

*Call for Papers***Intuition, Institution, Ideologie und Impact:  
Wicked Problems in der PR- und Organisationskommunikation**

25. Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Public Relations und Organisationskommunikation  
8. bis 10. November 2018 in Stuttgart

**Tagungsthema**

Die Leitfrage der Tagung ist: *Was leisten Theorien, Modelle und Methoden der PR und Organisationsforschung (PROKF)?* In den letzten Jahren hat sich das Forschungs- und Ausbildungsfeld zwar dynamisch entwickelt (rückblickend Hoffmann & Huck-Sandhu 2013). Doch gilt das auch für den Erklärungsgehalt der Modelle und Theorien des Felds? Die PROKF steht – wie die Kommunikationswissenschaft als Ganzes – vor großen Herausforderungen, die viele gesellschaftliche Teilbereiche gleichermaßen betreffen (vgl. etwa Hepp 2016). Herausforderungen wie etwa Digitalisierung und Künstliche Intelligenz bzw. Klimawandel und Migration weisen alle Charakteristika eines „wicked problems“ (Levin et al. 2012): knifflige oder verflochtene Probleme, für die es keine einfachen Lösungen geben kann, weil sie sich dynamisch entwickeln und nicht zentral geregelt werden können.

Als typische Querschnittsdisziplin nutzt die PROKF häufig Theorien und Modelle aus anderen Disziplinen und überträgt diese auf eigene Forschungsfragen (Wehmeier 2012). Eine evidenzbasierte Reproduktion gut ausgearbeiteter Modelle findet aber nur eingeschränkt statt, was eine Wissensakkumulation im Feld erschwert. Reichen unsere Modelle und methodischen Werkzeuge aus, um Antworten auf die wicked problems unseres Fachs zu liefern? Oder anders formuliert: Stellt die PROKF die *richtigen* Fragen (Abbott 2005; Dennett 2013) und hat sie dafür die *richtigen* Methoden (Martin 2017)? Die Frage der Richtigkeit ist normativ, soll hier aber bewusst provokativ eingesetzt werden. Für die Organisationskommunikationsforschung zeigt etwa Kuhn (2017) mit seinem Vorschlag einer kommunikativen Imagination einen Weg auf, neue Fragen für existierende Forschungsfelder zu entwickeln. Auch Nothhaft (2016) ruft Vertreter des strategischen Kommunikationsmanagements dazu auf, ein konsistentes Rahmenwerk zu entwickeln, um Wirkungsannahmen kohärent zu überprüfen und weiterzuentwickeln. Doch die Resonanz auf solche Diskussionsaufrufe fällt meist spärlich aus. Liegt dies an einer zunehmenden Ausdifferenzierung des Forschungsfelds, was als Zeichen der Maturität interpretiert werden kann? Oder sind unsere Beiträge ohne Relevanz für Forschung und Praxis („Rigor-und-Relevance-Problem“)?

Die Beiträge der Tagung sollen deshalb nicht nur weitere Forschungsergebnisse präsentieren, sondern vor allem neue Fragen für das Forschungsfeld aufwerfen und durch einen gemeinsamen Diskurs zur „weiteren Theoriebildung und zu einer differenzierten empirischen Erforschung“ beitragen (vgl. Selbstverständnis der Fachgruppe PROK). Dies beinhaltet auch den Auftrag, Forschungsmethoden und -ergebnisse kritisch zu reflektieren.

Um den Austausch und die Diskussion auf der Tagung gezielt zu fördern, können neben regulären Tagungsbeiträgen auch Workshops und interaktive Diskussionsformate eingebracht werden.

## Themenfelder

Die nachfolgenden Themenfelder sind aus Systematisierungsgründen entlang der Mikro-, Meso- und Makroebene angelegt.

### 1. *Intuition und Intention (Mikro-Ebene)*

Viele Berufsfeldstudien erforschen soziodemographische Faktoren, organisationale Einbettung, berufliche Autonomien oder professionelle Kompetenzen von KommunikatorInnen (Tench et al 2017). Implizit wird KommunikatorInnen dabei ein zweckrational-intentionales Handeln zugeschrieben, wohingegen in der Berufspraxis intuitives Entscheiden oder muddling-through zu beobachten ist.

