

Juliana Raupp
Jan Niklas Kocks
Kim Murphy *Hrsg.*

Regierungs- kommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit

Implikationen des technologisch
induzierten Medienwandels



Springer VS

Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit

Juliana Raupp · Jan Niklas Kocks
Kim Murphy
(Hrsg.)

Regierungs- kommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit

Implikationen des technologisch
induzierten Medienwandels

Herausgeber

Juliana Raupp
Berlin, Deutschland

Kim Murphy
Berlin, Deutschland

Jan Niklas Kocks
Berlin, Deutschland

Diese Publikation entstand im Rahmen der von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Forschergruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“ (1381), Teilprojekt 6 – Networked Media Government Relations.

ISBN 978-3-658-20588-1 ISBN 978-3-658-20589-8 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-20589-8>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2018

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Inhalt

1. Zur Einführung
Juliana Raupp, Jan Niklas Kocks & Kim Murphy 1

I. Disziplinäre Perspektiven

2. Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit
aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive..... 7
Juliana Raupp & Jan Niklas Kocks
3. Regierungskommunikation im Wandel –
Politikwissenschaftliche Perspektiven 25
Isabelle Borucki & Uwe Jun
4. Staatliche Öffentlichkeitsarbeit aus rechtswissenschaftlicher Perspektive . 47
Tristan Barczak
5. Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit aus
kommunikationshistorischer Perspektive 73
Thomas Birkner

II: Theoretische und methodische Herausforderungen

6. Methodische Herausforderungen der Untersuchung digitaler
politischer Kommunikation 95
Martin Emmer
7. Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit
aus netzwerkanalytischer Perspektive 111
Jan Niklas Kocks

8. Europäische Regierungschefs auf Facebook: Dialogische Offerten und Interaktion in Netzwerken rund um Fanpages ..	127
<i>Isabelle Borucki</i>	
9. Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit aus Sicht des akteurzentrierten Institutionalismus	145
<i>Juliana Raupp</i>	
10. Output-orientierte Forschungsansätze zur Analyse (digitaler) Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit	167
<i>Uta Rußmann</i>	
11. „Wir schaffen das!“ aus Ländersicht: Fallstudie zu migrationspolitischer <i>Facebook</i> -Kommunikation im Krisenherbst 2015	185
<i>Henning Brücker & Lisa Unbehaun</i>	
12. Lost in Translation: The Methodological Challenges of Comparative Studies	203
<i>Kim Murphy</i>	
III: Herausforderungen für die Kommunikationspraxis	
13. Regierungskommunikation als Herausforderung für die Politikberatung.....	219
<i>Marco Althaus</i>	
14. „Die Leute erwarten den Dialog und den liefern wir auch“ – Ein Gespräch über Regierungskommunikation in den Sozialen Medien ..	251
<i>Andreas Block & Klaus Feldgen</i>	
Sachwortregister	259
Autorinnen und Autoren	261

1. Zur Einführung

Juliana Raupp, Jan Niklas Kocks & Kim Murphy

„Die Regierungskunst besteht wie die der Rechtsanwälte darin, dass man die Worte zu meistern versteht“ (Gustave Le Bon)

Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit sind in der Mediengesellschaft untrennbar mit der Ausübung exekutiver Gewalt verwoben; zu regieren bedeutet unter diesen Umständen immer auch zu kommunizieren. Die Bevölkerung möchte wissen, welche politischen Leitlinien ihre Regierung verfolgt und wie sie im politischen Tagesgeschäft agiert und zu agieren gedenkt. Der Anspruch auf diese Information ist kommunikatives Anrecht und – um mit dem Bundesverfassungsgericht zu sprechen – Grundvoraussetzung des Konsenses zwischen Bürgern und Staat.

Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit bedienen sich eines weiten Instrumentariums der politischen Kommunikation, um diese Aufgabe ordnungsgemäß zu erfüllen. Im Rahmen der Presse- und Medienarbeit werden Journalistinnen und Journalisten adressiert, zudem wird im Rahmen der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit unmittelbar an die und mit der Bevölkerung kommuniziert. Sich ändernde Rahmenbedingungen, politische und gesellschaftliche Veränderungsprozesse und allem voran technologisch getriebener Medienwandel haben dabei seit jeher zu Veränderungen dieses Instrumentariums wie auch der Kommunikation an sich geführt.

Das Aufkommen digitaler Kommunikationsmittel in den frühen 2000er Jahren und die Etablierung und Diversifikation Sozialer Netzwerke und neuer Medienformen in den 2010er Jahren sind dabei wohl einige der umfassendsten, in technologischer Hinsicht wohl tatsächlich die umfassendsten Veränderungsprozesse, denen sich Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit seit ihrer Etablierung ausgesetzt sahen. Alles ist im Wandel: Plattformen, Nutzungsgewohnheiten, Rezipientenansprüche und Zeithorizonte. Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit müssen sich verändern, um relevant zu bleiben und um ihren verfassungsgemäßen Auftrag weiterhin effektiv erfüllen zu können.

Aus diesem Wandel entstehen Herausforderungen für die Kommunikatoren, für die sie beobachtenden Journalisten und für jenen Teil der Bevölkerung, der

noch immer aktiv beobachtend am politischen Tagesgeschehen teilnimmt. Nicht zuletzt entstehen aber auch Herausforderungen für die wissenschaftliche Beschreibung und empirische Analyse von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit. Von einem Teil dieser Herausforderungen handelt dieser Band.

1.1 Teil I: Disziplinäre Perspektiven

Im ersten Teil des Bandes wird der Wandel von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit aus verschiedenen sozial- und geisteswissenschaftlichen Perspektiven reflektiert. *Juliana Raupp* und *Jan Niklas Kocks* nehmen dabei die Perspektive der Kommunikationswissenschaft ein, skizzieren Forschungsstand und Abgrenzungsproblematiken in dieser Disziplin und beleuchten die spezifischen theoretischen und methodischen Herausforderungen der Digitalisierung. Im Anschluss daran fokussieren *Isabelle Borucki* und *Uwe Jun* die Wandlungsprozesse in diesem Bereich aus politikwissenschaftlicher Perspektive. Sie diskutieren Prozesse der Medialisierung und Digitalisierung, insbesondere auch aus demokratietheoretischer Perspektive, und suchen eine Typologie digitalisierter Regierungskommunikation zu entwickeln. *Tristan Barczak* legt den Schwerpunkt seiner rechtswissenschaftlichen Betrachtungen auf das Spannungsfeld zwischen gebotenen Maßnahmen von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit auf der einen Seite und unzulässiger Wahlkampfkommunikation bzw. Wahlkampfbeeinflussung durch staatliche Akteure auf der anderen Seite. Schließlich zeichnet *Thomas Birkner* die historischen Entwicklungen von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland nach, insbesondere auch hinsichtlich der dynamischen Symbiose zwischen Medien und Politik: Wer hat wen maßgeblich geprägt, welchen Wandel durchlebte diese Beziehung im Laufe der Zeit?

