

# Inhalt

<b>I.</b>	<b>Einleitung: Kriegs-PR als Untersuchungsgegenstand .....</b>	<b>11</b>
1.	Fragestellung und Schwerpunkt der Untersuchung.....	13
2.	Aufbau der Studie .....	15
3.	Aktueller Forschungsstand .....	17
<b>II.</b>	<b>Kriegspropaganda und Normen politischer Kommunikation .....</b>	<b>23</b>
1.	<b>Kriegsbild, Gesellschaft und Kriegführung .....</b>	<b>24</b>
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.	<b>Public Relations, Propaganda und politische Kommunikation: normative Grundlagen, begriffliche Konzepte und Definitionen ....</b>	<b>33</b>
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>	<i>39</i>
2.2.2.	<i>Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit im Kontext der US-Tradition freier Presse .....</i>	<i>42</i>
2.3.	Definitionen.....	44
2.3.1.	<i>Propaganda: Definitionen und Konzepte.....</i>	<i>45</i>
2.3.2.	<i>Public Relations: allgemeine Theorieansätze und Definitionen.....</i>	<i>50</i>
2.3.3.	<i>Zwischenfazit: Gemeinsamkeiten und Differenzen der Konzepte Public Relations und Propaganda .....</i>	<i>54</i>
3.	<b>Zum Verhältnis von politischer PR und Medienberichterstattung in Kriegen .....</b>	<b>61</b>
3.1.	PR und Medienberichterstattung: zwischen Determination und Interdependenz.....	62
3.2.	Medien und Politik im Krieg .....	64
4.	<b>Newsmanagement und Framing als Grundlagen von Regierungs-PR .....</b>	<b>67</b>
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.	<b>Ein Modell von Kriegs-PR: Strukturelle und situative Rahmenbedingungen .....</b>	<b>78</b>
III.	<b>Strukturelle Rahmenbedingungen staatlicher PR in Kriegen .....</b>	<b>85</b>
1.	<b>Mediensysteme und Medienentwicklung seit 1990 .....</b>	<b>86</b>
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.	<b>Politisches System und politische Kultur in Deutschland und den USA .....</b>	<b>103</b>
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.	<b>Sicherheitspolitische Konzeptionen nach Ende des Kalten Krieges .....</b>	<b>118</b>
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.	<b>Methodik der Fallstudien .....</b>	<b>141</b>
1.	<b>Struktur der Organisationsanalyse .....</b>	<b>141</b>
2.	<b>Inhaltsanalyse .....</b>	<b>146</b>
2.1.	Kategorien der Untersuchung .....	147
2.2.	Material, Materialzugang und Auswahl .....	149
V.	<b>Öffentlichkeitsarbeit von Exekutive und Militär .....</b>	<b>153</b>
1.	<b>Organisationsstrukturen staatlicher und militärischer Öffentlichkeitsarbeit .....</b>	<b>154</b>

1.1.	Staatliche Pressearbeit in Deutschland und den USA im Vergleich	155
1.1.1.	<i>Pressearbeit in Deutschland: Regierungssprecher und Bundespresseamt</i>	156
1.1.2.	<i>News-Management in den USA: Press Secretary und Office of Communication</i>	158
1.1.3.	<i>USA und Deutschland im Vergleich: Nähe und Distanz, Effizienz und Bürokratie</i>	163
1.2.	Militärische Public Affairs: Begriffe, Doktrinen, Organisationsstrukturen	164
1.2.1.	<i>Doktrinen und Entwicklungen in den USA:</i>	164
1.2.2.	<i>Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundeswehr</i>	168
1.3.	Exkurs: Kooperation mit PR-Agenturen in Kriegen	171
<b>2.</b>	<b>Der Kosovo-Konflikt</b>	<b>176</b>
2.1.	Konfliktverlauf und situative Rahmenbedingungen	176
2.1.1.	<i>Vorgeschichte, Einsatzbeschluss und Verifikation</i>	176
2.1.2.	<i>Das „Massaker von Racak“ und die Friedensverhandlungen von Rambouillet</i>	179
2.1.3.	<i>Die innenpolitische Lage in Deutschland und den USA</i>	182
2.1.4.	<i>Kriegsbeginn und militärischer Ablauf</i>	186
2.1.5.	<i>Kontroversen in der Kriegsbegründung</i>	188
2.1.6.	<i>Die öffentliche Debatte über die Kriege auf dem Balkan</i>	190
2.2.	Regierungs-PR und das „Media Operation Center“	192
2.3.	Die öffentliche Legitimation des Kosovo-Krieges	203
2.3.1.	<i>Grundsätzliche Motive der Kriegsbegründung</i>	203
2.3.2.	<i>„A free and stable Europe“: die Begründung des Kosovo-Krieges in den USA</i>	208
2.3.3.	<i>Historische Analogien, Dramatisierungen und Multilateralismus: Spezifika der Begründung des Kosovo-Krieges in Deutschland</i>	211
2.3.4.	<i>Ein gerechter Krieg? Das ius ad bellum in Begründungsmotiven</i>	217
2.3.5.	<i>Kriegsverlauf in Pressekonferenzen: „ius in bello“, zivile Opfer, Flüchtlinge, „collateral damages“ und Wetterlage</i>	220
<b>3.</b>	<b>Von 9/11 zum Afghanistankrieg</b>	<b>225</b>
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.	<b>Der Irakkrieg: „War on Terror“, Massenvernichtungswaffen und Embedding .....</b>	<b>245</b>
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> .....	256
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.	<b>Fazit: Kriegs-PR und Propaganda .....</b>	<b>273</b>
1.	<b>Ein Modell moderner Kriegspropaganda als Analysegrundlage ....</b>	<b>273</b>
2.	<b>Strukturelle Rahmenbedingungen und Entwicklungslinien .....</b>	<b>275</b>
3.	<b>Ergebnisse der Fallstudien: Konstanten und Variablen staatlicher Kriegs-PR .....</b>	<b>277</b>
3.1.	Organisation von Öffentlichkeitsarbeit .....	277
3.2.	Inhalte von Öffentlichkeitsarbeit .....	280
4.	<b>Bewertung.....</b>	<b>282</b>
5.	<b>Forschungsdesiderat, Einschränkungen, politische Folgerungen .</b>	<b>284</b>
VII.	<b>Quellen und Literatur .....</b>	<b>287</b>
1.	<b>Literatur .....</b>	<b>287</b>
2.	<b>Zitierte Reden und Pressekonferenzen.....</b>	<b>322</b>
3.	<b>Doktrinen und Dokumente .....</b>	<b>324</b>
4.	<b>Interviews .....</b>	<b>326</b>
VIII.	<b>Anhang.....</b>	<b>329</b>
1.	<b>Tabellen .....</b>	<b>329</b>
2.	<b>Abbildungen .....</b>	<b>329</b>
3.	<b>Abkürzungen .....</b>	<b>330</b>
4.	<b>Codesystem der Inhaltsanalyse .....</b>	<b>332</b>

Öffentlichkeitsarbeit in Kriegen

Legitimation von Kosovo-, Afghanistan- und Irakkrieg in  
Deutschland und den USA

Kutz, M.-S.

2014, X, 326 S. 7 Abb., 1 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-04863-1