- Welches Menschenbild bzw. Rollenbilder liegen dem Berufsfeld zu Grunde? Welche Rolle spielen Vorbilder, persönliche Netzwerke und Informalität für Kommunikationskarrieren?
- Wie verarbeiten KommunikatorInnen widersprüchliche Erwartungen im beruflichen Kontext, z.B. bei ethischen Konflikten?
- Welche Persönlichkeitsmerkmale sind bei KommunikatorInnen besonders ausgeprägt? Mit welchen Konsequenzen?

Hier können neue Perspektiven (z.B. aus der Eliteforschung, sozialen Netzwerkanalyse, Verhaltensökonomie, Soziolinguistik/Rhetorik, Kognitionswissenschaft bzw. Sozial- und Evolutionspsychologie) helfen, neue Fragen aufzuwerfen.

### 2. *Institution und Organisation (Meso-Ebene)*

Auf der Meso-Ebene werden überwiegend Kommunikationsabteilungen und weniger stark Dienstleister wie die Kommunikationsberatung untersucht. Doch viele Entwicklungen lassen sich erst durch den Einbezug der Umwelt erklären.

- Wie verändern einzelne Ereignisse (field-configuring-events) die Kommunikation von Organisationen? Können diese Ereignisse auch bewusst durch Kommunikation herbeigeführt werden oder liegen hier Pfadabhängigkeiten vor?
- Wie kann pr-as-practice in Anlehnung an den strategy-as-practice-Diskurs modelliert und untersucht werden?
- Können die Ansätze der kommunikativen Konstruktion bzw. des kommunikativen Institutionalismus (Cornelissen et al. 2015) von den Forschungsergebnissen der PROKF profitieren (und umgekehrt) oder bleiben die Zugänge unvereinbar?

Beispielweise können Erklärungsmodelle aus der Institutionalismus- und Organisationsforschung (z.B. aus agentenbasierten Simulationsmodellen, Praxistheorien, Prozess- und Komplexitätsforschung, CCO) aber auch aus anderen Disziplinen eine Inspiration liefern.

### 3. *Ideologie und Kritik (Makro-Ebene)*

Der Ideologiebegriff ist in der (deutschsprachigen) PR-Forschung nur wenig erforscht, vermutlich wegen seiner impliziten Nähe zur Propaganda (Arnold 2003). Er fragt generell nach der Entstehung und Verbreitung von Weltanschauungen (Meyer et al. 2009). Diese wirken sich auf die Gestaltung der Kommunikation in und von Organisationen aus:

- Welche Weltanschauungen liegen Ansätzen der PROKF wie etwa der Excellence-Studie oder dem Kommunikationsmanagement zugrunde? Kann es Kommunikationsmanagement ohne ideologische Fundierung geben? Gibt es eine kritische PROK-Forschung im deutschsprachigen Raum?
- Welcher Zusammenhang besteht zwischen Organisation und Ideologie? Sind Berufsverbände ursächliche Motoren ideologischer Überzeugungen?
- Wie gehen Organisationen mit ideologischen Abweichungen ihrer Mitglieder um? Welche Rolle spielt die interne Kommunikation bei der Festigung von Leitbildern und Visionen?

Diese Fragen können z.B. aus geschichtswissenschaftlicher, anthropologischer, kritischer oder wissenschaftstheoretischer Perspektive untersucht werden.

#### 4. Impact und Ertrag

Dieses Querschnittsthema bezieht sich selbstreflexiv auf die PROKF und fragt nach dem Ertrag des Forschungsfelds sowohl innerhalb der Kommunikationswissenschaft als auch für die Berufspraxis:

- Welchen Ertrag (oder Impact) haben die Forschungsergebnisse für Aus- und Weiterbildung oder in der Berufspraxis?
- Wie lässt sich die Leistung bzw. der Ertrag des Forschungsfelds methodisch erfassen? Welche Erkenntnisse zeigen komparative oder historische Methoden für die Entwicklung des Felds auf?
- Gibt es dominante und/oder marginalisierte Strömungen innerhalb des Forschungsfelds?

Dazu können z.B. Ansätze aus der Wissenssoziologie, Biblio- und Scientometrie oder Wissenschaftsforschung herangezogen werden.