1.2 Teil II: Theoretische und methodische Herausforderungen

Im zweiten Teil des Bandes werden vor allem empirische und methodologische Herausforderungen des Wandels von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit diskutiert und ausgewählte empirische Befunde präsentiert. Eingangs reflektiert *Martin Emmer* die spezifischen empirischen Chancen und Herausforderungen, die der digitale Wandel für empirisch arbeitende Sozialwissenschaft bedeutet: Welche neuen Möglichkeiten der Datengewinnung und Datenauswertung ergeben sich und wo sind Vorsicht und Skepsis geboten? Im Anschluss daran widmet sich *Jan Niklas Kocks* netzwerkanalytischen Zugängen. Er

beschreibt die Potenziale dieses vergleichsweise jungen Ansatzes hinsichtlich einer Integration verschiedener Analyseebenen und arbeitet heraus, welche Vor- und Nachteile Netzwerkanalysen gegenüber herkömmlichen Forschungsdesigns mit sich bringen. Danach zeigt *Isabelle Borucki* ausgewählte netzwerkanalytische Befunde einer Fallstudie, die über drei Jahre hinweg die Kommunikation rund um die Europawahl in Deutschland, Österreich und Großbritannien beobachtet hat. *Juliana Raupp* zeigt das Potenzial einer akteurzentrierten Perspektive auf: Sie beschreibt auf der Basis des akteurzentrierten Institutionalismus die Regierung als komplexen Akteur und stellt auf dieser Grundlage Möglichkeiten dar, Handlungsrepertoires der Regierungskommunikation zu analysieren. Output-orientierte Ansätze bilden den Schwerpunkt des nachfolgenden Kapitels von *Uta Rußmann*, in dem sie sich im Schwerpunkt mit verschiedenen inhaltsanalytischen Zugängen auseinandersetzt und aufzeigt, welche spezifischen Herausforderungen die Veränderungen im Bereich der politischen Online-Kommunikation hier mit sich bringen. *Henning Brücker* und *Lisa Unbehaun* vergleichen danach in einer inhaltsanalytischen Fallstudie die unterschiedlichen Ansätze und Herangehensweisen ausgewählter Landesregierungen in Deutschland in der Online-Kommunikation während der Flüchtlingskrise 2015. Schließlich widmet sich *Kim Murphy* den besonderen Herausforderungen komparativer Untersuchungsdesigns in länderübergreifenden Analysen und diskutiert verschiedene Ansätze zur Sicherstellung von Äquivalenz in solchen Untersuchungen.

1.3 Teil III: Herausforderungen für die Kommunikationspraxis

Im dritten Teil des Bandes geht es schließlich um die Herausforderungen des digitalen Wandels für die Praxis von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit. Im Gespräch mit den Herausgebern (*Jan Niklas Kocks* und *Juliana Raupp*) stehen *Klaus Feldgen* und *Andreas Block* Rede und Antwort zu ihrer Arbeit in der Social Media-Abteilung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Welche Herausforderungen bringt die Online-Kommunikation mit dem Bürger mit sich, welche in- und externen Problemstellungen gilt es zu beachten und wie geht man im Alltag mit neuen Phänomenen wie z.B. sogenannten Trollen um? Abschließend reflektiert dann *Marco Althaus* die besonderen Herausforderungen, die der technologische Wandel für die Politikberatung in diesem Bereich mit sich bringt. In welchem Verhältnis stehen Politikberater und Regierungsakteure, wo ergeben sich spezifische Konfliktlinien und wie lässt sich mit diesen Herausforderungen umgehen?

Der technologisch induzierte Medienwandel ist ein stetig voranschreitender und sich zunehmend beschleunigender Prozess. Die Beiträge dieses Bandes können und wollen unter diesen Umständen vor allem eine Momentaufnahme sein und aktuelle und perspektivische Herausforderungen und Chancen für die politische Kommunikationsforschung reflektieren. Allen hier aufgeführten Autorinnen und Autoren¹ möchten wir sehr herzlich für Ihre Mitarbeit und Unterstützung des Bandes danken. Besonderer Dank gebührt auch Tina Stalf und Lisa Unbehaun, die uns sehr umsichtig und engagiert bei der Erstellung des Bandes unterstützt haben.

Berlin, Sommer 2017

Juliana Raupp
Jan Niklas Kocks
Kim Murphy

Diese Publikation entstand im Rahmen des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Forschungsprojektes „Networked Media Government Relations“. Das Forschungsprojekt ist Teil der DFG-Forschergruppe 1381 „Politische Kommunikation in der Online-Welt“.

¹ Zur besseren Lesbarkeit wird im Handbuch meist nur die männliche Form verwendet, wo dies der Fall ist, sind selbstverständlich alle Geschlechter gemeint.

I. Disziplinäre Perspektiven

2. Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive

Juliana Raupp und Jan Niklas Kocks

Was ist Regierungskommunikation? Was sind ihre Aufgaben und Ziele? Welches sind die drängendsten Probleme staatlichen Öffentlichkeitsarbeit? Die Antwort auf diese Fragen fällt unterschiedlich aus, je nachdem, aus welchem disziplinären Bereich sie beantwortet werden. Innerhalb der Kommunikationswissenschaft befassen sich zwei Forschungsbereiche mit Regierungskommunikation, nämlich die Forschung zur politischen Kommunikation und die Public Relations-Forschung (Canel & Sanders, 2012; Sanders, 2011; Sanders & Canel, 2013).

Ein zentrales Thema der politischen Kommunikationsforschung ist das Verhältnis von Politik und Medien in Demokratien. Grundlegend ist dabei ein Modell der politischen Kommunikation, das Regierung und politische Eliten auf der einen Seite und Bürgerinnen und Bürgern auf der anderen Seite sieht, die Medien nehmen dabei eine intermediäre Rolle ein (Donges & Jarren, 2017, S. 106; McNair, 2011, S. 20). Den Medien wurde ein Informations-, Repräsentations-, Kritik- und Kontrollfunktion zugeschrieben und es wurde kritisch hinterfragt, inwieweit sie den ihnen zugeschriebenen Erwartungen gerecht werden können (Graber, 2003). Zwischen Medien und Regierung besteht also ein Spannungsverhältnis, so der Ausgangspunkt, und im Hinblick auf die Regierung wurde gefragt, mit welchen Mitteln die Machthabenden die Medien zu ihren Zwecken nutzen (Bennett & Manheim, 2005; McNair, 2004, 2007). In diesem Kontext wurde das „Newsmanagement“ (Pfetsch, 1999), die „Politikvermittlung“ (Tenscher, 2003) und die strategische Kommunikation politischer Akteure (Jarren, 2007) untersucht. Die Medialisierungsthese ist ein Schlüsselkonzept der politischen Kommunikationsforschung, mit dem die Bedeutung der Medien für die Politik in etablierten Demokratien analysiert wird (Strömbäck & Esser, 2014, S. 4).

Befasst sich die politische Kommunikationsforschung aus einer demokratie- bzw. gesellschaftstheoretischen Perspektive mit Regierungskommunikation, so ist die Perspektive der politischen Public Relations-Forschung meist organisationsbezogen. Politische Public Relations (PR) wird als „Teil des Kommunikationsmanagements politischer Akteure mit ihren externen und internen Umwelten“ definiert (Donges & Jarren, 2017, S. 144). Das Spezifische an politischer PR ist die Intentionalität und Zielgerichtetheit der Kommunikation. Als Ziele politischer PR

werden in der Regel das Reputationsmanagement und der Aufbau von Beziehungen genannt (Kiousis & Strömbäck, 2015, S. 386). Im Unterschied zur politischen Kommunikationsforschung befasst sich die politische PR-Forschung nicht primär mit Politikerinnen und Politikern als Akteuren, sondern mit den „PR-Akteuren“, also mit den Pressesprechern und Kommunikationsverantwortlichen in Organisationen. Deren Aufgaben und Ziele werden in den Blick genommen, meist unter der Fragestellung, was erfolgreiche bzw. effektive Regierungskommunikation ausmacht (Gregory, 2012; Grunig & Jaatinen, 1999; Vos, 2006).

