

INHALT

Vorwort	VII
Einleitung	1
1. Die westliche und russische Perzeption von Soft Power	7
2. Die Funktion der Medien in Russland und die globale Medienkampagne „Sputnik International“	11
3. Ziele der russischen Medien in Deutschland	17
4. Die Akteure des Medien-Netzwerkes	19
4.1. Russische Staatsmedien in Deutschland	19
4.2. Direkte Kooperationspartner	24
4.3. Experten, zitiert in russischen Medien	27
4.4. Experten, zitiert in deutschen Medien	31
4.5. Ukrainische Experten	34
4.6. Russische Organisationen	34
4.7. Internet: Facebook-Gruppen	37
4.8. Kritiker der deutschen Medien, „Medienarbeit“	39
4.9. Kritiker der deutschen Russland-Politik und der Medien	40
5. Berichterstattung und öffentliches Wirken	53
5.1. Berichterstattung russischer Staatsmedien in Deutschland	53
5.2. Kooperation mit deutschen pro-russischen Medien, Organisationen und Journalisten	62
5.3. Öffentlichkeitswirksame Aktionen	64
5.4. Medienkritik in Form von Büchern, journalistischen Beiträgen und Beschwerden	77
6. Falschdarstellungen, Feindbilder und Eigenbild	91
6.1. Falschdarstellungen	91
6.2. Fälschungen und Neuinterpretationen der Geschichte	99
6.3. Feindbilder	100
6.4. Das Eigenbild Russlands	102
7. Resümee	105
8. Quellen	111
9. Literaturverzeichnis	137