#### Einreichung von Beiträgen

Begrüßt werden Beiträge PROKF sowie aus angrenzenden Disziplinen. Theoretische Beiträge sind ebenso willkommen wie Ergebnisse aus qualitativen und quantitativen Studien oder Befunde aus der Bearbeitung und Begleitung von Projekten in der Praxis. Zudem sind Beiträge erwünscht, die quer zu den oben genannten Themenfeldern liegende Forschungsfragen beleuchten oder innovative Perspektiven auf das Feld eröffnen. Erwünscht sind insbesondere aber auch Einreichungen, die mehrere Untersuchungsebenen verbinden oder im Sinne einer „flat ontology“ durchbrechen (z.B. Akteurs-Strukturdynamik, Akteur-Netzwerk-Theorie, CCO-Perspektive, Figurationsansätze, etc.) und/oder verschiedene empirische Methoden kombinieren, etwa aus den Computational Social Sciences oder Digital Humanities.

Beiträge zum oben beschriebenen Tagungsthema können in deutscher oder englischer Sprache eingereicht werden. Vortragsvorschläge mit konkretem Bezug zum Tagungsthema sollten einem der oben genannten Themenfelder zugeordnet sein. Beiträge sind als vollständig anonymisiertes Abstract (ein Dokument im PDF-Format; maximal 5.000 Zeichen inkl. Leerzeichen, exkl. Literaturverzeichnis; Bitte im PDF auch die automatischen Dateinformationen anonymisieren!) bis zum **Freitag, 13. April 2018** im Konferenzmanagement-System unter <http://review.bib-polok.de/prok2018> einzureichen.

Bei den Tagungsbeiträgen muss es sich um Originalbeiträge handeln, die bisher in der Form nicht veröffentlicht oder auf einer Tagung präsentiert wurden. Dies ist auf dem Deckblatt ausdrücklich zu erklären. Allerdings ist es möglich, aus bereits publizierten und präsentierten Arbeiten einzelne Aspekte herauszugreifen, um sie in einem neuen Zusammenhang vertiefend zu bearbeiten. Diese Vorgehensweise muss aus dem Abstract hervorgehen. Das Abstract soll explizit auf die folgenden Aspekte eingehen: (a) Ziel des Beitrages, (b) detaillierte Informationen zum Methodendesign (insbesondere Angaben zur Fallzahl sowie dazu, in welchem Stadium sich die Studie zum Zeitpunkt der Abstract-Einreichung befindet und welche Ergebnisse bei der Tagung realistisch betrachtet vorgestellt werden sollen) sowie (c) eine Begründung, warum der Beitrag einen relevanten Erkenntnisfortschritt im jeweiligen Diskurs darstellt.

Mit der Einreichung erklären sich alle Autoren bereit, im Falle einer Akzeptanz des Vorschlags an der Tagung teilzunehmen. Die Auswahl der Tagungsbeiträge erfolgt in einem anonymen Peer-Review-Verfahren durch jeweils zwei Gutachter. Es gelten die in der DGPK üblichen Auswahlkriterien (Bezug zum Tagungsthema, theoretische Fundierung, Relevanz der Fragestellung, Originalität, Angemessenheit der Methode bzw. Vorgehensweise, Klarheit und Prägnanz der Darstellung). Es ist vorgesehen, die Beiträge in einem Tagungsband zu publizieren. Um dessen zeitnahe Erscheinung sicherzustellen, wird die Deadline für die Beiträge für Winter 2018/19 avisiert.

Neben den üblichen Tagungsbeiträgen sollen bei dieser Tagung zwei zusätzliche Formate erprobt werden, für die Vorschläge eingereicht werden können: Workshops und ein Dialog-Panel.

a) *Workshops* (Umfang bis zu 120 Min., Donnerstag, 16:00 – 18:00 Uhr): Ein Workshop-Format zeichnet sich durch eine ergebnisoffene Anlage und eine aktive Partizipation von maximal 20 TeilnehmerInnen aus und ist dem Get-Together zeitlich vorgeschaltet. Die Einreichung soll Ziele und Methoden des Workshops kurz beschreiben. Denkbar sind hier z.B. Vorschläge zu gemeinsamen Forschungs- und Publikationsaktivitäten oder Methodenworkshops. Die inhaltliche Ausrichtung und Planung obliegt den EinreicherInnen. Es können maximal zwei Workshops an der Hochschule stattfinden. Bei mehr als zwei Einreichungen entscheiden die Passung zum Tagungsthema und die Relevanz des Workshops für die Ziele der Fachgruppe. Die Anmeldung zum Workshop erfolgt über die Tagungswebsite. Bitte bei der Einreichung auf dem Deckblatt „Workshop“ vermerken.

