

Inhalt

1	Einleitung: Regieren mit Medien.....	7
2	Aufbau und Anlage der Studie.....	15
	2.1 Stand der Forschung.....	15
	2.2 Fragestellungen, Annahmen und Zielsetzung	22
	2.3 Forschungsdesign und Aufbau der Arbeit.....	29
3	Regierung, Regieren und Regierungskommunikation.....	35
	3.1 Regierung und Regieren.....	35
	3.2 Regierungskommunikation als politische Kommunikation	40
	3.3 Zwei Seiten des Regierens: Politikerherstellung und -darstellung.....	50
	3.4 Legitimation durch Kommunikation des Regierens.....	56
4	Medienwandel und Medialisierung	59
	4.1 Strukturbedingungen des Medienwandels.....	59
	4.2 Medialisierung: Funktionen und Begriffsbestimmung.....	66
5	Kommunikationsmanagement und Professionalisierung.....	75
	5.1 Der Begriff des Kommunikationsmanagements	75
	5.2 Elemente des Kommunikationsmanagements.....	78
	5.3 Professionalisierung als Reaktion auf Medialisierung	81
6	Das Verhältnis von Politik und Medien	87
	6.1 Theoretische Ansätze zu Politik und Medien.....	88
	6.2 Modell diskursiver Interpenetration	92
7	Zusammenfassung der theoretischen Konzeption.....	117
8	Methodik.....	121
	8.1 Vorgehen bei der synchronen Bestandsaufnahme.....	123
	8.2 Erhebung und Analyse der qualitativen Daten.....	124
9	Wechselseitige politisch-mediale Rollenverständnisse.....	133
	9.1 Rollenkriterien und Zuschreibungen	136
	9.2 Wechselseitige Funktionalisierungen und Interpenetration	142
	9.3 Zusammenfassung: Rollenzuschreibungen zwischen Bonn und Berlin.....	148
10	Ausdifferenzierung des Hauptstadtjournalismus.....	151
	10.1 Beschleunigung der politischen Kommunikation	152
	10.2 Leitmedien, Qualitätsmedien und Regionalmedien	157
	10.3 Zusammenfassung: Medienvielfalt, Medienkonzentration und Onlinekommunikation.....	177

11	Transformation der Regierungskommunikation	181
11.1	Ressourcen und Organisationstruktur der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung	182
11.2	Regierungskommunikation zwischen Koalition und Reform: Rahmenbedingungen und Neuerungen	190
11.3	Zusammenfassung: Regierungskommunikation zwischen Ressortautonomie und Einheitlichkeit.....	233
12	Interpenetration von Regierungskommunikation und Hauptstadtjournalismus.....	239
13	Anzeichen strategischer Optimierung des Kommunikationsmanagements	253
13.1	Information: Wandel von Informationspolitik und Pressearbeit?.....	255
13.2	Persuasion: Strategisches Kommunikationsmanagement	274
13.3	Zunahme der Unterhaltungsorientierung und Personalisierung von Politik?.....	290
13.4	Hintergrundkreise: „Das Doppelspiel, das von allen Seiten betrieben wird“	305
13.5	Professionalisierung und (externe) Beratung von Regierungskommunikation	321
13.6	Zusammenfassung: Strategie, Unterhaltung und Professionalisierung	330
14	Schluss: Regieren mit Medien im Wandel der Zeit.....	337
Anhang	353	
	Abkürzungsverzeichnis	353
	Abbildungsverzeichnis.....	354
	Verzeichnis der Tabellen	354
	Liste der Interviewpartner	355
Literaturverzeichnis	357	
	Zitierte Primärquellen	357
	Verwendete und zitierte Sekundärquellen.....	358
Dank	397	

Der elektronische Anhang ist abrufbar auf der Seite zum Buch unter www.budrich-verlag.de (DOI: 10.3224/84740603A)