



FULL PAPER

Auflagenmillionär im Propagandaland
Eine Fallstudie zur DDR-Jugendzeitung *Junge Welt*

Circulation millionaire in propaganda country
A case study of the GDR's youth daily *Junge Welt*

Michael Meyen & Anke Fiedler

Michael Meyen, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Ludwig-Maximilians-Universität München, Oettingenstr. 67, 80538 München; Kontakt: michael.meyen(at)ifkw.lmu.de

Anke Fiedler, Université libre de Bruxelles (ULB), 50 Avenue Franklin Roosevelt, B-1050 Bruxelles, Kontakt: afiedler@ulb.ac.be

FULL PAPER

Auflagenmillionär im Propagandaland Eine Fallstudie zur DDR-Jugendzeitung *Junge Welt*

Circulation millionaire in propaganda country A case study of the GDR's youth daily *Junge Welt*

Michael Meyen & Anke Fiedler

Zusammenfassung: Der Beitrag untersucht den Auflagenerfolg der DDR-Jugendzeitung *Junge Welt*: Wie und unter welchen Bedingungen können Medienangebote in zentral gelenkten und kontrollierten Mediensystemen die Bevölkerung erreichen? Gestützt auf Akten aus dem Bundesarchiv und der Stasi-Unterlagenbehörde, Zeitzeugeninterviews sowie qualitative und quantitative Inhaltsanalysen wird dabei gezeigt, dass die Ursachen für den Erfolg des Blattes auf jeder Stufe des Massenkommunikationsprozesses zu suchen sind: Eine besondere Personalkonstellation im Machtapparat bescherte der Redaktion Freiräume, die sich auch deshalb mit journalistisch-handwerklicher Qualität füllen konnte, weil sie regelmäßige Leseforschung betrieb. Die Zufriedenheit der Abonnenten mit den Besonderheiten in der DDR-Medienlandschaft (vor allem der Sportteil und eine Liebeskolumne) übertrug sich allerdings nicht auf die politischen Botschaften. Diese wiederum waren für die Medienlenker unverzichtbar, weil sie sonst den Erziehungsanspruch aufgegeben hätten, den sie mit der Jugendzeitung verbanden.

Schlagwörter: Tagespresse, DDR, Publikumserfolg, Geschichte

Abstract: The present study uses the example of the GDR youth daily *Junge Welt* (*Young World*) to ask for the success of press in centrally controlled and supervised mass media systems. Based on more than 1 000 files of the Federal Archives and the Stasi Archives, interviews of eyewitnesses and qualitative as well as quantitative content analyses it is shown that there were causes on every level of the mass media communication process. From the mid-1960s on, the *Junge Welt* benefitted from a specific constellation of leaders. The larger leeway and a professionally trained staff had positive reverberations on the contents also because the *Junge Welt* started conducting polls amongst readers. However, the daily failed to reach its main objective. Only a minority of readers actually accepted its political messages, namely those who supported the vision of socialism anyway. Here are the limits of media steering. Even a greater measure of leeway, well-trained and ambitious journalists who attempt to cater, at least in part, to the needs of their readers cannot dispel entirely the doubts about the credibility of a media.

Keywords: Daily Press, GDR, Audience Success, History

1. Einleitung

Am Beispiel der DDR-Jugendzeitung *Junge Welt* fragt dieser Beitrag nach dem Publikumserfolg von Presse, Hörfunk und Fernsehen in Mediensystemen mit zentraler Lenkung und Kontrolle und damit nach der Quadratur des Kreises. Obwohl es zu den Merkmalen von autoritären Staaten gehört, dass die jeweiligen Herrscher die Massenmedien zensieren und außerdem versuchen, in der Öffentlichkeit alle Informationen zu unterdrücken, die ihre eigenen Interessen gefährden könnten (vgl. Voltmer, 2013), wurde in der Literatur schon früh bezweifelt, dass sich mit dieser Strategie die eigene Bevölkerung gewinnen lässt. Bereits Anfang der 1970er Jahre wies Ithiel de Sola Pool (1973) auf die fehlende Glaubwürdigkeit offizieller Medien hin und auf das Bedürfnis nach glaubwürdigen Informationen. Nach der Analyse von Hörerbrieften, die an *Radio Free Europe* und *Radio Liberty* geschickt worden waren, führte er auch den Rückzug ins Private und das sinkende Interesse an der Politik auf die Kontrolle der Öffentlichkeit durch die jeweiligen Regierungen zurück (Meyen & Schwer, 2007, S. 284).

Für die kommunistischen Staaten, die nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs in Osteuropa aufgebaut wurden, ist dieser Befund von besonderer Bedeutung. Während die Massenmedien in Militärdiktaturen und in den autokratischen Systemen in Afrika oder Ostasien bei der Legitimation der Herrschaft nur eine untergeordnete Rolle spielen (Voltmer, 2013, S. 115–128), gehört zur kommunistischen Ideologie der Anspruch, alle Menschen von der Notwendigkeit einer gesellschaftlichen Alternative zum Kapitalismus zu überzeugen. Den Massenmedien kam dabei die Aufgabe zu, die Ziele der herrschenden Partei zu verbreiten, die Bevölkerung für diese Ziele zu mobilisieren und einen neuen Menschen zu erziehen. Die osteuropäischen Journalisten wurden deshalb auch, um Stalin zu zitieren, als ‚Ingenieure der Seele‘ gesehen (Boyer, 2003, S. 522). Für das Scheitern dieser Politik sprechen nicht nur die Befunde Sola Pools und anderer Propagandaforscher (Friedrich & Brzezinski, 1965; Bytwerk, 1999; Classen, 2007), sondern auch die Massendemonstrationen, Fluchtbewegungen und Aufstände von 1989, die das kommunistische Herrschaftssystem einstürzen ließen. Vor dem Hintergrund der Politik von Glasnost und Perestroika, die Michail Gorbatschow Mitte der 1980er Jahre in der Sowjetunion eingeleitet hatte, gerieten die Unglaubwürdigkeit der einheimischen Medien und die fehlende Informationsfreiheit in der DDR immer stärker in die Kritik und wurden so zu wichtigen Auslösern des Umsturzes (vgl. Köhler, 1992; Stiehler, 2001).

Die Entwicklung der *Jungen Welt* scheint dieser Einschätzung zu widersprechen (vgl. Meyen & Fiedler, 2013a). Die 1947 gegründete DDR-Jugendzeitung erschien zwar seit 1952 als Tageszeitung, erreichte aber in den ersten beiden Jahrzehnten ihres Bestehens trotzdem nur die politisch Aktiven – Jugendliche, die sich für das Projekt Sozialismus engagierten, weil sie an die Idee glaubten oder auf eine Karriere in der DDR hofften. 1966 lag die Jahresschnittsausgabe bei knapp unter 300 000 Exemplaren und damit nur wenig höher als 1950 (250 000 Exemplare). Weder die zahlreichen Werbekampagnen noch der sehr niedrige Verkaufspreis führten dazu, dass sich die Mehrheit der Hauptzielgruppe (Jugendliche zwischen 14 und 25 Jahren) für die Zeitung interessierte. Diese Situation änderte sich ab

Ende der 1960er Jahre. Die Auflage stieg deutlich schneller, als die Parteifunktionäre in Redaktion und Verlag ihren Vorgesetzten selbst in den kühnsten Plänen versprachen. 1972 wurden bereits knapp 600 000 Exemplare verkauft, Ende der 1970er Jahre mehr als eine Million und 1989 sogar über 1,5 Millionen – bei einer Bevölkerung von 17 Millionen Menschen. Schon Ende der 1970er Jahre gab es Wartelisten und zahlreiche Beschwerden von Interessenten, die die Zeitung nicht abonnieren konnten. Der Jugendverband hörte auf, für die Zeitung zu werben, und richtete zahlreiche Bitschreiben an die Führung der kommunistischen Partei, mehr Papier zur Verfügung zu stellen. Dass die *Junge Welt* in den 1980er Jahren deutlich mehr Leser erreichte als das SED-Zentralorgan *Neues Deutschland* (1989: 1,1 Millionen Exemplare, vgl. Matysiak, 2009), verwundert noch mehr, wenn man die Produktionsbedingungen kennt. Beide Zeitungen wurden auf den gleichen Maschinen gedruckt – zuerst die *Junge Welt* und dann das *Neue Deutschland*. Die Jugendzeitung hatte deshalb 1980 schon um 17 Uhr Redaktionsschluss, fünf Stunden früher als die meisten anderen Tageszeitungen in der DDR. Trotzdem war die *Junge Welt* die Tageszeitung mit der höchsten Auflage.