Die beiden Forschungsbereiche der politischen Kommunikationsforschung und der politischen PR-Forschung existierten lange Zeit nebeneinander, ohne Bezug aufeinander zu nehmen. Im deutschsprachigen Raum sind erst zu Beginn der 2010er Jahre Arbeiten erschienen, die die Trennung der beiden Forschungsbereiche überwinden. Beispielhaft sind hier die Dissertationen von Vogel (2010), Heinze (2012), Diermann (2013) und Kocks (2016) zu nennen.

Das folgende Kapitel stellt im ersten Schritt die Perspektiven der politischen Kommunikationsforschung und der politischen PR-Forschung noch etwas näher vor. Vor diesem Hintergrund wird aufgezeigt, dass spätestens die Digitalisierung der politischen Kommunikation die Trennung beider Forschungsbereiche obsolet macht. Deshalb werden im weiteren Verlauf des Kapitels aus einer integrierten Perspektive der Forschungsstand zu Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit in der Online-Welt diskutiert und auf dieser Basis die Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung für die Praxis der Regierungskommunikation und ihre sozialwissenschaftliche Erforschung zu diskutieren, um so einen kommunikationswissenschaftlich fundierten Zugang zum Thema dieses Bandes zu erschließen.

2.1 Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit aus der Perspektive der politischen Kommunikationsforschung

Politische Kommunikation ist Gegenstand sowohl der Politikwissenschaft als auch der Kommunikationswissenschaft. In der Politikwissenschaft plädiert Sarcinelli (2011) für eine „analytische Differenzierung zwischen den beiden Realitätsebenen ‚Entscheidungspolitik‘ und ‚Darstellungspolitik‘“ (S. 127). Dabei geht es vor allem darum, Erklärungen für politische Entscheidungen zu finden. Im Unterschied dazu sieht die Kommunikationswissenschaft die Darstellung von Politik eng an deren Herstellung gekoppelt; eine Trennung zwischen Politikherstellung und -darstellung wird meist nicht gemacht. In diesem Sinn begreifen Donges und Jarren (2017) Politik und politische Kommunikation als „untrennbar miteinander

verbunden“ (S. 8). Sie definieren politische Kommunikation als zentralen „Mechanismus bei der Generierung, Formulierung und Artikulation politischer Interessen, ihrer Aggregation zu entscheidbaren Programmen, sowie der Durchsetzung und Legitimierung politischer Entscheidungen“ (ebd., S. 8).

Die politische Kommunikationsforschung verwendet in der Regel einen weiten Begriff von Regierungskommunikation. Regierung wird als *government* gesehen, als politisch-administratives Entscheidungssystem (Pfetsch, 1998, S. 235), worunter oft auch die Verwaltung und das Parlament gefasst werden. Dieses weite Verständnis von Regierungskommunikation schließt den verwaltungswissenschaftlichen Begriff der Staatskommunikation (Hill, 1993) ebenso ein, wie die Kommunikation zur Entscheidungsvorbereitung, die den Bürgerinnen und Bürgern eine aktive Rolle der Politikmitgestaltung zuweist (Gebauer, 1998, S. 464). Eine zentrale Funktion der Regierungskommunikation besteht aus dieser Sicht darin, gewählte Regierungen zu legitimieren. Zwar werden Regierungen über Wahlen legitimiert, doch zwischen den Wahlen ist es die Aufgabe der Regierungskommunikation, die Legitimation herzustellen und aufrecht zu erhalten (Korte & Fröhlich, 2004, S. 259; Sarcinelli, 2011, S. 91; Vogel, 2010, S. 15; siehe auch den Beitrag von Borucki & Jun in diesem Band). Das Aufgabenspektrum der Regierungskommunikation, das sich aus diesem Verständnis ergibt, ist weit gefasst: Regierungen müssen Entscheidungen vorbereiten und begründen, sie müssen um Vertrauen werben, und sie müssen dabei den Anforderungen der Mediengesellschaft gerecht werden (Negrine, 2008, S. 118).

Insbesondere der letzte Punkt – wie Regierungen den Anforderungen der Mediengesellschaft begegnen – ist Gegenstand zahlreicher Forschungen zur politischen Kommunikation von Regierungen. Ein Schlüsselkonzept ist, wie oben bereits angedeutet, die Medialisierung der politischen Kommunikation. Ausgangspunkt der Medialisierungsforschung ist unter anderem die Beobachtung von Mazzoleni und Schulz (1999), Politik sei im Zeitalter des Fernsehens nicht nur im Wahlkampf, sondern auch im politischen Alltag ein medialisiertes Geschehen. Die Medialisierung der Politik sei, so Imhof (2006), ein grundlegendes Merkmal moderner Mediengesellschaften. Medialisierung der Politik meint grundlegend einen „Prozess, in dem Politik auf unterschiedlichen Ebenen und jeweils graduell auf die Eigenlogik der Medien reagiert“ (Donges & Jarren, 2017, S. 11). Diese Medialisierungsthese wurde für Parteien (Donges, 2008; Jun, 2009), für Parlamente (Marshall, 2009) und für Regierungen (Borucki, 2014) untersucht. Bei der Beschäftigung mit der These der Medialisierung der Politik geht es immer auch um Fragen der Machtbalance zwischen Medien und Politik, um Nähe und Distanz, um Ermöglichung und Beschränkung des politischen Handelns unter den Bedingungen medialer Beobachtung (Borucki, 2014; Hjarvard, 2008; Kunelius & Reunanen, 2012; Marcinkowski & Steiner, 2009; Pfetsch & Marcinkowski, 2009; Strömbäck,

2008; Strömbäck & Esser, 2014). Politik, so diagnostizierten Meyer, Ontrup und Schicha (2000), erscheine nur noch als geschickte Inszenierung, wobei sich die Politik den Produktionsbedingungen der Massenmedien angepasst habe.

In dieser Forschungsrichtung schwingt oft ein kritischer Unterton mit. Denn zu Demokratie gehört der offene, gleichberechtigte zivilgesellschaftliche Austausch: Aus der Perspektive der Zivilgesellschaft stellt sich die dem Machterhalt der Eliten dienende Regierungskommunikation als wenig demokratieförderlich dar. Das Problem, so Davis (2007) in seiner Studie zum Verhältnis von Regierung und Medien, sei, dass sich die politischen Eliten von der Gesellschaft abgekoppelt hätten und nur mehr mit anderen Eliten verkehren würden. Politikerinnen und Politikern, *spin doctors* und Journalisten der Mainstream-Medien seien Teil eines elitären Diskursnetzwerks, innerhalb dessen politische Konflikte unter Ausschluss der breiten Öffentlichkeit ausgetragen würden (Davis, 2007, S. 55). Durch ihre Macht, das journalistische Gatekeeping zu bestimmen, trage Regierungskommunikation zum Status quo und zum Machterhalt der Eliten bei (Bennett, 2004; Gandy, 1982). Durch professionelles Nachrichten- und Informationsmanagement würden Regierungen nicht nur informieren, sondern Informationen auch gezielt unterdrücken oder verzerren und so die öffentliche Meinung zu ihren Gunsten manipulieren (McNair, 2011, S. 123). Inwiefern Regierungen unter den Bedingungen der Digitalisierung der politischen Kommunikation weiterhin eine solche machtvolle Position in der politischen Kommunikation einnehmen, wird weiter unten zu diskutieren sein. An dieser Stelle bleibt zunächst festzuhalten, dass aus Sicht der kritischen politischen Kommunikationsforschung Regierungskommunikation nach ihrer Funktion für die Demokratie befragt wird – und die Antwort zumindest ambivalent ausfällt.

