

Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Dank	9
I. Kapitel: Einführung	13
1. Propaganda, Public Relations und Journalismus	13
II. Kapitel: Das Engagement von PR-Agenturen in den ex-jugoslawischen Kriegen	17
1. Der Foreign Agents Registration Act (FARA) in den USA	17
2. Profile der in Ex-Jugoslawien engagierten PR-Agenturen	18
3. Von FARA nicht erfaßte PR-Agenturen	25
III. Kapitel: Die Kommunikationskonzepte der PR-Agenturen in den Balkan-Kriegen	28
1. Privatisierung der Außenpolitik	29
2. Kriegspropaganda	34
3. PR und private Militärfirmen	35
4. Der Holocaust-Vergleich	40
5. Der Synergie-Effekt	47
IV. Kapitel: Werbung: Der Fall Benetton und der Bosnienkrieg	53
V. Kapitel: NGOs im Geflecht von Kriegspropaganda	58
1. Zur Entmythologisierung von NGOs	58
2. NGOs in den ex-jugoslawischen Kriegen	64
3. »Die Nato als militärischer Arm von amnesty international«	74
VI. Kapitel: Schlußfolgerungen	77
1. Ethik und Journalismus	77
2. Ethik und Public Relations	78
3. Der Militärisch-Industriell-Kommunikative Komplex (MIKK)	80
4. Agenda Setting	82
5. Privatisierung von Kommunikation	84

Tabellarsicher Anhang

Tab. I: Aktivitäten US-amerikanischer Public Relations-Agenturen für Kroatien (1991-2002)	89
Tab. II: Aktivitäten US-amerikanischer Public Relations-Agenturen für Vertreter der Kosovo-Albaner (1992-2002)	94
Tab. III: Aktivitäten US-amerikanischer Public Relations-Agenturen für die Regierung Bosnien-Herzegowinas (1992-1999)	103
Tab. IV: Aktivitäten US-amerikanischer Public Relations-Agenturen für die Regierung Sloweniens (1992-2002)	107
Tab. V: Aktivitäten US-amerikanischer Public Relations-Agenturen für die Regierung Montenegros (1997-2002)	110
Tab. VI: Aktivitäten US-amerikanischer Public Relations-Agenturen für Vertreter der serbischen Seite (1992-2002)	113
Tab. VII: Aktivitäten US-amerikanischer Public Relations-Agenturen für die Regierung Mazedoniens (1992-2002)	119
Tab. VIII: Die Serbien-Informationskampagne von Moritz Hunzinger (1998-2003)	121
Literaturverzeichnis	124