In diesem Beitrag wird nach den Ursachen für diese Erfolgsgeschichte gefragt. Wie war es möglich, dass aus einem Nischenblatt für die systemtreue Jugend innerhalb weniger Jahre die reichweitenstärkste Tageszeitung der DDR werden konnte – in einer Zeit, in der sich gerade die Jugend vom Projekt Aufbau des Sozialismus verabschiedete und verstärkt westliche Rundfunkangebote nutzte oder sogar in die Bundesrepublik Deutschland floh (vgl. Wolle, 1998)? Die *Junge Welt* war dabei keineswegs eine Oppositionszeitung – im Gegenteil. Journalisten gehörten in der DDR zum politischen Feld (Fiedler, 2014). Zu diesem Feld hatten nur diejenigen Zugang, die bereit waren, für die Stärkung der sozialistischen Gesellschaft zu arbeiten und den Führungsanspruch der SED zu akzeptieren. Der Jugendverband Freie Deutsche Jugend, der die *Junge Welt* herausgab, wurde von den Machthabern als Kaderreserve gesehen: Wer sich hier bewährte, hatte später beste Karriereaussichten (Mählert & Stephan, 1996; McDougall, 2004). Da für den Auflagenerfolg der DDR-Jugendzeitung folglich systemkonforme Journalisten verantwortlich waren, verspricht die vorliegende Fallstudie zugleich Einblick in die Möglichkeiten und in die Grenzen autoritärer Herrscher, die Zweifel an der Glaubwürdigkeit gelenkter und kontrollierter Medienangebote zu überwinden und die eigenen Botschaften im Land zu verbreiten.

Vor dem Hintergrund der Lasswell-Formel wird dabei angenommen, dass sich mögliche Ursachen für den Erfolg der *Jungen Welt* auf jeder Stufe des Massenkommunikationsprozesses finden könnten: Kommunikator (Besitz, Medienlenkung, Redaktion), Inhalt/Medium und Publikum (McQuail & Windahl, 1995, S. 13–15). Die Lasswell-Formel wird dabei nicht als eine Theorie missverstanden, die die Untersuchung leiten könnte, und auch nicht genutzt, um Prozesse der Massenkommunikation in der DDR zu modellieren. Wie von Lasswell selbst intendiert, geht es an dieser Stelle nur darum, Bereiche zu „identifizieren“, die untersucht werden sollen (Schulz, 2009, S. 157). Konkret formuliert: Die *Junge Welt* könnte erstens weniger streng oder anders angeleitet und kontrolliert worden sein als andere Medienangebote in der DDR, sie könnte zweitens Journalisten beschäftigt haben, die die Ziele der kommunistischen Partei besser verkaufen konnten als

ihre Kollegen oder unter besseren Bedingungen arbeiten durften, sie könnte drittens Themen behandelt haben, die beim Publikum auf ein größeres Interesse gestoßen sind als das, was die Mediennutzer in anderen Zeitungen fanden, und sie könnte viertens nicht nur die Bedürfnisse ihrer Leser besser befriedigt haben, sondern generell auf ein anderes Publikum gestoßen sein.

Um diese sehr unterschiedlichen Bereiche abdecken zu können, stützt sich die vorliegende Fallstudie auf drei Quellentypen: mehr als 1 000 Akten aus dem Bundesarchiv und der Stasi-Unterlagenbehörde in Berlin, Zeitzeugengespräche mit 19 führenden DDR-Journalisten und Medienoffiziellen sowie Inhaltsanalysen der Tageszeitung (qualitativ und quantitativ). Diese Quellen werden in Abschnitt 3 vorgestellt und diskutiert. Vorher wird die Position der *Jungen Welt* im Mediensystem der DDR skizziert (Abschnitt 2). Zu dieser Position gehörten, das ist das wichtigste Ergebnis der vorliegenden Fallstudie, auf jeder Stufe des Massenkommunikationsprozesses mehr Freiräume als in anderen Redaktionen. Dieses Ergebnis wird in Abschnitt 4 mit Hilfe von fünf Thesen differenziert. Dabei wird erstens deutlich, dass Freiräume nicht automatisch zu besseren Medienangeboten führen. Die *Junge Welt* erreichte in den ersten zwei Jahrzehnten ihrer Existenz auch deshalb kein Massenpublikum, weil ihr ausgebildete Journalisten und Erfahrungen mit der Medienlenkung fehlten. Zweitens zeigt das Beispiel dieser Zeitung, dass Reichweite und Wirkung verschiedene Dinge sind. Die *Junge Welt* wurde zwar gekauft und zumindest in Teilen gern gelesen (auch in Ermangelung von ebenbürtiger Konkurrenz), ihr Ziel erreichte diese Zeitung aber nicht. 1989 war es gerade die Jugend und damit die Hauptzielgruppe des Blattes, die das Kapitel DDR beendete.

2. Die *Junge Welt* im Mediensystem der DDR

Um den Erfolg der *Jungen Welt* erklären zu können, ist es zunächst wichtig zu wissen, dass die ostdeutschen Kommunisten Medienangebote nicht nur für die Verbreitung des marxistisch-leninistischen Ideologie und zur Mobilisierung der Bevölkerung genutzt haben (Stichwort ‚kollektiver Propagandist, Agitator und Organisator‘, vgl. Leone, 2004, S. 27; Boyer, 2003; Bytwerk, 1999; Classen, 2007), sondern auch als politisches PR-Instrument, das an die gerade aktuellen Interessen und an die jeweiligen Zielgruppen angepasst werden konnte (vgl. Fiedler, 2014). Mit Klaus Merten (2008, S. 48, 55) wird PR dabei als „Differenzmanagement zwischen Fakt und Fiktion durch Kommunikation über Kommunikation in zeitlicher, sachlicher und sozialer Perspektive“ verstanden. Merten beschreibt PR-Spezialisten als „professionelle Konstrukteure fiktionaler Wirklichkeiten“, die danach streben, „Sachverhalte stets in positive Tönung“ darzustellen – letztlich mit dem Ziel, „die Wahrnehmung der Öffentlichkeit in ihrem Sinne zu manipulieren“.

Dieser Blick auf die DDR-Medien hat zwei wichtige Konsequenzen. Erstens haben die jeweilige politische und ökonomische Situation und das davon abhängende Legitimationsbedürfnis die Medieninhalte beeinflusst – den Gebrauch von Schlagworten und Parolen genauso wie die Erfolgsrhetorik, die Themenwahl und das Bild, das beispielsweise vom Osten oder vom Westen gezeichnet wurde. Mit

der politischen und ökonomischen Situation haben sich folglich auch die Medieninhalte geändert. Da die politische PR die gerade aktuellen Interessen der Herrschenden bedienen sollte, war sie direkt an das Machtzentrum angebunden. Die Agitationssekretäre der SED und die Parteichefs Walter Ulbricht (1950–1971) und Erich Honecker (1971–1989) entscheiden persönlich selbst über Details bei der Themenwahl und der Ausrichtung von Medienangeboten (vgl. Fiedler, 2014). Die wichtigsten Medienlenkungsinstrumente waren Besitz (es gab keine privatwirtschaftlichen Medien), Lizzenzen, die auch die Auflagenhöhe festlegten, wöchentliche Anleitungen in Berlin, tägliche Presseanweisungen, Kontrollanrufe und eine staatliche Nachrichtenagentur (*Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst*, ADN). Die Anleitung reichte bis in den Anzeigenteil und schloss Abstimmungen mit den ‚zuständigen Stellen‘ (im Zweifel die jeweilige Abteilung im Zentralkomitee der SED) sowie Vorab-Kontrollen ein. Wie nicht anders zu erwarten ist, wenn PR-Spezialisten in den Redaktionen das Sagen haben, gab es in allen 40 DDR-Jahren deutlich mehr Berichte über das sozialistische Lager. Während der Tenor hier in der Regel positiv war, wurde der Westen negativ dargestellt (vgl. Fiedler, 2014). Die Verantwortlichen gingen davon aus, dass ‚die andere Seite‘ (vor allem die Bundesrepublik) alle DDR-Publikationen ständig nach Schwachstellen und möglichen Angriffspunkten absuchte. Das erklärt, warum die Kommunisten mit allen Mitteln versuchten, entsprechende Berichte zu unterdrücken.

