

Inhalt

I.	Einleitung: Kriegs-PR als Untersuchungsgegenstand	11
1.	Fragestellung und Schwerpunkt der Untersuchung	13
2.	Aufbau der Studie	15
3.	Aktueller Forschungsstand	17
II.	Kriegspropaganda und Normen politischer Kommunikation	23
1.	Kriegsbild, Gesellschaft und Kriegführung	24
1.1.	Der gerechte Krieg	26
1.2.	Das ius in bello als Widerspruch zur modernen Kriegsführung: Asymmetrische Kriege, Risk-Transfer Warfare und postheroische Gesellschaften	30
2.	Public Relations, Propaganda und politische Kommunikation: normative Grundlagen, begriffliche Konzepte und Definitionen	33
2.1.	Wahrheit, Lüge und Konstruktion: normative Aspekte politischer Kommunikation	33
2.2.	Begriffe, Konzepte und historische Entwicklung der Propaganda- und PR-Forschung: Kriegspropaganda als konstitutives Element....	37
2.2.1.	<i>Wurzeln und Entwicklung des Propaganda-Begriffs</i>	39
2.2.2.	<i>Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit im Kontext der US-Tradition freier Presse</i>	42
2.3.	Definitionen	44
2.3.1.	<i>Propaganda: Definitionen und Konzepte</i>	45
2.3.2.	<i>Public Relations: allgemeine Theorieansätze und Definitionen</i>	50
2.3.3.	<i>Zwischenfazit: Gemeinsamkeiten und Differenzen der Konzepte Public Relations und Propaganda</i>	54
3.	Zum Verhältnis von politischer PR und Medienberichterstattung in Kriegen	61
3.1.	PR und Medienberichterstattung: zwischen Determination und Interdependenz	62
3.2.	Medien und Politik im Krieg	64
4.	Newsmanagement und Framing als Grundlagen von Regierungs-PR	67
4.1.	Agenda-Building und Newsmanagement als Adaptionen im Sinne des Intereffikationsmodells	68
4.2.	Kampagnen und Krisen-PR	70

4.3.	Inhaltliche Verfasstheit von Kriegs-PR: Framing und Feindbilder ...	74
5.	Ein Modell von Kriegs-PR: Strukturelle und situative Rahmenbedingungen	78
III.	Strukturelle Rahmenbedingungen staatlicher PR in Kriegen.....	85
1.	Mediensysteme und Medienentwicklung seit 1990	86
1.1.	Technische Entwicklungen	86
1.2.	Charakteristika der Mediensysteme im Vergleich	89
1.2.1.	<i>Das Mediensystem der USA.....</i>	<i>89</i>
1.2.2.	<i>Das Mediensystem Deutschlands.....</i>	<i>96</i>
1.3.	Internationale Nachrichtenmärkte.....	99
2.	Politisches System und politische Kultur in Deutschland und den USA.....	103
2.1.	Kommunikationskultur und Regierungssystem	103
2.2.	Politische Kultur als Analysegrundlage und Bezugsgröße.....	106
2.3.	„American Creed“ und Zivilreligion – Selbstverständnis, Symbolik und Konstruktion nationaler Identität in den USA.	108
2.4.	Politische Kultur in Deutschland.....	114
3.	Sicherheitspolitische Konzeptionen nach Ende des Kalten Krieges	118
3.1.	Die „neuen Kriege“ im sicherheitspolitischen Diskurs	119
3.2.	U.S.-Sicherheitspolitik nach dem Ende des Kalten Krieges: Zielsetzungen und Konzepte	122
3.2.1.	<i>Der strukturelle und technologische Wandel: „Revolution in Military Affairs“.....</i>	<i>122</i>
3.2.2.	<i>Militärkultur in den USA</i>	<i>125</i>
3.2.3.	<i>Die Außen- und Sicherheitspolitik der Clinton-Administration im transatlantischen Verbund.....</i>	<i>126</i>
3.2.4.	<i>„A distinctly American internationalism“: die Außenpolitik der Bush-Administration.....</i>	<i>131</i>
3.3.	Außen- und sicherheitspolitische Konzeptionen in Deutschland seit 1990.....	136
IV.	Methodik der Fallstudien.....	141
1.	Struktur der Organisationsanalyse.....	141
2.	Inhaltsanalyse	146
2.1.	Kategorien der Untersuchung	147
2.2.	Material, Materialzugang und Auswahl	149
V.	Öffentlichkeitsarbeit von Exekutive und Militär	153
1.	Organisationsstrukturen staatlicher und militärischer Öffentlichkeitsarbeit	154