2.2 Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit aus der Perspektive der politischen PR-Forschung

Während die politische Kommunikationsforschung demokratietheoretische Fragen behandelt, stellen sich aus Sicht der Regierungskommunikation als besondere Form der Regierungs-PR andere Fragen, nämlich z.B. die Frage nach der Professionalität und Effektivität der Kommunikation. Dabei liegt der Forschung zur Regierungskommunikation als Teil der politischen Public Relations und der Öffentlichkeitsarbeit meist ein engeres Verständnis von Regierung zugrunde. Im engeren Sinn bezeichnet Regierung „staatliche Organe, die politische Leitungsaufgaben wahrnehmen und insbesondere für die Ausführung und Durchführung von Gesetzen verantwortlich zeichnen“ (Pfetsch, 1998a, S. 716). Mit diesem engen Ver-

ständnis von Regierung korrespondiert ein traditionelles Verständnis von Öffentlichkeitsarbeit und Informationspolitik im Sinne von Entscheidungsrechtfertigung nach innen und außen (Gebauer, 1998, S. 464). Unter Regierungs-PR und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit wird dann derjenige Teil der Kommunikation betrachtet, der von sog. PR-Kommunikatoren verantwortet wird, d.h. von Pressesprecherinnen und Pressesprechern und politischen Öffentlichkeitsarbeitern. In der Praxis der Regierungskommunikation hat sich eingebürgert, begrifflich zwischen Pressearbeit und Öffentlichkeitsarbeit zu unterscheiden. Nach diesem Verständnis richtet sich die Pressearbeit an die journalistischen Nachrichtenmedien, die Öffentlichkeitsarbeit an die Bevölkerung (u.a. Heinze 2012, S. 75).

Die wichtigste Funktion der Regierungs-PR und der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit ist die Information. Die Informationsfunktion der regierungsamtlichen Presse- und Medienarbeit wurde auch verfassungsrechtlich festgestellt, erstmals 1977 in einem Urteil des Bundesverfassungsgerichts. In diesem Urteil wurde die Zulässigkeit und Notwendigkeit staatlicher Öffentlichkeitsarbeit anerkannt und gleichzeitig das Verbot der Wahlwerbung durch Staatsorgane begründet (Branahl, 2015, S. 1066; Busch-Janser & Köhler, 2006; Canel & Sanders, 2012; Holtz-Bacha, 2013; Kocks & Raupp, 2014b). Damit ist einer der zentralen Problembereiche der Forschung zur politischen Öffentlichkeitsarbeit beschrieben: die Abgrenzung von staatlicher Information und politischer Kommunikation. Für diese Abgrenzung steht im Übrigen im Englischen die Unterscheidung zwischen „government communication“ und „political communication“ (Kraaier, 2016). Aus der Abgrenzungsforderung ergibt sich für Pressesprecher und andere Kommunikationsverantwortliche, die als öffentlich Bedienstete im Auftrag der Regierung kommunizieren, dass sie nicht „politisch“ kommunizieren sollen. Studien zeigen jedoch, dass es den Verantwortlichen oft schwerfällt, diese Grenze einzuhalten, und dass sie Routinen entwickeln, wie sie mit den spezifischen *constraints* ihrer Arbeit umgehen (Figenschou & Thorbjørnsrud, 2015; Ihlen & Gelders, 2010; Laursen & Valentini, 2015). Die Verpflichtung zur parteipolitisch neutralen Information besteht auch für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Bundespresseamt, kurz BPA). Das BPA ist eine Behörde, die im Auftrag der Bundesregierung sowohl die Kommunikation nach innen als auch nach außen wahrnimmt und der so eine zentrale Funktion für die Regierungskommunikation und der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit zukommt. Aufgrund seiner exponierten Stellung und seiner Ressourcen stand das BPA immer wieder in einem besonderen Spannungsfeld zwischen politischen Ansprüchen und Erwartungen der Medien und der Öffentlichkeit, wie Morcinek (2004, 2006) in seinen Arbeiten zur Geschichte des BPA in Deutschland zeigt.

Eng verbunden mit der Frage nach der Abgrenzung von politischer Kommunikation und staatlicher Information ist die Frage nach der Professionalität der politischen PR. Professionalität ist ein wichtiger Gegenstand der politischen PR-Forschung (Canel & Sanders, 2012; Köhler & Schuster, 2006). Während, wie dargelegt, die Professionalisierung politischer PR aus Sicht der politischen Kommunikationsforschung oft kritisch gesehen wird, da dadurch zum Beispiel die journalistische Autonomie gefährdet werde, ist Professionalisierung aus PR-Sicht ein erstrebenswerter Prozess. Als Maßstab für Professionalität der politischen PR und der Regierungskommunikation wird dabei oft professionelle Unternehmenskommunikation und das Kommunikationsmanagement im marktlichen Umfeld herangezogen (Canel & Sanders, 2011; Fredriksson & Pallas, 2016, S. 149; Liu & Horsley, 2007; Liu, Horsley, & Levenshus, 2010). Im direkten Vergleich mit dem Kommunikationsmanagement in Unternehmen wurde die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Regierungen als weniger professionell eingeschätzt. Vor diesem Hintergrund wurden in den 2000er Jahren gelegentlich Versuche unternommen, eine wissenschaftlich gestützte Professionalisierung der Regierungskommunikation einzuleiten (vgl. z.B. Gregory, 2006; Vos, 2006). Inzwischen wird der Regierungskommunikation Professionalität attestiert, auch wenn ein Professionalisierungsdefizit bestehen bleibt, was mit verschiedenen Besonderheiten der Regierungskommunikation, vor allem mit dem Mehrebenencharakter von Regierungsorganisationen, begründet wird (Liu & Horsley, 2007; Liu, Horsley, & Levenshus, 2010).

Dass sich die beiden Forschungsbereiche, die politische Kommunikationsforschung und die Forschung zur politischen PR, lange Zeit eher isoliert voneinander entwickelt haben, lässt sich nun erklären: Zwischen den beiden hier skizzierten Perspektiven auf Regierungskommunikation und politische Öffentlichkeitsarbeit besteht ein Spannungsverhältnis. Denn während die PR-Forschung in der gesteigerten Professionalität auch einen Garanten für ethisches Kommunikationsmanagement sieht, stellt sich aus Sicht der politischen Kommunikationsforschung gerade die zugenommene Professionalität als Problem dar. Ein Zuviel an Regierungskommunikation im Sinne eines „hyperactive, overcentralized government communication system“ (McNair, 2007, S. 107) könne – statt vertrauensbildend zu wirken – vielmehr zum Verlust von Vertrauen führen. In ähnlicher Weise kritisieren Bennett und Manheim (2005) strategische Regierungskommunikation als „scientific engineering and targeting of messages that subordinate the ideals of deliberation and transparency to the achievement of narrow political goals“ (S. 282).