Wie bei jeder PR-Aktivität hatte es die SED zweitens mit unterschiedlichen Zielgruppen zu tun. Wenn die kommunistische Partei nicht nur die eigenen Genossen erreichen wollte, sondern auch Nichtparteimitglieder, Bauern, Christen oder Künstler, musste sie auf die Bedürfnisse dieser Menschen eingehen und ihre Botschaften entsprechend anpassen. Neben der kommunistischen Partei (über zwei Millionen Mitglieder) gab es in der DDR vier kleine Parteien (Christdemokraten, Liberaldemokraten, Nationaldemokraten und eine Bauernpartei), die jeweils etwa 100 000 Mitglieder hatten, eigene Tageszeitungen herausgaben, dort zumindest auf den hinteren Seiten die Interessen ihrer Klientel bedienten und sich so von den Blättern der kommunistischen Partei unterschieden. Die Zeitungen der kleinen Parteien bekamen allerdings deutlich weniger Papier und wurden doppelt angeleitet und kontrolliert – von der SED und von der eigenen Parteileitung (vgl. Fiedler, 2014).

Die Zielgruppe Jugend spielte dabei eine herausragende Rolle (vgl. Grote & Kienbaum, 1991; Mählert & Stephan, 1996). Für die Herrschenden war „die ideologische Bildung der Jugend“ ein zentrales Anliegen – „der Versuch, eine Generation von Sozialisten zu schaffen, die persönlich von den Zielen des Regimes überzeugt war und nicht durch Zwang dazu gebracht werden musste, diese Ziele anzustreben“ (Henderson, 1992, S. 318). Um die Jugend von der sozialistischen Idee zu überzeugen, musste sie zunächst erreicht werden. In den beiden staatlichen Fernsehprogrammen gab es spezielle Sendungen für die Jugend. Der staatliche Hörfunk hatte ab 1964 ein mehrstündiges Jugendprogramm (DT64), das 1986 zu einem Vollprogramm ausgebaut wurde (zunächst elf Stunden täglich und ab Ende 1987 sogar 20 Stunden). Dazu kamen Zeitschriften für die verschiedenen Altersgruppen und mit der *Jungen Welt* eine Tageszeitung, die vorgab, explizit auf die Interessen der 14- bis 25-Jährigen zugeschnitten zu sein. Herausgeber war der

Zentralrat des Jugendverbandes Freie Deutsche Jugend, der in Inhalte, redaktionelle Abläufe und Personalentscheidungen eingreifen konnte, sich dabei aber mit den Medienverantwortlichen in der SED abstimmen musste. In der Praxis sah das zum Beispiel bei der Ernennung eines neuen Chefredakteurs so aus: Der Jugendverband machte einen Vorschlag, der dann von der kommunistischen Partei abgesegnet werden musste. Wenn es in Detailfragen unterschiedliche Meinungen gab (was durchaus vorkam), hing die Entscheidung auch davon ab, welche Position der jeweilige Chef des Jugendverbandes in der Parteihierarchie hatte und wie es um die Reputation des Chefredakteurs im Medienlenkungsapparat bestellt war (vgl. Meyen & Fiedler, 2013b).

Die Strukturen dieses Apparats und die besondere Bedeutung der Zielgruppe Jugend für die SED-Führung erlauben die forschungsleitende Vermutung, dass die Ursachen für den Publikumserfolg der *Jungen Welt* ab Ende der 1960er Jahre auf allen Ebenen des Massenkommunikationsprozesses zu finden sein könnten – im Bereich der Medienlenkung (politische Akteure), bei den Journalisten (Medienakteuren), bei den Inhalten und beim Publikum.

3. Quellen

Um dieser Vermutung nachgehen zu können, wurden für die vorliegende Fallstudie drei sehr unterschiedliche Quellentypen genutzt: Archivmaterial, Zeitzeugeninterviews und Inhaltsanalysen. Das Redaktions- und Verlagsarchiv der *Jungen Welt* ist nach dem politischen Umbruch von 1989/90 verloren gegangen. In Berlin erscheint heute zwar ein Blatt unter dem gleichen Namen (Auflage: 15 000 Exemplare), es gibt allerdings so gut wie keine personelle oder inhaltliche Kontinuität. Unterlagen zur Anleitung und Kontrolle der Tageszeitung in der DDR, zur Personalpolitik sowie zur Leserforschung sind in zwei Archiven überliefert. Im Bundesarchiv Berlin wurden folgende Aktenbestände eingesehen: Freie Deutsche Jugend (Verbandschefs, Zentralrat, Agitation, Zentralinstitut für Jugendforschung), Verlag Junge Welt, Abteilung Agitation des Zentralkomitees der SED, Agitationskommission und die Büros der jeweiligen Agitationssekretäre. Dazu kamen Stasi-Unterlagen aus Berlin: Kaderakten von Redakteuren und Verlagsmitarbeitern, Akten von inoffiziellen Mitarbeitern des Geheimdienstes und Stimmungsberichte aus der Redaktion. Insgesamt wurden für die vorliegende Fallstudie mehr als 1 000 Akten ausgewertet.

Aktenüberlieferungen aus dem kommunistischen Herrschaftsbereich sind aus mehreren Gründen problematisch. Erstens spiegelt das Material neben der Realität immer auch den Legitimationsbedarf der jeweiligen Organisation. Auch Agitationssekretäre und Stasi-Offiziere mussten gegenüber ihren Vorgesetzten Erfolge nachweisen und zeigen, dass sie für ihre Position tatsächlich geeignet waren. Dies wirkt sich zweitens auf die Sprache aus, die gerade in den kommunistischen Parteien mit zahlreichen Referenzen an die marxistischen Klassiker und ideologischen Phrasen arbeitet und mit erheblichem zeitlichen Abstand nicht immer leicht zu entschlüsseln ist. Der Forscher läuft so Gefahr, das Vokabular falsch zu interpretieren und Parolen oder Zielvorgaben für die Realität zu halten. Drittens erfassen Akten hier wie überall auf der Welt nur Ausschnitte des Alltags. Um diese

Probleme wenigstens ansatzweise zu lösen, wurden zwischen 2009 und 2013 insgesamt 19 Zeitzeugen befragt:

- *Redaktion* (11): vier Chefredakteure (Horst Pehnert: 1966–1971, Klaus Raddatz: 1971–1977, Hans-Dieter Schütt: 1984–1989, Jens König: 1989–1994), eine stellvertretende Chefredakteurin (Brigitte Zimmermann: 1970–1978) und sechs Redakteure (Werner Micke: 1951–1964 Redakteur, Volker Kluge: 1980–1993 Sportchef, Ingrid Kirschen-Feix: 1987–1989 Kulturchefin, Regina Sommer: 1985–1989 Leserbriefchefin, Roland Dörre und Peter Rau: ab 1982 Redaktionssekretäre);
- *Agitationsapparat* (7): Günter Schabowski (1984–1989 Politbüro), Hans Modrow (1971–1973 Leiter der Abteilung Agitation), Ralf Bachmann (ADN), Eberhard Heinrich (1966–1980 Agitationskommission), Günter Böhme (1980–1989 Agitationskommission), Adolf Kriener (1986–1989 Agitationskommission), Klaus Raddatz (1977–1984 Abteilung Agitation);
- *Leseforschung*: Hans-Jörg Stiehler (1975–1991 Zentralinstitut für Jugendforschung).

Auch solche Interviews sind mit methodischen Problemen verbunden (Stichworte: Erinnerungsvermögen, nachträgliche Rechtfertigung des eigenen Handelns und Kampf um einen Platz in der Geschichte, vgl. Bourdieu, 1990, Löblich, 2005). Da die Interviewer die Überlieferungen in den Archiven sowie die Zeitungsinhalte kannten, wurde die Erinnerung der Zeitzeugen stimuliert, was wiederum geholfen hat, Akten und Artikel besser einordnen zu können.