1.1.	Staatliche Pressearbeit in Deutschland und den USA im Vergleich	155
1.1.1.	Pressearbeit in Deutschland: Regierungssprecher und Bundespresseamt	156
1.1.2.	News-Management in den USA: Press Secretary und Office of Communication	158
1.1.3.	USA und Deutschland im Vergleich: Nähe und Distanz, Effizienz und Bürokratie	163
1.2.	Militärische Public Affairs: Begriffe, Doktrinen, Organisationsstrukturen	164
1.2.1.	Doktrinen und Entwicklungen in den USA:	164
1.2.2.	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundeswehr	168
1.3.	Exkurs: Kooperation mit PR-Agenturen in Kriegen	171
2.	Der Kosovo-Konflikt	176
2.1.	Konfliktverlauf und situative Rahmenbedingungen	176
2.1.1.	Vorgeschichte, Einsatzbeschluss und Verifikation	176
2.1.2.	Das „Massaker von Racak“ und die Friedensverhandlungen von Rambouillet	179
2.1.3.	Die innenpolitische Lage in Deutschland und den USA	182
2.1.4.	Kriegsbeginn und militärischer Ablauf	186
2.1.5.	Kontroversen in der Kriegsbegründung	188
2.1.6.	Die öffentliche Debatte über die Kriege auf dem Balkan	190
2.2.	Regierungs-PR und das „Media Operation Center“	192
2.3.	Die öffentliche Legitimation des Kosovo-Krieges	203
2.3.1.	Grundsätzliche Motive der Kriegsbegründung	203
2.3.2.	„A free and stable Europe“: die Begründung des Kosovo-Krieges in den USA	208
2.3.3.	Historische Analogien, Dramatisierungen und Multilateralismus: Spezifika der Begründung des Kosovo-Krieges in Deutschland	211
2.3.4.	Ein gerechter Krieg? Das ius ad bellum in Begründungsmotiven	217
2.3.5.	Kriegsverlauf in Pressekonferenzen: „ius in bello“, zivile Opfer, Flüchtlinge, „collateral damages“ und Wetterlage	220
3.	Von 9/11 zum Afghanistankrieg	225
3.1.	Übersicht zum Konfliktverlauf	225
3.2.	Medienberichterstattung zum 11. September 2001	229
3.3.	News-Management im Afghanistankrieg: „Coalition Information Center“ und erstes Embedding	230
3.4.	Das Framing der Terroranschläge vom 11. September und die Begründung des Afghanistankrieges	235
3.5.	Die Interpretation der Terroranschläge in den USA und die Begründung des Krieges gegen Afghanistan in der Rhetorik des U.S.-Präsidenten	236

3.6.	„Solidarität“ als Leitmotiv – die Rechtfertigung des Afghanistaneinsatzes in Deutschland	239
3.7.	Gerechter Krieg als Selbstverständlichkeit: die Rolle des <i>ius ad bellum</i> in der Begründung des Afghanistankrieges.....	241
3.8.	Das <i>ius in bello</i> in der Kriegsführung	242
4.	Der Irakkrieg: „War on Terror“, Massenvernichtungswaffen und Embedding	245
4.1.	Übersicht zum Konfliktverlauf	245
4.2.	News-Management.....	249
4.3.	Die Legitimation des Irakkrieges durch die Bush-Administration...	255
4.3.1.	<i>Inhaltliche Begründung</i>	<i>256</i>
4.3.2.	<i>Das Motiv des „gerechten“ Krieges in der Rechtfertigung des Irakkrieges</i>	<i>260</i>
4.3.3.	<i>Das ius in bello im Irakkrieg.....</i>	<i>262</i>
4.4.	Zentrale Kritikpunkte: Informationsbeschaffung, Belege und Geheimdienstarbeit.....	265
VI.	Fazit: Kriegs-PR und Propaganda	273
1.	Ein Modell moderner Kriegspropaganda als Analysegrundlage	273
2.	Strukturelle Rahmenbedingungen und Entwicklungslinien	275
3.	Ergebnisse der Fallstudien: Konstanten und Variablen staatlicher Kriegs-PR	277
3.1.	Organisation von Öffentlichkeitsarbeit	277
3.2.	Inhalte von Öffentlichkeitsarbeit	280
4.	Bewertung.....	282
5.	Forschungsdesiderat, Einschränkungen, politische Folgerungen	284
VII.	Quellen und Literatur	287
1.	Literatur	287
2.	Zitierte Reden und Pressekonferenzen.....	322
3.	Doktrinen und Dokumente	324
4.	Interviews	326
VIII.	Anhang.....	329
1.	Tabellen	329
2.	Abbildungen	329
3.	Abkürzungen	330
4.	Codesystem der Inhaltsanalyse	332