Die unterschiedlichen Problemdiagnosen zeigen, dass zwischen strategischer Kommunikation und demokratischer Kommunikation vielfach ein Widerspruch

gesehen wird. Dieser Widerspruch wurde prominent von Habermas (1990) vorgebracht, der eine grundsätzliche Gegenüberstellung von strategischer und verständigungsorientierter Kommunikation vorgenommen hatte. Dieser grundsätzliche Widerspruch lässt sich nicht auflösen, sondern stellt vielmehr einen Ausgangspunkt für die weitere Auseinandersetzung mit Regierungskommunikation dar. So muss sich die Forschung auch die Frage stellen, welche neuen Herausforderungen die Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit und ihre empirische Untersuchung unter den Bedingungen der Digitalisierung betreffen.

2.3 Digitalisierung der Regierungskommunikation und der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit

Welche Herausforderungen ergeben sich nun aus dem technologischen Wandel und der damit einhergehenden Digitalisierung politischer Kommunikation für die kommunikationswissenschaftliche Forschung im Bereich der Regierungskommunikation und staatlichen Öffentlichkeitsarbeit? Der raschen und stetigen Transformation des Forschungsfeldes geschuldet, lässt sich hier naturgemäß keine abschließende und allgemeingültige Liste technologisch induzierter Herausforderungen erstellen. Es soll an dieser Stelle vielmehr darum gehen, die im gegenwärtigen Kontext salienten Entwicklungen zu benennen und die sich daraus – nach gegenwärtigem Stand der kommunikationswissenschaftlichen Diskussion – ergebenden Herausforderungen und Chancen für die Praxis der Regierungskommunikation und staatlichen Öffentlichkeitsarbeit auf der einen, und die politische Kommunikationsforschung auf der anderen Seite zu benennen.

Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit unter Online-Bedingungen: praktische Herausforderungen und Chancen

Der technologisch induzierte Medienwandel bedeutet auf mehreren Ebenen Herausforderungen und Chancen für Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit. Neue kommunikative Optionen stellen die Verantwortlichen (Fach-)Kommunikatoren vor neue Aufgaben, ermöglichen zugleich aber auch die beschleunigte und direkte Ansprache verschiedener, auch neuer Adressatenkreise.

Bis dato zeichnet die empirische Kommunikationsforschung ein bestenfalls ambivalentes Bild der Adaption neuer technologischer Optionen und ihrer tatsächlichen Nutzung im Rahmen der Regierungskommunikation (u.a. Jackson & Lilleker, 2004; Sanders, Canél, & Holtz-Bacha, 2011; Vogel, 2010; Wigand, 2010; Wong & Welch, 2004), insbesondere auch hinsichtlich der oftmals noch immer

dominanten bloßen Replikation von Offline-Kommunikationsmustern in der Online-Welt (u.a. Borucki, 2014; Heinze, 2012; Kocks, 2016; Kocks, Raupp, & Schink, 2014). Jüngste Befunde indizieren jedoch eine in den letzten Jahren zunehmend beschleunigte Entwicklung hin zum systematischen Aufbau und der Professionalisierung der digitalen Regierungskommunikation und staatlichen Öffentlichkeitsarbeit (u.a. Murphy, Kocks, & Raupp, 2016). Digitale Medien und ihre spezifischen Potentiale gewinnen an Bedeutung.

Für die verantwortlichen Kommunikatoren liegen diese Potentiale vor allem im Bereich der verbesserten, beschleunigten und direkteren Ansprache der verschiedenen Anspruchsgruppen von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit. Digitale Medien ermöglichen, dies wird bereits seit dem Aufkommen ihrer Frühformen diskutiert (u.a. Hallahan, 1994), die Umspielung journalistischer Gatekeeper zur direkten Publikumsansprache. Den Kommunikatoren bietet sich so die Möglichkeit, die bislang allein relevanzentscheidende Medienarena (Neidhardt, 1994; Sparks, 2001) zu umgehen, um ihre jeweiligen Botschaften unmittelbar und ohne zwischengeschaltete Selektionsinstanz zu kommunizieren. Eine Botschaft muss nicht mehr zwingend unterschiedlich begründeten medialen Relevanzkriterien entsprechen, um ihr Publikum zu erreichen.

Klassisch wird dieses Kommunikationsmuster vor allem im Zusammenhang mit zivilgesellschaftlichen Akteuren, oftmals mit solchen, die aus einer Challenger-Position heraus agieren, in Verbindung gebracht (u.a. Bennett, 2003; Bohman, 2004; Castells, 2008; Papacharissi, 2009; Rasmussen, 2009). Mit der zunehmenden Verbreitung digitaler Medien gewinnt es jedoch auch unter etablierten politischen Akteuren, darunter auch solchen aus der staatlichen Sphäre, an Bedeutung.

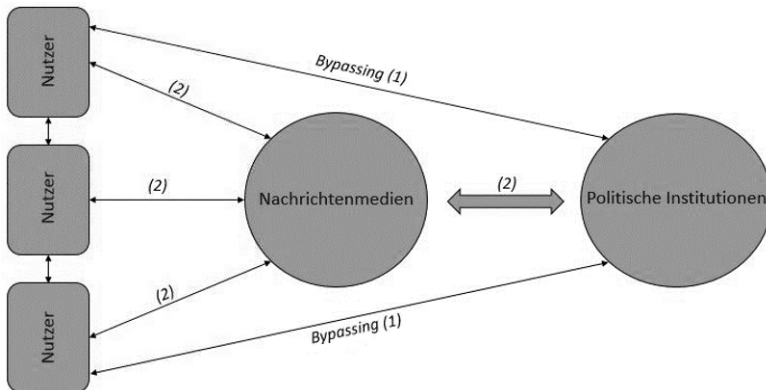


Abb. 1: Komplementarität direkter und massenmedialer Publikumsansprachen. Basierend auf: Neuberger (2009)

Direkte Publikumsansprachen (1) treten hier neben solche, die über massenmediale Verbreitungskanäle vonstattengehen (2); die Umspielung journalistischer Gatekeeper ist in diesem Modell komplementär zur klassischen Medienarbeit (u.a. Neuberger, 2009), das Soziale Netzwerk ermöglicht prinzipiell den Dialog zwischen politischer Institution und demokratischem Souverän (siehe auch den Beitrag von Feldgen & Block in diesem Band).

Neben diese neuen Chancen treten im Zuge der Digitalisierung aber auch neue Herausforderungen für die jeweiligen Kommunikatoren. Wie die Forschung zur Institutionalisierung neuer Praktiken und Routinen der digitalen Regierungskommunikation zeigt (Mergel & Bretschneider, 2013; Mergel, 2016; s. auch den Beitrag von Raupp), sind neben Fragen der Ressourcen- und Personalallokation vor allem solche zu nennen, die dem rechtlich-normativen Bereich entstammen.

Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit befinden sich seit jeher im Spannungsfeld zwischen weitreichenden normativen Erwartungen und zum Teil engen rechtlichen Rahmensetzungen (Kocks & Raupp, 2014b; Schürmann, 1992). Dies gilt auch und gerade im Zusammenhang mit der Digitalisierung politischer Kommunikation (Jensen, 2006; siehe auch den Beitrag von Barczak in diesem Band). Neue kommunikative Möglichkeiten induzieren neue Fragestellungen; den vielfältigen Optionen des Internets und der Sozialen Netzwerke und den ihre Nutzung einfordernden Publika stehen unklare und technologisch überholte Rahmensetzungen gegenüber. Für die verantwortlichen Kommunikatoren stellen sich Fragen nach der Zulässigkeit der Nutzung bestimmter Plattformen, der rechtlichen und politischen Natur der dort kommunizierten Inhalte und zuletzt auch nach der Zulässigkeit und dem notwendigen Umfang der dort vorgenommenen Moderation.

Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit unter Online-Bedingungen: Forschungsperspektiven

Nicht nur die Kommunikationspraxis, auch die empirische Kommunikationsforschung ist umfassend vom digitalen Wandel im Bereich von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit betroffen. Es ist hier zum einen nach neuen bzw. veränderten konzeptionellen und theoretischen Ansatzpunkten zu fragen, darüber hinaus gilt es aber auch die spezifischen methodischen Herausforderungen im Blick zu behalten. Inwieweit bedingt der technologisch induzierte Wandel Veränderungen in der Theoretisierung von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit und inwiefern induziert dies andere Forschungsperspektiven? Welche methodischen Adaptionen muss die Kommunikationswissenschaft vornehmen, um dem Wandel empirisch Rechnung zu tragen?

Technologische Veränderungen induzieren in einer Vielzahl gesellschaftlicher Bereiche teils umfassende Wandlungsprozesse. Dies betrifft, wie eingangs dargestellt, auch und gerade die Teilbereiche von Politik und politischer Kommunikation. Dabei sind die kurz- und langfristigen Folgen der Digitalisierung für diese Teilbereiche Gegenstand polarisierter kommunikations- und politikwissenschaftlicher Debatten (Schweitzer, 2008; Wright, 2012). Innerhalb dieser Debatten lassen sich bis zu vier verschiedene Perspektiven identifizieren, die hinsichtlich der politischen Kommunikation und der sie prägenden Strukturen und Netzwerke Szenarien von a) struktureller Veränderung, b) gesteigener Inklusion, c) der Replikation von Offline-Strukturen oder d) einer weitergehenden Exklusion marginaler Akteure postulieren (Kocks, 2016; Raupp, 2011; Ward & Gibson, 2009):

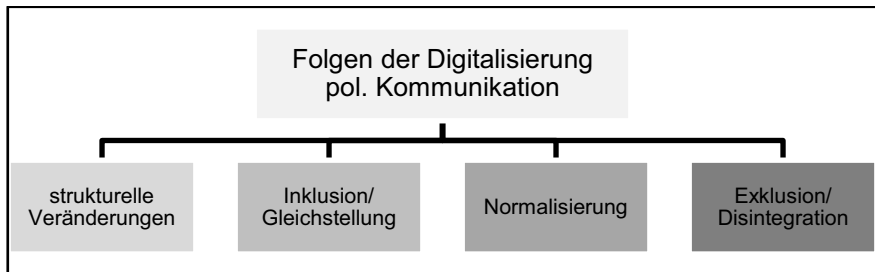


Abb. 2: Folgen der Digitalisierung politischer Kommunikation: vier Szenarien. Basierend auf: Kocks (2016)

Während vor allem frühe und häufig berufspraktisch orientierte Debattenbeiträge cyber-optimistisch im Sinne der ersten beiden Szenarien argumentieren, hat sich der Fokus der Debatte im Laufe der Zeit hin zu skeptischeren (und zumeist empirisch stärker fundierten) Perspektiven verschoben (Chadwick, 2009). Dabei wird häufig im Sinne einer Replikation bekannter Offline-Strukturen in der Online-Welt argumentiert (Margolis & Resnick, 2000; Resnick, 1998); vielfältige empirische Befunde stützen diese These (u.a. Gibson, Margolis, Resnick, & Ward, 2003; Gulati & Williams, 2013; Kocks & Raupp, 2015a; Nitschke, Donges, & Schade, 2014; Ross, Fountaine, & Comrie, 2014; Schweitzer, 2011).

Für die Kommunikationsforschung ergeben sich angesichts dieser polarisierten und oftmals auch sehr normativ geprägten Debatte Herausforderungen im Bereich der Interpretation empirischer Befunde. Die vermeintliche Dichotomie stark cyber-optimistischer und cyber-pessimistischer Szenarien begünstigt eine strikte Kategorisierung, die die interpretative Perspektive unter Umständen über Gebühr einschränkt (Nitschke et al., 2014; Wright, 2012). Hier besteht das Risiko, dass Befunde, die sich nicht exakt unter stark normativ aufgeladenen cyber-optimisti-

schen Perspektiven subsumieren lassen, vorschnell als Nicht-Veränderung klassifiziert werden. Über diese Implikationen hinaus bedingt der technologisch induzierte Wandel im Bereich der politischen Kommunikationsforschung auch eine Evolution theoretischer Forschungsperspektiven und Erklärungsansätze (Henn, Jandura, & Vowe, 2016). Im hier diskutierten Bereich der Regierungskommunikation und staatlichen Öffentlichkeitsarbeit kann dies zunächst die Konzeption kommunizierender politischer Institutionen und ihre Umwelten betreffen (Donges & Nitschke, 2016), aber auch das spezifische Verhältnis von politischen Kommunikatoren und Akteuren aus dem Bereich der politischen Berichterstattung als Teilbereich der Media Relations (Raupp & Kocks, 2016). Hier stellen sich unter anderem Fragen nach der Persistenz journalistischer Selektionsroutinen bzw. der sie modellierenden theoretischen Ansätze (Bruns, 2009; Friedrich, Keyling, & Brosius, 2016; Williams & Carpini, 2004), nach Wahrnehmungen des politischen Meinungsklimas (Bernhard & Dohle, 2014; Dohle & Bernhard, 2013; Dohle, Blank, & Vowe, 2012) oder nach potentiell neuen Strategien der (politischen) Öffentlichkeitsarbeit (Kent & Taylor, 1998; Zersch & Schramm, 2014), insbesondere auch angesichts der spezifischen rechtlich-normativen Problemstellungen im Bereich der Regierungskommunikation und staatlichen Öffentlichkeitsarbeit (Jensen, 2006; Kocks & Raupp, 2014, 2015b). Der technologisch induzierte Medienwandel verändert bestehende Paradigmen (siehe auch die Beiträge von Raupp und Rußmann in diesem Band) und verhilft bisher nur wenig beachteten Perspektiven zu neuer Bedeutung im Bereich der empirischen Kommunikationsforschung (siehe auch den Beitrag von Kocks in diesem Band).