Neben Archivmaterial und Zeitzeugeninterviews wurden außerdem die Zeitungsausgaben selbst als Quelle genutzt. In einer quantitativen Inhaltsanalyse wurde die *Junge Welt* mit drei anderen landesweit verbreiteten Tageszeitungen verglichen (*Neues Deutschland* sowie die Zentralorgane von Christ- und Liberaldemokraten, *Neue Zeit* und *Der Morgen*). In einer mehrfach geschichteten Zufallsauswahl wurden zunächst neun Jahrgänge ausgewählt, die zugleich für unterschiedliche ökonomische und politische Interessen der Machthaber stehen sollten (1950, 1955, 1960: Aufbau des Staats, Integration in den osteuropäischen Block und Abgrenzung von Westdeutschland; 1965, 1969: Konsolidierung nach innen und Wunsch nach internationaler Anerkennung; 1975, 1980: innenpolitische Stabilität und internationale Anerkennung; 1985, 1989: ökonomische und politische Krise im Ostblock; vgl. Fiedler, 2014). In jedem dieser neun Jahrgänge wurden anschließend künstliche Wochen gebildet (sechs Ausgaben, jeder Wochentag von Montag bis Samstag einmal, insgesamt 212 Ausgaben mit 17 920 Beiträgen). Das Codebuch hatte sechs Kategorienbereiche, mit denen jede Zeitungsausgabe komplett codiert wurde – mit Ausnahme von Servicebeiträgen (Wetter, Lotto, Sporttabellen), Kleinanzeigen, Rätseln und Sportbeiträgen:

- *Formales und Gestaltung*: Darstellungsform, Quellenangaben, Umfang, Ortsangabe, Zahl der Bilder, Hervorhebungen;
- *Akteure*: maximal drei Handlungsträger, Sprecher oder Urheber (Einzelpersonen, Gruppen oder Organisationen bzw. Institutionen) einschließlich Funktion, Nationalität und Parteizugehörigkeit;
- *Hauptthema*: etwa Politik, Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft;

- **Überschriften:** Leseanreiz (ja/nein: sozialistische Parolen, Schlagworte und Erfolgsrhetorik);
- **Leseransprache:** Emotionen (positiv, negativ); Integration (sozialistische Zusammengehörigkeit);
- **Spezifische Aussagen:** Politisierung, Tenor der Berichte über das sozialistische und das kapitalistische Ausland (positiv, neutral, negativ).

Dazu kam eine qualitative Inhaltsanalyse, bei der zum einen die Berichterstattung über historisch wichtige Ereignisse aus unterschiedlichen Lebensbereichen untersucht wurde (Bau der Berliner Mauer 1961, Kampagne gegen den Schriftsteller Wolf Biermann 1965 und seine Ausbürgerung 1976, Sechs-Tage-Krieg 1967, Olympische Sommerspiele 1972 in München, Weltfestspiele der Jugend und Studenten in Berlin 1973, Havarie beim DDR-Gashersteller Schwarze Pumpe 1982). Zum anderen wurden Kommentare, Reportagen und Serien herangezogen, die in den Akten oder in den Berichten von Zeitzeugen eine herausgehobene Rolle spielen. Auf diese Weise konnten Schlüsseltexte identifiziert werden, die schon in der DDR für Aufsehen gesorgt hatten – entweder bei den Kontrolleuren oder bei den Lesern.

4. Ergebnisse

Mit Hilfe von fünf Thesen wird in diesem Abschnitt gezeigt, warum und wie die *Junge Welt* auflagenstärkste Tageszeitung der DDR werden konnte. Der Aufbau folgt dabei der Lasswell-Formel. Die Thesen werden jeweils mit Hilfe von Ankerbeispielen aus dem Material illustriert und differenziert (nach dem Prinzip des ‚pars pro toto‘).

These 1: Mit der innenpolitischen Stabilisierung und der sich abzeichnenden internationalen Anerkennung liberalisierte die SED ihre Jugendpolitik. Die *Junge Welt* profitierte darüber hinaus von einer besonderen Personenkonstellation: Parteichef Erich Honecker hatte seine Karriere im Jugendverband begonnen. Dort war mit Egon Krenz ab 1967 (zunächst als Agitationssekretär und ab 1974 dann als Vorsitzender) der Mann für die Zeitung verantwortlich, den Honecker bald für seinen potentiellen Nachfolger hielt und der dann ab 1983 auch in der Parteispitze für die Jugend zuständig war. Diese mächtige Position von Krenz sicherte der *Jungen Welt* Freiräume bei der redaktionellen Arbeit.

Erich Honecker (1912–1994), 1946 Gründungsvorsitzender der Freien Deutschen Jugend und bis 1955 im Amt, sah sich genau wie später Egon Krenz (Jahrgang 1937), der den Jugendverband von 1974 bis 1981 leitete, als General-Chefredakteur der *Jungen Welt*. Zugespitzt formuliert: In der Zeitung erschien das, was Honecker politisch für richtig hielt. Honecker kam aus der kommunistischen Jugendbewegung, besuchte 1930 die Leninschule in Moskau, engagierte sich anschließend im antifaschistischen Widerstandskampf und saß deshalb viele Jahre im Zuchthaus. Da er in seiner Jugend für eine Parteizeitung geschrieben hatte, hielt er sich in Sachen Journalismus „für besonders qualifiziert“ (Zeitzeuge Schatz).

bowski¹⁾). Er ordnete an, worüber die *Junge Welt* wie zu berichten hatte, ließ sich die Pläne der Redaktion vorlegen und richtete einen wöchentlichen Jour fixe mit leitenden Redakteuren ein.² Die Wünsche der Leser spielten dabei keine Rolle. Anfang 1952 löste Honecker den jüdischen Intellektuellen Heinz Stern (1921–1995) mit einer fadenscheinigen Begründung als Chefredakteur ab und ersetzte ihn durch Joachim Herrmann (1928–1992).³ Herrmann war damals gerade 23 Jahre alt und hatte keinerlei journalistische oder akademische Ausbildung, aber die ‚richtige‘ Herkunft (Arbeiterklasse) und das Vertrauen Honeckers. Als dieser 1971 Chef der kommunistischen Partei wurde, wurde Herrmann Chefredakteur des Zentralorgans *Neues Deutschland*. In den 1940er und 1950er Jahren machten Honecker, Stern und Herrmann eine *Junge Welt*, die den kommunistischen Zeitungen der Weimarer Republik ähnelte. Funktionäre schrieben in der Zeitung für Funktionäre, und sie schrieben vor allem über den Kampf gegen Westdeutschland.

Ab Ende der 1950er Jahre stieg Honecker zum zweiten Mann hinter Parteichef Walter Ulbricht (1893–1973) auf, fühlte sich aber weiter sowohl der Zeitungsarbeit verbunden als auch dem Jugendverband, dem er seine Karriere zu verdanken hatte. Das hatte Folgen für die *Junge Welt* und für die Jugendpolitik (McDougall, 2004). In der Kampagne gegen Schriftsteller, Musiker und bildende Künstler vom Herbst 1965 spielte die Zeitung eine Hauptrolle, obwohl die Angegriffenen gar nicht zur Zielgruppe des Blattes gehörten. Dass trotz solcher Auswüchse parallel die Jugendpolitik schrittweise liberalisiert wurde, lässt sich auch mit der veränderten politischen Situation erklären. Hatten von 1949 bis zum Bau der Berliner Mauer 1961 rund drei Millionen Menschen die DDR verlassen, war dieses Schlupfloch jetzt geschlossen. Die Fixierung auf Westdeutschland ließ allmählich nach, und der Jugendverband begann, sich weit stärker als vorher für die Freizeitinteressen und die Probleme seiner Mitglieder zu interessieren.

Die Nachfolger Honeckers an der Verbandsspitze hatten kein besonderes Faible für die Zeitungsarbeit. Dies änderte sich erst mit Egon Krenz, der in seiner Jugend selbst Journalist werden wollte und schon in der Schule als Volkskorrespondent für ein Lokalblatt geschrieben hatte. Wie einst Honecker hielt Krenz engen Kontakt zur Redaktion der *Jungen Welt*, ließ sich langfristige Pläne, Ideen für Artikelserien oder einzelne Texte schicken und redigierte hier im Wortsinn mit dem Rotstift.⁴ Während Honecker den Faschismus im Zuchthaus erlebt hatte, war Krenz bereits in der DDR sozialisiert worden. Er kannte die Bedürfnisse der Jugend auch deshalb besser als Honecker, weil er zunächst als Lehrer gearbeitet hatte. Zwar war Egon Krenz nur bis 1983 Vorsitzender des Jugendverbandes, blieb aber nach seinem anschließenden Aufstieg in die SED-Spitze auch dort für die Jugend zuständig. Das heißt: Wer die *Junge Welt* kritisierte, legte sich ab Ende

1 Interview am 28. Mai 2010.

2 Vgl. zum Beispiel Protokoll Nr. 105, FDJ-Zentralrat, 5. Oktober 1950. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DY 24/2402, nicht paginiert.

