

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Zur Einführung: Krieg, Propaganda und Wahrheit..... | 9 |
| 1.1 | Kritischer Überblick über den Forschungsstand..... | 11 |
| 1.2 | Schwerpunkt und Fragestellung der Untersuchung..... | 13 |
| 1.3 | Herangehensweise und Aufbau der Arbeit..... | 15 |
| 1.4 | Materiallage..... | 18 |
| 2 | Public Relations und Propaganda: Begriffsdefinition und wissenschaftliche Einordnung..... | 20 |
| 2.1 | Public Relations..... | 21 |
| 2.2 | Propaganda..... | 24 |
| 3 | Zur Systematik der PR- und Propaganda-Analyse | 30 |
| 3.1 | Kampagne und Strategie als systematische Leitbegriffe..... | 30 |
| 3.2 | Ein Analyseschema für Kriegs-PR..... | 34 |
| 3.2.1 | <i>Gesellschaftliche Rahmenbedingungen als Grundlage der PR-Strategie</i> | <i>34</i> |
| 3.2.2 | <i>Ideologien und ideologische Gruppen.....</i> | <i>35</i> |
| 3.2.3 | <i>Organisation und organisatorische Einbettung von PR.....</i> | <i>37</i> |
| 3.2.4 | <i>Inhaltliche Struktur: Botschaften, Feindbilder und Framing als konstitutive Elemente</i> | <i>38</i> |
| 3.3 | Vorgehensweise zur inhaltlichen Analyse | 42 |
| 4 | Rahmenbedingungen vor Kriegsbeginn..... | 46 |
| 4.1 | Rahmenbedingungen von Öffentlichkeitsarbeit vor dem Krieg gegen den Irak..... | 46 |
| 4.1.1 | <i>Gesellschaft und politische Kultur in den USA.....</i> | <i>46</i> |
| 4.1.2 | <i>Die Medienlandschaft und ihre gesellschaftliche Einbettung.....</i> | <i>52</i> |
| 4.1.3 | <i>Aktuelle politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen.....</i> | <i>57</i> |
| 4.2 | Ideologien und politische Ziele in der US-Administration..... | 59 |
| 4.2.1 | <i>Die Entwicklung von neokonservativer Ideologie</i> | <i>61</i> |
| 4.2.2 | <i>Die Rolle der Think Tanks und ihre personelle Verknüpfung mit der Bush-Administration.....</i> | <i>64</i> |
| 4.2.3 | <i>Die neue Sicherheitsstrategie der USA und die strategischen Ziele im Irak....</i> | <i>67</i> |
| 5 | Public Relations oder Propaganda der US-Administration? | 75 |
| 5.1 | Organisationsstrukturen für PR und Propaganda..... | 76 |
| 5.1.1 | <i>„We’re getting the Band together“ – Struktur der für PR verantwortlichen Organisationseinheiten</i> | <i>77</i> |
| 5.1.2 | <i>Informationsbeschaffung und parallele Kommunikationsstrukturen im Pentagon: Das Office of Special Plans und das Ofenrohr-Prinzip</i> | <i>81</i> |

| | | |
|--|--|-----|
| 5.1.3 | <i>Beteiligung von PR-Firmen: Ratgeber oder Verantwortliche für schwarze Propaganda?</i> | 88 |
| 5.1.4 | <i>Eingebettete Journalisten: Ziele, Funktionen und Regeln</i> | 89 |
| 5.2 | Inhaltliche Analyse der Öffentlichkeitsarbeit der US-Administration..... | 93 |
| 5.2.1 | <i>Rhetorischer Kriegszustand – das Framing nach dem 11. September</i> | 93 |
| 5.2.2 | <i>Kernbotschaften der US-Administration</i> | 97 |
| 5.2.2.1 | MASSENVERNICHTUNGSWAFFEN IM IRAK..... | 98 |
| 5.2.2.2 | DIE VERBINDUNGEN DES IRAK ZUM INTERNATIONALEN TERRORISMUS | 107 |
| 5.2.2.3 | DIE UNTERDRÜCKUNG DES IRAKISCHEN VOLKES..... | 113 |
| 5.2.2.4 | ES IST DIE ENTSCHEIDUNG VON SADDAM HUSSEIN | 114 |
| 5.2.3 | <i>Rhetorik, Selbstdarstellung und Entwicklungslinien der Argumentation</i> | 115 |
| 5.2.4 | <i>Selbst- und Feindbildkonstruktion</i> | 116 |
| 5.2.5 | <i>Inhaltliche Schwerpunkte der Organisationseinheiten</i> | 121 |
| 5.3 | Inszenierungen zum Transport politischer Inhalte | 125 |
| 6 | Fazit und Ausblick | 129 |
| Literaturverzeichnis | | 136 |
| Bücher, Aufsätze, Zeitungsartikel..... | | 136 |
| Reden und Transkripte von Pressekonferenzen/Interviews | | 148 |
| Offizielle Publikationen und Dokumente..... | | 152 |
| Abkürzungen und Abbildungen | | 155 |
| Anhang I – Statistisch ausgewertete Reden und Transkripte | | 156 |
| Anhang II – Fragebogen zur Auswertung der Reden | | 157 |
| Anhang III – Ergebnis der Auswertung | | 158 |