

Inhalt

Einleitung.....	9
Quellen	15
I. Medienlenkung in der DDR als politische Öffentlichkeitsarbeit der SED-Führung.....	19
1. Forschungsstand: DDR-Sozialismus aus Propaganda-Perspektive	20
Ideologie als Wiege der Propaganda.....	23
Struktureller Aufbau des >sozialistischen Mediensystems< und inhaltliche Folgen: Vom Meinungsmonopol zur Uniformität	24
Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit	26
Zielgruppen und Wirkung.....	27
Zusammenfassung: Forschungsstand.....	30
2. Medienlenkung im Kontext von politischer Öffentlichkeitsarbeit	31
Propagandatheorien auf dem Prüfstand: Von Leerstellen und Defiziten	32
Propaganda versus politische Öffentlichkeitsarbeit: Zur Problematik der Definitionen	36
Medienlenkung als »Differenzmanagement zwischen Fakt und Fiktion«	43
Zusammenfassung: Determinanten der Medienlenkung.....	46
II. Der Medienlenkungsapparat.....	49
1. Die Medienlenker	50
Der ZK-Sekretär für Agitation und Propaganda	51
Die Abteilung Agitation im Zentralkomitee der SED.....	57
Die Agitationskommission beim Politbüro.....	72
Die Westkommission beim Politbüro.....	89
Die Zulieferer: ZK-Abteilungen, Ministerien, Massenorganisationen	99
2. Die Leitmedien.....	104
<i>Neues Deutschland</i>	106
<i>Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst</i>	110
<i>Aktuelle Kamera</i>	117
3. Die Leipziger Journalistenausbildung.....	119
4. Die Staatssicherheit	124

Abteilung Agitation und Bereich 6	124
Politisch-operative Absicherung der Redaktionen.....	131
5. Zusammenfassung: Der Medienlenkungsapparat.....	139
III. Die sachliche Dimension: Im Spannungsfeld der Interessen	141
1. Staatsaufbau und Ostintegration: Die Jahre 1945 bis 1961	143
Das >Generalchefredakteur-Prinzip<: Vermächtnis aus der Weimarer Republik.....	149
Wendepunkt 1947: Entwicklung einer Kommunikationsstrategie.....	157
Kadermangel und stumpfe Waffen: Die 1. und 2. Pressekonferenz 1950/51....	165
Die Folgen des 17. Juni 1953: Erneute Parteisäuberungen und Fehleranalyse	173
Neue Lenkungswege in der poststalinistischen Ära: Professionalisierung unter Strukturarchitekt Walter Ulbricht	179
Die Jahre 1956 bis 1959: Krise, Konföderation und eine dritte Konferenz	184
>Proletarier aller Länder...!< – Medienseilschaften im sozialistischen Lager....	190
Klinkenputzen in der Dritten Welt: Deblockade der Hallstein-Doktrin.....	194
Medienarbeit am Vorabend des 13. August 1961: Massenflucht und Feindbild West.....	197
2. Konsolidierung nach innen und erste diplomatische Gehversuche: Die Jahre 1961 bis 1969/71.....	204
Stabilisierung nach dem Mauerbau: Von Ochsenköpfen und einer Nürnberger Schuhfabrik	208
Zwischen Jugendkommuniqué und Kahlschlag: Die 4. Journalistenkonferenz 1964.....	215
Walter Ulbricht in der VAR oder Warum die Kommissionen an Bedeutung verloren.....	223
Generalchefredakteur Walter Ulbricht und sein Medienkronprinz Erich Honecker	233
Anerkennung in kleinen Schritten: Aufbau eines Korrespondentennetzwerks inner- und außerhalb der Grenzen	245
Von der Sowjetunion lernen: Politische Öffentlichkeitsarbeit im sozialistischen Lager	250
Der Prager Frühling 1968: Letzte institutionelle Veränderungen	258
Medienkrieg im Schatten der Mauer: Wie die Bundesrepublik unerwünschte DDR-Berichterstattung unterdrückte	265
3. Auf der Anerkennungswelle in die Krise: Die Jahre 1971 bis 1989.....	276
Medienpolitisches Tauwetter? Der VIII. Parteitag der SED und seine Folgen	281

Vom Grundlagenvertrag zur KSZE-Schlussakte: Medienlenkung als diplomatischer Drahtseilakt.....	290
Generalchefredakteur Honecker: »Was wird der Erich dazu sagen?«	298
Das Büro Günter Mittag: Herrscher über die Valuta	314
Die Krise in den Medien: »Sozialismus in den Farben der DDR«	324
Das Jahr 1989: Anfang vom Ende der Medienlenkung	331
4. Zusammenfassung: Medienlenkung im Wandel.....	339
IV. Die zeitliche Dimension: Politische Öffentlichkeitsarbeit zum richtigen Zeitpunkt	343
1. Professionalisierung der Anleitungspraxis im Wettlauf um die Meinungsführerschaft.....	345
Der Osten in der Westentasche: Medienarbeit zwischen Planrückstand und Finanznot	346
Vom Politbüro in die Medien: Verkürzung der Anleitungswege.....	354
2. Medialer Gegenschlag: Wie das Ausland die politische Öffentlichkeitsarbeit beeinflusste.....	359
Westfernsehen und -hörfunk: Reaktionen auf das »Instrument der herrschenden Klasse«	360
Medien im Ausland: Sprachrohr der politischen Eliten	368
V. Die soziale Dimension: Uniformität mit Profil	379
1. Doppelte Anleitung: SED-Bezirkspresse zwischen Zentralkomitee und Bezirksleitungen	381
2. Massenorganisationen als Herausgeber: Der Zentralrat der FDJ und die <i>Junge Welt</i>	391
3. Das Presseamt beim Vorsitzenden des Ministerrates: Schnittstelle Zwischen Partei und Staat.....	400
4. Die Zeitungen der kleinen Blockparteien: Das Beispiel LDPD-Presse.....	410
Zusammenfassung und Fazit	417
Ehrenamtliche Mitglieder der Agitationskommission	429
Abbildungen.....	431
Abkürzungen.....	433
Archivquellen	437

Zeitzeugen.....	447
Literatur.....	453
Personenverzeichnis.....	487
Bildnachweis.....	495
Danksagung.....	496