3 Bericht über fahrlässige und verbandsschädigende Handlungen des Jugendfreundes Heinz Stern, Chefredakteur in der *Jungen Welt*, nicht datiert (1952). In: Privatarchiv Tanja Stern.

4 Vgl. etwa Langguth (Chefredakteur) an Krenz, 1. September 1980. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DY 24/11249, nicht paginiert.

der 1970er Jahre mit dem zweitmächtigsten Mann der DDR an. Das sicherte der Redaktion Freiräume und machte sie selbst für Angriffe aus dem Ministerium für Staatssicherheit tabu.

Um dies mit einem Beispiel zu illustrieren: In den 1980er Jahren ärgerten sich die Fußballfans im Land zunehmend über die Siegesserie des Berliner Fußballklubs Dynamo. Die Stasi-Mannschaft, Lieblingsverein von Minister Erich Mielke, war seit 1979 stets DDR-Meister geworden. Da die Mannschaft im Europapokal genauso regelmäßig früh ausschied, glaubten viele Fans, dass die Meisterschaft von der Staatssicherheit manipuliert wurde. Der Unmut ging weit über die Fußballplätze hinaus und begann, sich gegen die Herrschaftsstrukturen insgesamt zu richten. Während dieses Themas in den anderen DDR-Medien tabu war, begann die *Junge Welt* im Herbst 1985, die Leistungen der Schiedsrichter in Dynamo-Spielen zu kritisieren.⁵ Ein Sportredakteur schrieb, dass ihm Kollegen aus anderen Redaktionen abgeraten hätten, auf falsche Elfmeterpfiffe hinzuweisen, um Ärger zu vermeiden.⁶ Hintergrund dieses Statements: Die Stasi hatte sich sofort in der Redaktion beschwert und Druck ausgeübt.⁷ Dieser Druck blieb nur deshalb ohne Konsequenzen, weil Egon Krenz in der Parteiarchie über Erich Mielke stand und (mit Rückendeckung durch Parteichef Honecker⁸) die Artikel gut hieß, wenn er sie nicht sogar selbst angeregt hatte. Am Ende wurde ein Schiedsrichter suspendiert, die Schiedsrichterkommission neu zusammengesetzt und das Volk so beruhigt.⁹ Volker Kluge, damals Sportchef, ist es im Rückblick egal, ob seine Zeitung damals von den Mächtigen benutzt wurde oder nicht. Dynamo Berlin, das sei der Punkt gewesen, an dem viele Bürger „ihre Aversionen gegen die DDR und gegen die Stasi festgemacht haben. Egon Krenz hat diesen Knoten zerschlagen. Für uns Redakteure war das eine gute Zeit. Wir waren auf der Siegerseite.“¹⁰

These 2: Die Redaktion der *Jungen Welt* arbeitete in den 1970er und 1980er Jahren viel professioneller als vorher. Nachdem in den ersten Jahren nach dem Kriegsende vor allem junge Leute das Bild der Zeitung geprägt hatten, die eher zufällig in den Beruf gestolpert waren und keine Ausbildung für diesen Beruf mitbrachten, kamen im Laufe der Zeit zunehmend Redakteure, die nicht nur ein Vontariat und das Journalistikstudium in Leipzig absolviert hatten, sondern auch eine gut lesbare Zeitung produzieren wollten.

Die im Bundesarchiv und in der Stasiunterlagenbehörde überlieferten Personalakten erlauben, eine Kollektivbiografie der Redakteure zu schreiben, die von 1947 bis 1989 für die *Junge Welt* gearbeitet haben. Zu diesem ‚Kollektiv‘ gehören insgesamt 203 Journalisten, für die sich mit Hilfe des Archivmaterials persönliche Angaben wie Name, soziale Herkunft, Ausbildung und Berufsstationen, Mitglied-

5 *Junge Welt* vom 29. Oktober 1985, S. 5 und vom 24. März 1986, S. 5.

6 Peter Kroh: *Stellungnahme*, 31. Oktober 1985; Hans-Dieter Schütt (Chefredakteur) an Krenz, 1. November 1985. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch 30/IV 2/2.039/25, S. 106–108.

7 Information: *Junge Welt* Berichterstattung über den BFC Dynamo, 23. Dezember 1985. In: BStU, MfS, HA XX, Nr. 11643, S. 259.

8 Krenz an Honecker, 2. April 1986. In: Privatarchiv Volker Kluge.

9 Vgl. Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch 30/IV 2/2.039/25, S. 103–108, 156–158.

10 Interview am 10. März 2010.

schaften in Parteien und Organisationen oder Auszeichnungen rekonstruieren ließen. Die Gründergeneration des DDR-Journalismus (geboren zwischen 1900 und 1915 und sozialisiert in der Arbeiterbewegung, vgl. Meyen & Fiedler, 2013b) spielte dabei in der *Jungen Welt* fast keine Rolle. Nur Adolf Buchholz (erster Chefredakteur, 1947) und Rudolf Mießner (sein Nach-Nachfolger, 1948–1949) haben wie Erich Honecker in ihrer Jugend Parteiblätter erlebt, die nicht informieren oder gar unterhalten, sondern sich im politischen Kampf bewähren sollten. Von Männern wie Honecker, Buchholz und Mießner lernte die Aufbaugeneration der DDR (geboren zwischen 1920 und 1935), was Journalismus in diesem Land sein sollte. Zu dieser Generation gehören fast alle, die das Gesicht der *Jungen Welt* bis in die frühen 1970er Jahre geprägt haben – Menschen aus einfachen Verhältnissen, die nach Nationalsozialismus und Krieg einen Neuanfang wollten, dafür zunächst in Antifa-Gruppen oder in der Freien Deutschen Jugend mitmachten, bald in die kommunistische Partei eintraten und in der DDR eine Aufstiegschance bekamen, von der sie vorher nicht einmal geträumt haben dürften (Niethammer, 1994). In den Journalismus kamen diese Redakteure in aller Regel zufällig (weil sie Talent gezeigt hatten und gerade eine Stelle zu besetzen war) und ohne entsprechende Ausbildung.

Dass das politische Engagement am Anfang stand und dass die Vorbilder dieser jungen Leute sich eher im Kampf gegen den Faschismus bewährt hatten als bei der Zeitungsarbeit, hatte Folgen für das Selbstverständnis der Redakteure. „Parteiarbeit“ hieß die Idee, die Klaus Raddatz (Jahrgang 1932) mit diesem Beruf verband. „Ich wollte Partejournalist werden“.¹¹ Typisch für diese Generation waren ein schneller Aufstieg in Leitungspositionen und ein Fernstudium an der Journalistik-Fakultät in Leipzig, das sie neben der aufreibenden Redaktionsarbeit absolvierten.

Die meisten der Redakteure, die nach 1945 geboren wurden und damit deutlich jünger waren als die Aufbaugeneration, haben sich gezielt auf den Beruf vorbereitet: über erste Artikel in der Schule (für die Wandzeitung oder in einer Pionierredaktion), ein Volontariat und ein Direktstudium in Leipzig. Der Faschismus und die Nachkriegszeit waren für sie genauso Geschichte wie die Dauer-Auseinandersetzung mit Westdeutschland. Auch diese Journalistengenerationen sahen sich zwar als Anwalt des Sozialismus und der DDR, sie hatten aber an der Universität zugleich gelernt, wie man lesbare Texte schreibt, und wollten bessere Zeitungen produzieren als ihre Vorgänger. Für diejenigen, die zur *Jungen Welt* kamen, galt dies in besonderer Weise. „Wir waren die einzige Zeitung, die man in der DDR lesen konnte“, sagte Zeitzeuge Hans-Dieter Schütt (Jahrgang 1948), ab 1973 Redakteur und 1984 dann Chefredakteur. „Für dieses Image haben viele Redakteure gern bei uns gearbeitet. Die *Junge Welt* kam mir wie eine Spielweise vor. Wenn bei uns eine junge Frau für Lateinamerika zuständig war, dann musste sie sich nicht 20 Jahre hochdienen, um dort mal hinzufahren“.¹²

11 Interview am 8. Dezember 2009.

12 Interview am 9. Oktober 2009.

These 3: Der größere Freiraum und das besser ausgebildete Personal spiegeln sich in den Inhalten. Ab Mitte der 1960er Jahre wurde die *Junge Welt* zunehmend journalistischer – ein Begriff, der hier vor allem auf das Handwerk zielt und auf die Fähigkeit, Aufmerksamkeit zu erregen. Es gab mehr Leseanreize als in anderen DDR-Zeitungen und zumindest teilweise das, was die Leser von einer Tageszeitung für die Jugend erwarteten: Sport, Porträts über Jugendliche und Texte über die Liebe.

