

Inhaltsverzeichnis

I.	Einleitung.....	01
II.	Politische Kommunikation im Wandel.....	05
2.1	Politik und politischer Prozess	05
2.2	Öffentlichkeit und öffentliche Meinung	07
2.3	Politische Kommunikation	10
2.4	Die Mediatisierung der Politik	15
III.	Public Relations.....	19
3.1	Theorien der Public Relations	19
3.1.1	Gesellschaftsorientierte Ansätze	20
3.1.2	Organisationstheoretische Ansätze	23
3.2	Professionalisierung und Strategien der politischen PR	28
3.2.1	Bewertungsansätze der Professionsforschung	28
3.2.2	Strategien und Verfahren der politischen PR	30
IV.	Journalismus.....	34
4.1	Journalismus als soziales (Funktions-)System	34
4.2	Journalistische Themenfindung, Selektion und Qualität	38
V.	Interaktion von Politik, Public Relations und Journalismus.....	42
5.1	Die Beziehungen zwischen PR und Journalismus	42
5.1.1	Die Determinationshypothese als steuerungstheoretischer Ansatz	42
5.1.2	Das Intereffikationsmodell	45
5.1.3	Interpenetration als Spezialfall struktureller Kopplung	49
5.2	Politiker, PR-Akteure, Journalisten: Ein Handlungssystem	51

VI. Reforminitiativen im Spannungsfeld von bürgerlichen Protestbewegungen und Verbands-PR.....	55
VII. Aufbau der Evaluationsstudie zur Öffentlichkeitsarbeit der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.....	64
7.1 Forschungsfragen und Zielsetzung der Studie	64
7.2 Untersuchungsanlage der Evaluationsstudie	66
7.2.1 Das Experteninterview als Rechercheinstrument	67
7.2.2 Die Input-Output-Analyse als spezielle Form der Inhaltsanalyse	68
7.2.2.1 Auswahl der Untersuchungseinheiten	69
7.2.2.2 Vorgehensweise und Methodik	71
7.2.2.3 Reliabilität und Validität	76
7.2.2.4 Hinweise zur Datenauswertung	77
VIII. Ergebnisse des Experteninterviews.....	78
IX. Ergebnisse der Input-Output-Analyse.....	88
9.1 Ergebnisdarstellung zur Analyse der INSM-Pressemitteilungen	88
9.2 Ergebnisdarstellung zur Analyse der Medienberichterstattung	95
9.3 Ergebnisse der vergleichenden Analyse von Pressemitteilungen und Medienberichterstattung	112
9.3.1 Themeninduktionen durch die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft	112
9.3.2 Selektion und Verwendung der Pressemitteilungen in der Berichterstattung	115
X. Schlussbetrachtung.....	123

Literaturverzeichnis