Für die Konzeption empirischer Untersuchungen ergibt sich aus den diskutierten Prozessen eine Reihe von Herausforderungen. Diese lassen sich unterteilen in konzeptionell-theoretische, empirische und schließlich auch interpretative Herausforderungen. Auf der ersten Ebene gilt es vor allem, die Persistenz tradierter Erklärungsansätze unter den Bedingungen des technologischen Wandels kritisch zu hinterfragen und notwendige Modifikationen in die theoretische Modellierung einzubeziehen. Analyseheuristiken müssen der Ubiquität des technologischen Wandels Rechnung tragen. Auf empirischer Ebene ergeben sich angesichts der Digitalisierung sowohl Herausforderungen, als auch neue analytische Chancen (siehe auch den Beitrag von Emmer in diesem Band). Es gilt technologisch gewandelte Kommunikation empirisch zugänglich zu machen, auch und gerade unter Einbeziehung neuer technologischer Möglichkeiten und Forschungswerkzeuge. Schließlich ergeben sich auch noch Herausforderungen interpretativer Natur. Dies betrifft die Kategorisierung empirischer Befunde im Lichte der Debatte um die Folgen der Digitalisierung ebenso wie die Einordnung von Ergebnissen neuer und noch nicht umfassend standardisierter und normierter Verfahren, zum Beispiel im Bereich der sozialen oder semantischen Netzwerkanalyse.

Der technologisch induzierte Wandel stellt mannigfaltige Herausforderungen an die empirische Kommunikationswissenschaft, bietet zugleich aber auch die Chance, Problemstellungen von wissenschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Relevanz aus neuen Blickwinkeln und Analyseperspektiven zu betrachten. Dies gilt auch und gerade in dem bis dato nur zurückhaltend erforschten Bereich von Regierungskommunikation und staatlicher Öffentlichkeitsarbeit.

Literatur

- Bennett, W. L. (2003). Communicating global activism: Strengths and vulnerabilities of networked politics. *Information, Communication & Society*, 6(2), 143-168.
- Bennett, L.W. (2004). Gate-keeping and press-government relations: A multigated model of news construction. In L. L. Kaid (Hrsg.), *Handbook of political communication research* (S.283-313). Mahwah, N.J., London: Lawrence Erlbaum Ass.
- Bennett, L. W., & Manheim, J. B. (2005). The big spin: Strategic communication and the transformation of pluralist democracy. In L. W. Bennett & R. M. Entman (Hrsg.), *Mediated politics: Communication in the future of democracy* (5 ed., S. 279-298). Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Bernhard, U., & Dohle, M. (2014). Do even journalists support media restrictions? Presumed political media influences and the consequences. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(2), 250-271
- Böckelmann, F., & Nahr, G. (1979). *Staatliche Öffentlichkeitsarbeit im Wandel der politischen Kommunikation*. Berlin: Spiess.
- Bohman, J. (2004). Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy. *The Sociological Review*, 52(1), 131-155.
- Borucki, I. (2014). *Regieren mit Medien: Auswirkungen der Medialisierung auf die Regierungskommunikation der Bundesregierung von 1982-2010*. Opladen, Berlin, Toronto: Verlag Barbara Budrich.
- Branahl, U. (2015). Rechtliche Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit. In G. Bentele, R. Fröhlich, & P. Szyszka (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., korr. und erw. Aufl. ed., S. 1055-1067). Wiesbaden: Springer VS.
- Bruns, A. (2009). Vom Gatekeeping zum Gatewatching: Modelle der journalistischen Vermittlung im Internet. In C. Neuberger, C. Nuernbergk., & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet* (S. 107-128). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Busch-Janser, S., & Köhler, M. M. (2006). Staatliche Öffentlichkeitsarbeit - eine Gratwanderung. In M. M. Köhler & C. H. Schuster (Eds.), *Handbuch Regierungs-PR. Öffentlichkeitsarbeit von Bundesregierungen und deren Beratern* (pp. 169-182). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Canel, M. J., & Sanders, K. (2012). Government communication: An emerging field in political communication research. In H. A. Semetko & M. Scammell (Hrsg.), *The SAGE Handbook of Political Communication* (S. 85-96). London et al.: Sage.
- Canel, M. J., & Sanders, K. (2011). Government communication. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication Online*: Wiley Blackwell.
- Castells, M. (2008). The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 78-93.

- Chadwick, A. (2009). Web 2.0: New challenges for the study of e-democracy in an era of informational exuberance. *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*, 5(1), 9–42.
- Crouch, C. (2004). *Post-Democracy*. Cambridge, Malden, MA: Polity Press.
- Davis, A. (2007). *The mediation of power: A critical introduction*. London u.a.: Routledge.
- Diermann, M. (2013). *Regierungskommunikation in modernen Demokratien: Eine modellbasierte Analyse sozialpolitischer Diskurse im internationalen Vergleich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dohle, M., & Bernhard, U. (2013). Presumed online media influence and support for censorship: Results from a survey among German parliamentarians. *International Journal of Public Opinion Research*.
- Dohle, M., Blank, C., & Vowe, G. (2012). Wie sehen Parlamentarier den Einfluss der Medien? Ergebnisse einer Befragung von Bundestagsabgeordneten. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 43(2), 376–388.
- Donges, P., & Nitschke, P. (2016). The new institutionalism revisited. In G. Vowe, & P. Henn (Hrsg.), *Political communication in the online world: Theoretical approaches and research designs* (S. 118–132). New York: Routledge.
- Donges, P. (2008). *Medialisierung politischer Organisationen: Parteien in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Figenschou, T. U., & Thorbjørnsrud, K. (2015). Qualitative political communication backstage Media-political elite negotiations: The failure and success of government pitch. *International Journal of Communication*, 9(19), 1947–1965.
- Fredriksson, M., & Pallas, J. (2016). Characteristics of public sectors and their consequences for strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 10(3), 149–152. doi:10.1080/1553118X.2016.1176572
- Friedrich, K., Keyling, T., & Brosius, H.-B. (2016). Gatekeeping revisited. In G. Vowe, & P. Henn (Hrsg.), *Political communication in the online world: Theoretical approaches and research designs* (S. 59–72). New York: Routledge.
- Gandy, O. H. (1982). *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. Norwood, NJ.: Ablex Publishing Corp.
- Gebauer, K.-E. (1998). Regierungskommunikation. In O. Jarren, U. Sarcinelli, & U. Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: Ein Handbuch mit Lexikonteil* (S. 464–472). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gibson, R. K., Margolis, M., Resnick, D., & Ward, S. J. (2003). Election campaigning on the WWW in the USA and UK: A comparative analysis. *Party Politics*, 9(1), 47–75.
- Gregory, A. (2006). A development framework for government communicators. *Journal of Communication Management*, 10(2), 197–210. doi:10.1108/13632540610664742
- Gregory, A. (2012). The strategic communication process in government communication: A UK perspective. In D. Moss & B. DeSanto (Eds.), *Public Relations. A Managerial Perspective* (pp. 193–221). London u.a.: Sage.
- Grunig, J. E., & Jaatinen, M. (1999). Strategic, symmetrical public relations in government: From pluralism to societal corporatism. *Journal of Communication Management*, 3(3), 218–234. doi:10.1108/eb026049
- Gulati, G. J., & Williams, C. B. (2013). Social media and campaign 2012: Developments and trends for Facebook adoption. *Social Science Computer Review*, 31(5), 577–588. doi: 10.1177/0894439313489258
- Habermas, J. (1990). *Strukturwandel in der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt/Main: suhrkamp taschenbuch wissenschaft.
- Hallahan, K. (1994). Public relations and circumvention of the press. *Public Relations Quarterly*, 39(2), 17–19.