Um nicht falsch verstanden zu werden: Wie alle Medienangebote in der DDR war auch die *Junge Welt* stark politisiert und eher langweilig. 56,6 Prozent aller Beiträge, die in die quantitative Inhaltsanalyse eingeflossen sind, enthielten mindestens eine politische Aussage, und 60 Prozent der Handlungsträger waren Politiker, Funktionäre und politische Organisationen. Die Zeitung lieferte vor allem Nachrichten und Berichte (62 Prozent aller Beiträge), konzentrierte sich auf die DDR und das sozialistische Ausland (zwei Drittel aller Beiträge) und enthielt viel weniger Fotos und grafische Elemente als wir heute gewöhnt sind (nur in jedem vierten Beitrag). Mehr noch: In den 1970er und 1980er Jahren (also in dem Zeitraum, in dem die Auflage stark anstieg) berichtete die *Junge Welt* nicht nur sehr viel negativer über das kapitalistische Ausland als die anderen drei untersuchten Zeitungen (Tabelle 1), sondern hatte in ihren Überschriften sogar mehr sozialistische Parolen und Schlagwörter oder Erfolgsrhetorik als das kommunistische Zentralorgan *Neues Deutschland*.

Tabelle 1: Negative Aussagen über das nicht-sozialistische Ausland (Angaben in Prozent)

| | 1950 | 1955 | 1960 | 1965 | 1969 | 1975 | 1980 | 1985 | 1989 |
|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Junge Welt | 59,4 | 42,3 | 38,5 | 26,8 | 21,7 | 19,3 | 21,5 | 22,0 | 25,0 |
| Neues Deutschland | 40,1 | 52,2 | 48,2 | 30,5 | 30,6 | 14,9 | 19,5 | 15,0 | 13,8 |
| Neue Zeit | 33,1 | 43,4 | 35,3 | 22,0 | 13,8 | 14,2 | 13,7 | 11,6 | 10,0 |
| Der Morgen | 31,6 | 32,1 | 26,9 | 21,1 | 12,6 | 9,3 | 14,3 | 9,8 | 9,1 |

Anmerkung: Neues Deutschland: $n = 4442$; $\chi^2 = 374,1$; $p < 0,0001$, Junge Welt: $n = 2436$; $\chi^2 = 93,6$; $p < 0,0001$, Neue Zeit: $n = 2934$; $\chi^2 = 185,9$; $p < 0,0001$, Der Morgen: $n = 3580$; $\chi^2 = 165,7$; $p < 0,0001$

Dass die Zeitung den Sozialismus in den schönsten Farben malte und den Klassengegner besonders aggressiv attackierte, lässt sich leicht erklären. „Wir waren ehrgeizig und wollten unbedingt auffallen“, sagte Zeitzeuge Hans-Dieter Schütt. „Viele Parteimitglieder fanden, dass wir das bessere Zentralorgan sind“.¹³ Die Inhaltsanalysen bestätigen dieses Selbstlob. Die *Junge Welt* veröffentlichte mehr Reportagen und mehr Rezensionen als die anderen Zeitungen, sie hatte mehr grafische Elemente, mehr Überschriften, die zum Lesen anregen, und weniger Melddungen der staatlichen Nachrichtenagentur ADN.

Vielleicht noch wichtiger: Der Sportteil war in der Jugendzeitung nicht nur am größten (ein Sechstel der gesamten Fläche), sondern auch am besten. Während

13 Interview am 9. Oktober 2009.

sich *Neues Deutschland*, *Neue Zeit* und *Der Morgen* auch hier in aller Regel auf nüchterne Berichte und Nachrichtensprache beschränkten, waren die Redakteure der *Jungen Welt* kreativ. Sie arbeiteten mit Metaphern und Sprachspielen, personalisierten und berichteten als einzige immer wieder sehr objektiv über den Breitensport¹⁴ sowie über Stars aus dem Westen – auch in Sportarten, in denen die DDR nicht um Medaillen kämpfte. So gab es ausführliche Porträts über Boris Becker (Westdeutschland, Tennis), Jean Tigana und Johann Cruyff (Frankreich und Niederlande, Fußball) oder Gilles Villeneuve (Kanada, Formel 1).¹⁵ Dass zur Kreativität auch Kritik kam, wurde gerade schon am Beispiel des Schiedsrichterskandals von 1985/86 demonstriert. Sportchef Volker Kluge sagte, nicht nur die DDR-Bürger seien sportbegeistert gewesen, sondern auch viele Funktionäre wie zum Beispiel Egon Krenz. „Wir haben solche Verbündeten genutzt und versucht, den Sport nicht unnötig mit Ideologie zu belasten“.¹⁶

Auch in den anderen Ressorts jenseits der Politik gab es handwerklich guten Journalismus. „Wir haben versucht, Propagandafloskeln zu vermeiden“, sagte Zeitzeugin Ingrid Kirschey-Feix, die 1974 Kulturredakteurin wurde.¹⁷ Wie Kirschey-Feix erinnerten sich auch die Zeitzeugen Regina Sommer und Roland Dörre vor allem an Porträts, Serien und Interviews. „Wir mussten auch nicht 300 Honecker-Fotos bringen und konnten die Titel der Funktionäre weglassen“, sagte Dörre.¹⁸ Für eine Serie über eine Bauarbeiter-Brigade bekam die *Junge Welt* 1983 den Preis des Journalistenverbandes der DDR. Auch wenn die Zukunft des Landes in den 15 Texten eher rosig erscheint, erfüllen nicht wenige der Porträts auch heute noch alle Kriterien für handwerklich guten Journalismus.¹⁹

Neben dem Sportteil gab es in der *Junge Welt* eine zweite Rubrik, die in der DDR-Medienlandschaft singulär war. Unter der Überschrift *Unter vier Augen* wurden ab 1963 jede Woche Leserfragen zu Liebe und Partnerschaft beantwortet. Obwohl es zahlreiche Proteste von Moralaposteln und aus dem Ministerium für Volksbildung gab, waren das Leserecho und der Strom an Zuschriften stark genug, um die Kolumne zu erhalten. Die in den Archiven überlieferten Briefe zeigen, wie groß das Vertrauen der Jugendlichen in die Redaktion war. Hier werden intime Details, Schwierigkeiten mit Eltern, Lehrern und Partnern und sogar politische Probleme berichtet. 1982 fragte zum Beispiel eine 17-Jährige, deren Freund bei der Stasi war, warum sie deshalb den Kontakt zu ihren Verwandten im Westen abbrennen solle.²⁰

These 4: Die *Junge Welt* konnte die Leserbedürfnisse auch deshalb besser befriedigen als andere Zeitungen, weil sie ab den 1970er Jahren professionelle Leserforschung betrieb. Die Ergebnisse lieferten der Redaktion zusätzliche Argu-

¹⁴ Vgl. zum Beispiel die Berichte über das Laufen und den Rennsteiglauf *Junge Welt* vom 17. Mai 1980, S. 1, 20. Mai 1985, S. 6, 18. Mai 1987, S. 6.

¹⁵ *Junge Welt* vom 18. Juli 1985, S. 8; 22. April 1987, S. 8; 23. April 1987, S. 8; 10. Mai 1982, S. 7.

¹⁶ Interview am 10. März 2010.

¹⁷ Interview am 8. Oktober 2009.

¹⁸ Interview am 22. November 2012.

¹⁹ *Junge Welt* vom 1. bis 19. Oktober 1982.

²⁰ 25. Oktober 1982. In: BStU, Mfs, HA XX, No. 11283, S. 371–373.

mente, um erfolgreiche Teile wie den Sport oder die Liebes-Kolumne gegenüber Kritik aus der SED zu verteidigen. Wie sehr das Publikum die Zeitung schätzte, zeigen die zahlreichen Leserbriefe an die *Junge Welt*.

