeit	11
1.3 Disziplinärer Kontext	13
1.3.1 Public Relations: Begriffsvielfalt und erweitertes Tätigkeitsspektrum	13
1.3.2 Theoretische Bandbreite und Ausdifferenzierung	16
1.3.3 Diskussion um Anwendungsbezug	20
1.4 Forschungsfragen und Aufbau der Arbeit	22
2 Theoretische Perspektiven: PR und Technik	27
2.1 Techniksoziologische Positionen	28
2.1.1 Technik als Instrument	31
2.1.2 Technik als Infrastruktur	32
2.1.3 Technik als Institution	33
2.1.4 Technik als Handlungsträger	34
2.1.5 Technik als Medium	36
2.1.6 Positionen im Überblick	37

2.2	Managementorientiertes PR-Verständnis: Tools und Infrastruktur	38
2.3	Gesellschaftsorientiertes PR-Verständnis: Vielgestaltige Technik	42
2.3.1	Systemfunktionale Ansätze: Technik als Standard, Radar und Kontext	43
2.3.2	CCO-Perspektive: Technik als „agent making a difference“	47
2.3.3	Neo-Institutionalismus: Technik als Institution und Rationalitätsmythos	53
2.3.4	Kritische PR-Perspektiven: Technik und Machtfragen	56
2.4	Zwischenfazit: Ausblendung technikverbundener Praxis	60
3	Entscheidungen als theoretischer Ausgangspunkt	65
3.1	Einstieg: Warum Entscheidungen?	65
3.1.1	Managen als Entscheiden	67
3.1.2	Entscheiden in Organisationen	70
3.1.3	Praxis des Entscheidens	72
3.2	Entscheidungen in der PR-Theorie	76
3.2.1	Managementorientiertes PR-Verständnis: Anleitungen zur Optimierung	76
3.2.2	Gesellschaftsorientiertes PR-Verständnis: Differenzierte Ansatzpunkte	80
3.2.2.1	Systemfunktionale Perspektive	80
3.2.2.2	CCO-Perspektive	83
3.2.2.3	Neo-institutionalistische Perspektive	85
3.2.2.4	Kritische PR-Perspektiven	87
3.3	Entscheidungspraktiken zwischen Handlung und System	91
3.3.1	Handlungsbasierte Entscheidungskonzeption	92
3.3.1.1	Rationalitätsverständnis	92
3.3.1.2	Umgang mit Komplexität	95
3.3.1.3	Akteursbezug	96
3.3.1.4	Kommunikationsbezug	98
3.3.2	Systemtheoretische Entscheidungskonzeption	100
3.3.2.1	Rationalitätsverständnis	101
3.3.2.2	Umgang mit Komplexität	103

3.3.2.3 Akteursbezug	104
3.3.2.4 Kommunikationsbezug	105
3.4 Zwischenfazit: PR-Entscheidungspraxis als Kommunikationspraxis	107
4 Entscheidungen und Kommunikation	113
4.1 Der systemtheoretische Kommunikationsbegriff	114
4.1.1 Doppelte Kontingenz und dreifache Selektion	115
4.1.2 Die vierte Selektion: Annahme oder Ablehnung	119
4.1.3 Bewusstsein und Handeln	120
4.1.4 Sinn und Sinndimensionen	122
4.1.5 Evolution und Kontrolle	124
4.2 Entscheidung als kommunikative Markierung strukturierter Selektivität	126
4.2.1 Sachliche Dimension – strukturierte Alternativität	127
4.2.2 Zeitliche Dimension – Ereignishaftigkeit und Risiko	130
4.2.3 Soziale Dimension – Unsicherheitsabsorption und Widerstand	133
4.2.4 Kompakt und riskant: Entscheidungskommunikationen	136
4.3 Der systemtheoretische Medienbegriff	138
4.3.1 Vielseitige Medien	139
4.3.2 Medien als Wahrscheinlichkeitspromotoren	140
4.3.3 Sprache, Verbreitungs- und Erfolgsmedien	141
4.3.4 Die Unterscheidung von Medium und Form	144
4.4 Formtheoretische Erweiterung des Entscheidungsbegriffs	147
4.4.1 Mehr Dynamik: Entscheidungen als Operationen	150
4.4.2 Mehr Empirie: Methodologie und Kausalitätsmedium	154
4.4.3 Mehr Anschaulichkeit: Notation der Entscheidung	157
4.4.4 Kritische Einordnung	161
4.5 Zwischenfazit: Entscheidungen als Form von Kommunikation	162
5 Die Form von PR-Entscheidungen	167
5.1 PR-Entscheidungen und Strategie	168
5.1.1 Planung	172
5.1.2 Steuerung	175
5.1.3 Intentionalität	181
5.1.4 Strategische Prämissen – Zusammenfassung	185