b) *Dialog-Panel* (Umfang 90 Min., Einbettung als reguläre Session im Tagungsprogramm): Gemäß der Zielsetzung des Calls sollen nicht nur Antworten, sondern auch Dialog und Fragen im Zentrum stehen. Eine Session im Umfang von 90 Minuten kann deshalb als interaktives Format gestaltet werden. Im Gegensatz zum Workshop sollen hierbei alle TeilnehmerInnen aktiv beteiligt sein. Dazu eignen sich Großgruppenmethoden wie das Worldcafé oder andere Dialogformate (Impulse aus unterschiedlichen Perspektiven, Zukunftskonferenz, Appreciative Inquiry, Unconference, etc.). Die Einreichung soll auf das Ziel und die geplanten Methoden des Dialog-Panels eingehen. Bitte bei der Einreichung auf dem Deckblatt „Dialog-Panel“ vermerken.

Die Einreichung von Vorschlägen für Workshops und Dialog-Panels erfolgt ebenfalls über das Konferenzmanagement-System mit den gleichen Anforderungen und Terminen. Sofern es mehrere Einreichungen für Workshops oder Dialog-Panels gibt, wird die Fachgruppenleitung ein anonymes Review-Verfahren aufsetzen, das sich an den jeweils benannten Zielen der beiden Formate orientiert.

### **Zeitplan**

Die Ergebnisse des Reviewverfahrens werden allen Einreichenden bis zum 30. Juni 2018 bekannt gemacht. Das Programm wird voraussichtlich bis zum 15. Juli 2018 veröffentlicht. Zu diesem Zeitpunkt folgen dann alle weiteren Informationen zum Tagungsort, Tagungsbeitrag und zu Hotelvorschlägen. Die Tagung wird am Donnerstag, den 8. November 2018 um 19:00 Uhr mit einem Get-Together beginnen und am Samstag, den 10. November 2018, gegen 13:30 Uhr enden. Tagungsort ist die Hochschule der Medien, Nobelstr. 10a, 70569 Stuttgart.

### **Für das ausrichtende Institut**

Katrin Hassenstein, Christine Ritz,  
und Swaran Sandhu, Stuttgart

### **Für die Fachgruppe**

Simone Huck-Sandhu, Pforzheim  
Kerstin Thummes, Münster

## Literatur

- Abbott, A. (2005): *Methods of discovery: Heuristics for the social sciences*. New York: Norton.
- Arnold, K. (2003): *Propaganda als ideologische Kommunikation*. Publizistik 48(1), 48-63.
- Cornelissen, J.P., Durand, R., Fiss, P.C., Lammers, J.C., Vaara, E. (2015): *Putting communication front and center in institutional theory and analysis*. Academy of Management Review 40(1), 10-27.
- Dennett, D. C. (2013): *Intuition pumps and other tools for thinking*. New York: Norton & Company.
- Hepp, A. (2016): *Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten*. Publizistik 61(3), 225-246.
- Levin, K., Cashore, B., Bernstein, B. & Auld, G. (2012): *Overcoming the tragedy of super wicked problems: Constraining our future selves to ameliorate global climate change*. Policy Sciences 42(2), 123-152.
- Hoffjann, O. & Huck-Sandhu, S. (2013) (Hg.): *UnVergessene Diskurse. 20 Jahre PR- und Organisationskommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kuhn, T. (2017): *Developing a communicative imagination under contemporary capitalism: The domain of organizational communication as a mode of explanation*. Management Communication Quarterly 13(1), 116-122.
- Nothhaft, H. (2016): *A framework for strategic communication research: A call for synthesis and consilience*. International Journal of Strategic Communication, 10(2), 69–86.
- Martin, J.L. (2017): *Thinking through methods*. Chicago: Chicago University Press.
- Meyer, R.E., Sahlin, K., Ventresca, M.J., Walgenbach, P. (Hg.) (2009): *Institutions and Ideology* (Research in the Sociology of Organizations, Volume 27). Bingley: Emerald Group Publishing.
- Tench, R., Verčič, D., Zerfass, A., Moreno, A., Verhoeven, P. (2017): *Communication Excellence. How to develop, manage and lead exceptional communications*. London: Springer.
- Wehmeier, S. (2012): *Public Relations: Status und Zukunft eines Forschungsfelds*. Wien: Springer.