Die *Junge Welt* arbeitete seit den frühen 1970er Jahren bis zum politischen Umbruch mit dem Zentralinstitut für Jugendforschung in Leipzig zusammen und gab dort regelmäßig Leserumfragen in Auftrag (vgl. Henderson, 1992; Friedrich et al., 1999). Das war in der DDR keineswegs selbstverständlich. Beim Zentralkomitee der SED gab es nur anderthalb Jahrzehnte lang ein Institut für Meinungsforschung (von 1964 bis 1979), und die meisten Redaktionen verzichteten auf systematische Publikumsforschung. Wichtigste Ausnahme ist die Reichweitenforschung des staatlichen Fernsehens, die allerdings wenig über Zuschauerwünsche und Bewertungen aussagte (Meyen & Schwer, 2007, S. 288). Viele Journalisten hatten „Vorbehalte“ gegenüber der kapitalistischen Marktforschung.²¹ In der *Jungen Welt* änderte sich dies im Sommer 1971, als Dieter Langguth (Jahrgang 1937) stellvertretender Chefredakteur wurde (1977 bis 1984 Chefredakteur). Langguth hatte vorher mit Unterstützung des Zentralinstituts für Jugendforschung promoviert und wusste folglich, was Umfragen können. Die Redaktion erfuhr etwa alle drei Jahre, wer ihre Leser sind, was sie mit der Zeitung machen und was sie gerne hätten. Die Ergebnisse führten zwar nicht dazu, dass die Zeitung ihr politisches Ziel aufgab und nur noch Leserwünsche erfüllte, die Chefredakteure konnten die Daten aber in den Diskussionen mit den Medienkontrolleurinnen im Jugendverband und in der kommunistischen Partei nutzen, um Kritik an beliebten Zeitungsseiten abzuwehren und ihre Orientierung an journalistischen Qualitätsstandards zu verteidigen.

Die Berichte aus dem Zentralinstitut für Jugendforschung lassen keinen Zweifel, was die Leser an der *Jungen Welt* schätzten. Der Sport lag in allen Umfragen vorn. Diese Seite erreichte Menschen, die „sonst unseren Jugendmedien kritisch gegenüberstehen“, hieß es im August 1983. Während damit vor allem Männer gemeint waren, warteten die Frauen auf die wöchentliche Liebeskolumne.²² Das bedeutet aber nicht, dass die Leser unkritisch waren. 1982 sagte nur jeder vierte Befragte, er sei mit der *Jungen Welt* „vollkommen“ zufrieden. Das Fernsehprogramm kam hier allerdings nur auf drei Prozent und die Sendungen für die Jugend auf acht.²³ Die Leser wussten, was sie an der Jugendzeitung hatten. „Die *Junge Welt* bringt im Unterschied zu anderen Tageszeitungen mehr Informationen, die mich interessieren“: 31 Prozent der Befragten stimmten hier 1982 „vollkommen“ zu und 53 Prozent „mit gewissen Einschränkungen“.²⁴ Bessere Werte erreichte kein anderes DDR-Medienangebot bei einer Umfrage.

Dieses Vertrauen erklärt die Flut von Leserbriefen. In den 1970er und 1980er Jahren richteten jedes Jahr 7 000 bis 8 000 Menschen „politisch-ideologische Fra-

21 Junge Welt, Grundsatzabteilung, 1. Juli 1971. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DY 26/182, nicht paginiert.

22 Die Nutzung der Jugendmedien, besonders der *Jungen Welt*, August 1983, S. 49–50, 60. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DC 4/629, nicht paginiert.

23 Jugendmedien 1982. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DC 4/627, S. 9.

24 Die Nutzung der Jugendmedien, Dezember 1982, S. 29. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DC 4/627, nicht paginiert.

gen“ an die *Junge Welt*.²⁵ Das Gesetz verlangte, dass alle Eingaben und Leserbriefe nicht nur registriert werden mussten, sondern auch in angemessener Frist zu beantworten oder an eine zuständige Stelle weiterzuleiten waren.²⁶ Wenn der Begriff nicht paradox wäre, könnte man von einer internen Öffentlichkeit sprechen. Die Leser bekamen hier die Antworten, die sie in ihrer Zeitung vergeblich suchten (weil diese Antworten der aktuellen PR-Strategie widersprachen), und die Herrschenden erfuhren, welche Probleme die Bevölkerung hatte. Für beide Seiten war eigentlich egal, an wen die Briefe gerichtet wurden – an das Fernsehen, an eine Zeitung, an kommunale Behörden, den Staatsrat oder an den Parteichef persönlich. An Erich Honecker gingen zum Beispiel im ersten Halbjahr 1983 knapp 7 000 Eingaben.²⁷ Viele junge Menschen schrieben offenbar trotzdem lieber an die *Junge Welt*. Die Redakteure arbeiteten und recherchierten so oft nur für einen einzigen Leser.

These 5: Trotz der Nähe zu den Lesern verfehlte die *Junge Welt* ihr wichtigstes Ziel. Die politischen Botschaften wurden nur von einer Minderheit angenommen – von denen, die das Projekt Sozialismus ohnehin unterstützen. Dies zeigt zugleich die Grenzen gelenkter und kontrollierter Medienangebote. Auch größerer Freiraum, gut ausgebildete und ehrgeizige Journalisten sowie Inhalte, die die Interessen der Nutzer wenigstens zum Teil bedienen, können die Zweifel an der Glaubwürdigkeit nicht zerstreuen.

Durch die Leserumfragen wussten die Redakteure um die begrenzte Wirkung ihrer Arbeit. Artikel über die Initiativen der Freien Deutschen Jugend wurden nur von den Verbandsfunktionären gelesen und politisierte Texte von den meisten Abonnenten ganz überblättert. Im August 1983 schrieben die Forscher, es werde immer wieder deutlich, dass es der Zeitung nicht gelinge, das Verhalten der Jugendlichen und ihre Einstellung zur DDR zu beeinflussen.²⁸ Auch der Sportteil und die Liebeskolumnen, Leseanreize und der Versuch, auf Phrasen und Floskeln weitgehend zu verzichten, führten nicht dazu, dass die Leser die politische Berichterstattung akzeptierten. 1982 sagten zwar nur acht Prozent der befragten Jugendlichen, sie seien „kaum“ oder „überhaupt nicht“ mit der *Jungen Welt* zufrieden (Fernsehen: 35 Prozent), die große Mehrheit (67 Prozent) verband ihr Lob aber mit dem Wort „eingeschränkt“.²⁹ Die Leser wünschten sich stets das gleiche: noch mehr Sport und noch mehr Liebe, mehr Unterhaltung, Ratgeber, Freizeittipps und Auslandsnachrichten.³⁰ Darauf einzugehen hätte bedeutet, die Berichterstattung über Politik und Wirtschaft deutlich einzuschränken. Dies widersprach

²⁵ Chefredaktion: Diskussionsmaterial zur Zukunft der *Jungen Welt*, nicht datiert (Mai 1980), S. 87–89. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DY 24/10054, S. 96–95.

²⁶ Vgl. Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DY 30/IV 2/2.037/23, S. 13–22, hier 20.

²⁷ Information zu Eingaben, 9. August 1983. In: Bundesarchiv Berlin SAPMO-BArch, DY 30/2590, S. 1–9.

²⁸ Die Nutzung der Jugendmedien, besonders der *Jungen Welt*, August 1983, S. 60. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DC 4/629, nicht paginiert.

²⁹ Die Nutzung der Jugendmedien, Dezember 1982, S. 29. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch DC 4/627, nicht paginiert.

³⁰ Lesereinstellungen zur *Jungen Welt*, Februar 1976, S. 8–22. In: Bundesarchiv Berlin, SAPMO-BArch, DC 4/2096, nicht paginiert.

sowohl den Zielen der SED und des Jugendverbandes als auch dem Selbstverständnis der Journalisten, die sich als Funktionäre im Dienst des Sozialismus und als Erzieher des Volkes sahen und nicht als Diener ihrer Leser.

5. Fazit

Dass die *Junge Welt* zur auflagenstärksten Tageszeitung der DDR werden konnte, hat zuallererst inhaltliche Gründe. Ab Mitte der 1960er Jahre entwickelte sich das Blatt zu einer Perle in der Medienlandschaft des Landes. Die Jugendzeitung hatte einen großen und guten Sportteil, eine ungewöhnliche Liebeskolumnen und viele andere gelungene Artikel, die in der Bevölkerung Aufsehen erregten. Ohne diese handwerklich-journalistische Qualität ist der Erfolg bei den Lesern nicht zu erklären. Dies gilt vor allem, wenn man die Zeitung mit den anderen Medienangeboten vergleicht, die den Menschen damals zur Verfügung standen. Zugespitzt formuliert: Die *Junge Welt* war stark politisiert, ideologisch und über weite Strecken eintönig, aber sie war immer noch interessanter als die Konkurrenz.