5.2	PR-Entscheidungen und Organisation	188
5.2.1	Entscheidungsprogramme	194
5.2.2	Kommunikationswege	200
5.2.3	Personal	203
5.2.4	Organisationale Prämissen – Zusammenfassung	207
5.3	PR-Entscheidungen und Öffentlichkeit	209
5.3.1	Themenorientierung	220
5.3.2	Mediale Taktungen	223
5.3.3	Reflexivität	225
5.3.4	Öffentlichkeitsbezogene Prämissen – Zusammenfassung	227
5.4	Zwischenfazit: Was ist unter PR-Entscheidungen zu verstehen?	232
6	Digitale Technologien und Entscheidungen	237
6.1	Kurze Rückschau und erste Einordnung	237
6.1.1	PR-Entscheidungen als Ausgangspunkt	238
6.1.2	Algorithmic Decision Making?	240
6.1.3	Systemtheorie und Technik	241
6.2	Systemtheoretische Digitalisierungskonzepte im Überblick	243
6.3	Technik zwischen Form und Medium	247
6.3.1	Digitale Technik als Form (Digitaltechnik)	248
6.3.1.1	Selbstlernende Maschinen und Non-Trivialität	252
6.3.1.2	Digitaltechnik und Kommunikation	256
6.3.2	Digitale Technik als Medium (Digitalität)	260
6.3.2.1	Formbildung im Medium Digitalität	265
6.3.2.2	Digitalität und Sinnüberschuss	267
6.4	Digitales „Entscheiden“	272
6.4.1	Digitaltechnik als „Entscheidungstechnik“	273
6.4.1.1	„Nein“: Kein Umgang mit Nichtwissen und Kontingenz	274
6.4.1.2	„Nein, aber“: Algorithmische Neuorganisation von Komplexität	279
6.4.1.3	Virtuelle Entscheidungen und Calcucisions	281
6.4.1.4	Risikoverschiebungen	283

6.4.2	Entscheidungen im Medium der Digitalität	285
6.4.2.1	Quantifizierung und Formalisierung	286
6.4.2.2	Temporalisierung und Beschleunigung	289
6.4.2.3	Soziale Entkopplung und Verantwortungsfragen	290
6.5	Zwischenfazit: Entscheidungen zwischen Digitaltechnik und Digitalität	292
7	PR-Calcucisions: Form und Folgen	297
7.1	Auf dem Weg zu neuer Form	299
7.1.1	Sachlich: Veränderte Alternativlagen	299
7.1.2	Zeitlich: Schnellere Taktungen	302
7.1.3	Sozial: Verantwortungsverschiebungen	304
7.2	Folgen für PR-Entscheidungsprämissen	307
7.2.1	Prämissen Strategie: Wo abweichen?	307
7.2.1.1	Zahlenorientierung	308
7.2.1.2	Suche nach Wettbewerbsvorteilen	309
7.2.2	Prämissen Organisation: Wer übernimmt Verantwortung?	310
7.2.2.1	Um-Professionalisierung	311
7.2.2.2	Organisationale Evolution	312
7.2.3	Prämissen Öffentlichkeit: Wie Aufmerksamkeit sichern?	314
7.2.3.1	Potenzierungseffekte	315
7.2.3.2	Verstärkung reflexiver Formen	316
7.3	PR-Entscheidungen im digitalen Zeitalter	318
8	Fazit und Ausblick	321
8.1	Public Relations und Entscheidung – eine neue Perspektive	321
8.1.1	Gang der Studie	322
8.1.2	Erkenntnisse im Überblick	328
8.2	Limitationen der Studie und alternative Wege	332
8.3	Forschungskorridore und Ausblick	337