- Henn, P., Jandura, O., & Vowe, G. (2016). The traditional paradigm of political communication research reconstructed. In G. Vowe, & P. Henn (Hrsg.), *Political communication in the online world: Theoretical approaches and research designs* (S. 11-25). New York: Routledge.
- Heinze, J. (2012). *Regierungskommunikation in Deutschland: Eine Analyse von Produktion und Rezeption* (Vol. zugl. Dissertation Steinbeis-Hochschule Berlin 2011). Wiesbaden: Springer VS.
- Hill, H. (1993). Staatskommunikation. *Juristenzeitung*, 48(1), 330-336.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural Change. *Nordicom Review*, 29(2), 105-134.
- Holtz-Bacha, C. (2013). Government communication in Germany: Maintaining the fine line between information and advertising. In K. Sanders & M. J. Canel (Hrsg.), *Government Communication: Cases and Challenges* (S. 45-58). New York, London: Bloomsbury Academic.
- Ihlen, O., & Gelders, D. (2010). Government communication about potential policies: Public relations, propaganda or both? *Public Relations Review*, 36(1), 59–62.
- Imhof, K. (2006). Mediengesellschaft und Medialisierung. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 54(2), 191–215.
- Jackson, N. A., & Lilleker, D. G. (2009). Building an architecture of participation? Political parties and Web 2.0 in Britain. *Journal of Information Technology & Politics*, 6(3/4), 232–250. doi: 10.1080/19331680903028438
- Jarren, O. (2007). Forschungsfeld strategische Kommunikation. Eine Bilanz. In B. Krause, B. Fretwurst, & J. Vogelgesang (Hrsg.), *Fortschritte der politischen Kommunikationsforschung* (S. 51–74). Wiesbaden: VS Verlag.
- Donges, P., & Jarren, O. (2017). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung* (4. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Jensen, M. A. (2006). *Rechtsprobleme regierungsamtlicher Öffentlichkeitsarbeit im Internet-Zeitalter*. Hamburg: Dr Kovac.
- Jun, U. (2009). Parteien, Politik und Medien: Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie. In F. Marcinkowski & B. Pfetsch (Hrsg.), *Politik in der Mediendemokratie* (S. 270-295). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kent, M. L. & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the world wide web. *Public Relations Review*, 24(3), 321-334.
- Kiousis, S., & Strömbäck, J. (2015). The strategic context of political communication. In D. Holtzhausen & A. Zerfass (Hrsg.), *Routledge Handbook of Strategic Communication* (S. 383-395). New York, u.a.: Routledge.
- Kocks, J. N. (2016). *Political media relations online as an elite phenomenon*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kocks, J. N., & Raupp, J. (2015a). Media Relations Online - Zur Interaktion von politischer PR und Journalismus im digitalen Zeitalter. *prmagazin*(02/2015).
- Kocks, J. N., & Raupp, J. (2015b). Social Media and Juridical Constraints: Possibilities and Limitations of Digitized Governmental PR in Germany. In E. Ordeix, V. Carayol, & R. Tench (Eds.), *Public Relations, Values and Cultural Identity* (pp. 215-232). Bruxelles: Peter Lang.
- Kocks, J. N., & Raupp, J. (2014a). Open like Obama? Possibilities and limitations of governmental online-communication in Germany. *Paper presented at the 23rd World Congress of the International Political Science Association*, Montreal.
- Kocks, J. N., & Raupp, J. J. C. (2014b). Rechtlich-normative Rahmenbedingungen der Regierungskommunikation – ein Thema für die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 59(3), 269-284. doi:10.1007/s11616-014-0205-5
- Köhler, M. M., & Schuster, C. H. (Hrsg.). (2006). *Handbuch Regierungs-PR: Öffentlichkeitsarbeit von Bundesregierungen und deren Beratern*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Korte, K.-R., & Fröhlich, M. (2004). *Politik und Regieren in Deutschland*. Paderborn u.a.: Ferdinand Schöningh.

- Kraaier, N. M. (2016). Communication in the heart of policy and the conduct of conduct: Government communication in the Netherlands. *Journal of Communication Management*, 20(1), 75-90. doi:10.1108/JCOM-01-2015-0009
- Kunelius, R., & Reunanen, E. (2012). Media in political power: A Parsonian view on the differentiated mediatization of Finnish decision makers. *The International Journal of Press/Politics*, 17(1), 56-75. doi:10.1177/1940161211424207
- Laursen, B., & Valentini, C. (2014). Mediatization and government communication. *The International Journal of Press/Politics*, 20(1), 26-44. doi:10.1177/1940161214556513
- Liu, B. F., & Horsley, J. S. (2007). The government communication decision wheel: Toward a public relations model for the public sector. *Journal of Public Relations Research*, 19(4), 377-393. doi:10.1080/10627260701402473
- Liu, B. F., Horsley, S. J., & Levenshus, A. B. (2010). Government and corporate communication practices: Do the differences matter? *Journal of Applied Communication Research*, 38(2), 189-213.
- Marcinkowski, F., & Steiner, A. (2009). *Was heißt Medialisierung? Autonomiebeschränkung oder Ermöglichung von Politik durch Massenmedien?* National Centre of Competence in Research (NCCR) Challenges to Democracy in the 21st Century, (Working Paper No. 29). Zürich.
- Margolis, M., & Resnick, D. (2000). *Politics as usual: The Cyberspace „revolution“*. Thousand Oaks, CA.: Sage.
- Marschall, S. (2009). Medialisierung komplexer politischer Akteure – Indikatoren und Hypothesen am Beispiel von Parlamenten. In F. Marcinkowski & B. Pfetsch (Hrsg.), *Politik in der Mediendemokratie* (S. 205-223). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). "Mediatization" of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*, 16, 247-261.
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication* (5 ed.). Abigdon: Routledge.
- McNair, B. (2007). Theories of government communication and trends in the UK. In S. Young (Ed.), *Government communication in Australia* (S. 93-109). Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Mergel, I. (2016). Social media institutionalization in the U.S. federal government. *Government Information quarterly*, 33(1), 142-148. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2015.09.002
- Mergel, I., & Bretschneider, S. I. (2013). A three-stage adoption process for social media use in government. *Public Administration Review*, 73(3), 390-400. doi:10.1111/puar.12021
- Meyer, T., Ontrup, R., & Schicha, C. (2000). *Die Inszenierung des Politischen: Zur Theatralität von Mediendiskursen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Morciněk, M. (2004). Das Bundespresseamt im Wandel: Zur Geschichte der Regierungskommunikation in der Bundesrepublik Deutschland. *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*, 6, 195-223.
- Morciněk, M. (2006). Von der Pressestelle zum Informationsdienstleister. Das Bundespresseamt zwischen Politik, Medien und Öffentlichkeit. In M. M. Köhler & C. H. Schuster (Hrsg.), *Handbuch Regierungs-PR. Öffentlichkeitsarbeit von Bundesregierungen und deren Beratern* (pp. 49-71). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Murphy, K., Kocks, J.N. & Raupp, J (2016, September): Different governments, different approaches: Political participation in the online sphere. Paper präsentiert im Rahmen der General Conference des European Consortium for Political Research (ECPR), Prag.
- Negrine, R. (2008). *The transformation of political communication: Continuities and changes in media and politics*. Houndmills u.a.: Palgrave MacMillan.
- Neidhardt, F. (1994). Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In F. Neidhardt (Ed.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (pp. 7-41). Opladen: Westdeutscher Verlag.