Der inhaltliche Wandel von einem langweiligen Verbandsblatt zur meistgelesenen Tageszeitung lässt sich sowohl mit der Professionalisierung erklären, die der DDR-Journalismus in den ersten 20 Nachkriegsjahren durchlaufen hatte, als auch mit den besonderen Bedingungen, unter denen die *Junge Welt* produziert wurde. Die Redakteure der ersten Stunde hatten genau wie ihre Kontrolleure wenige oder gar keine Erfahrungen mit der Zeitungsarbeit und wurden vor allem von politischem Enthusiasmus sowie vom Wunsch nach einem gesellschaftlichen Neuanfang getragen. Mitte der 1960er Jahre hatten diese Pioniere entweder ein Fernstudium absolviert oder waren durch junge Leute ersetzt worden, die sich gezielt auf den Beruf vorbereitet hatten, den Klassengegner zunehmend nur noch als abstrakte Größe kannten und so auch keine Berührungsängste hatten, wenn es um Stars aus dem Westen ging. Wer jetzt zur *Jungen Welt* kam, wollte auffallen und traf dabei auf Strukturen, die journalistische Kreativität begünstigten – Chefs, die wussten, dass sie den Arbeitsplatz noch einmal wechseln (weil sie irgendwann zu alt für eine Jugendzeitung sein würden), Herausgeber, die politische Anfänger waren, und eine Parteispitze, die wohlwollend auf junge Leute sah, die mit Herzblut für den Sozialismus stritten, und die auch bereit war, die Zügel etwas zu lockern, wenn es darum ging, die „Kampfreserve der Partei“ nicht zu verlieren.

Zu diesen Strukturen gehört Egon Krenz, der ab 1967 im Jugendverband für die Agitationsarbeit zuständig war, 1974 Verbandschef wurde, 1983 in die Spalte der SED aufstieg und dort als Nachfolger von Erich Honecker galt. Diese mächtige Position schützte die *Junge Welt* vor Angriffen aus dem Agitationsapparat der Partei oder von einzelnen Politikern und Funktionären. Die Redaktion nutzte und verteidigte die Freiräume, die dadurch entstanden, und konnte dabei auch auf Ergebnisse ihrer regelmäßigen Leserforschung zurückgreifen – ein Umstand, der sie von anderen DDR-Redaktionen unterschied. Zugleich ließ die Zeitung keinen Zweifel an ihrer politischen Zugehörigkeit. Während sich der Tonfall in anderen Medienangeboten in den 1970er und 1980er Jahren eher mäßigte, berichtete die Jugendzeitung immer negativer über den Westen und hatte keine Hemmungen, abgestandene Parolen und sozialistische Erfolgsrhetorik in Schlagzeilen zu verwenden.

Die Fallstudie zur *Jungen Welt* zeigt, dass die Menschen auch in zentral kontrollierten und gelenkten Mediensystemen erreicht werden können – wenn die Publikumswünsche erforscht und erfüllt werden und wenn die Mediennutzer handwerklich-journalistische Qualität bekommen. Voraussetzung für den Erfolg der *Jungen Welt* war allerdings, dass die anderen Medienangebote in der DDR diese Kriterien noch weniger erfüllt haben und dass es keine Konkurrenz aus dem Ausland gab. Während die meisten DDR-Bürger problemlos Hörfunk- und Fernsehangebote aus Westdeutschland empfangen konnten, war die Berliner Mauer für Printprodukte kaum zu überwinden. Die *Junge Welt* war so billig, dass man sie auch dann abonnieren konnte, wenn man nur die Sportseite wollte oder die Liebeskolumnen. Die Zufriedenheit mit diesen Teilen übertrug sich allerdings nicht auf die politischen Botschaften. Diese wiederum waren für die Medienlenker unverzichtbar, weil sie sonst den Erziehungsanspruch aufgegeben hätten, den sie mit der Jugendzeitung verbanden. Medienangebote nach politischen Kriterien zu redigieren und damit Erfolg beim Publikum zu haben, scheint so tatsächlich die Quadratur des Kreises zu sein.

Literatur

- Bourdieu, P. (1990). Die biographische Illusion. *BIOS*, 3(1), 75–81.
- Boyer, D. (2003). Censorship as a vocation: The institutions, practices, and cultural logic of media control in the German Democratic Republic. *Comparative Studies in Society and History*, 45(3), 511–545.
- Bytwerk, R. L. (1999). The failure of the propaganda of the German Democratic Republic. *Quarterly Journal of Speech*, 85, 400–416.
- Classen, C. (2007). Thoughts on the significance of mass-media communication in the Third Reich and the GDR. *Totalitarian Movements and Political Regimes*, 8, 547–562.
- Fiedler, A. (2014). *Medienlenkung in der DDR*. Köln: Böhlau.
- Friedrich, C. J., & Brzezinski, Z. K. (1965). *Totalitarian dictatorship and autocracy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Friedrich, W., Förster, P., & Starke, K. (1999). *Das Zentralinstitut für Jugendforschung Leipzig 1966-1999. Geschichte, Methoden, Erkenntnisse*. Berlin: edition ost.
- Henderson, K. (1992). The search for ideological conformity. Sociological research on youth in the GDR under Honecker. *German History*, 10(3), 318–334.
- Köhler, A. (1992). Marschierte der DDR-Bürger mit? In U. Gerhardt & E. Mochmann (Hrsg.): *Gesellschaftlicher Umbruch 1945-1990* (S. 59–79). München: Saur 1992.
- Leone, M. E. (2004). *Closer to the masses. Stalinist culture, social revolution, and Soviet newspapers*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Löblich, M. (2005). Probleme und Chancen des biographischen Interviews. Ein Erfahrungsbericht. *Medien & Zeit*, 20(1), 4–10.
- Mählert, U., & Stephan, G. (1996). *Blaue Hemden, rote Fahnen. Die Geschichte der Freien Deutschen Jugend*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Matysiak, S. (2009). Die Entwicklung der DDR-Presse. Zur ostdeutschen Pressestatistik. *Deutschland Archiv*, 42(1), 59–73.
- McDougall, A. (2004). Youth Politics in East Germany: The Free German Youth Movement 1946-1968. Oxford: Clarendon Press.

- McQuail, D., & Windahl, S. (1993). *Communication models for the study of mass communications*. New York: Longman.
- Merten, K. (2008). Zur Definition von Public Relations. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56(1), 42–59.
- Meyen, M., & Fiedler, A. (2013a). *Wer jung ist, liest die Junge Welt*. Berlin: Ch. Links.
- Meyen, M., & Fiedler, A. (2013b). Journalists in the German Democratic Republic (GDR). A collective biography. *Journalism Studies*, 14(3), 321–335.
- Meyen, M., & Schwer, K. (2007): Credibility of media offerings in centrally controlled media systems. A qualitative study based on the example of East Germany. *Media, Culture & Society*, 29(2), 285–304.
- Niethammer, L. (1994). Erfahrungen und Strukturen: Prolegomena zu einer Geschichte der Gesellschaft der DDR. In H. Kaelble, J. Kocka, & H. Zwahr (Hrsg.), *Sozialgeschichte der DDR* (S. 95–115). Stuttgart: Klett-Cotta.
- Schulz, W. (2009). Kommunikationsprozess. In E. Noelle-Neumann, W. Schulz, & J. Wilke (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (S. 153–182). Frankfurt am Main: S. Fischer.
- Sola Pool, I. de (1973). Communication in totalitarian societies. In I. de Sola Pool, W. Schramm, N. Maccoby, & E. Parker (Hrsg.), *Handbook of Communication* (S. 463–474). Chicago: Rand McNally.
- Stiehler, H. (2001). *Leben ohne Westfernsehen*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Voltmer, K. (2013). *The media in transitional democracies*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Wolle, S. (1998). *Die heile Welt der Diktatur*. Berlin: Ch. Links.

EXTENDED ABSTRACT

Circulation millionaire in propaganda country A case study of the GDR's youth daily *Junge Welt*

Michael Meyen & Anke Fiedler

1. Scope, aim, and sources

The present study uses the example of the German Democratic Republic (GDR) youth daily *Junge Welt* (*Young World*) to ask for the success of press in centrally controlled and supervised mass media systems. It may be characteristic of autocratic states that the rulers censor the media and even attempt to suppress the flow of any information that might jeopardize their own interests (Voltmer, 2013), yet early on media research has raised doubts as to the efficiency of that strategy to win the support of the local population (Sola Pool, 1973). These doubts are particularly relevant with regard to the communist states that were set up after the end of World War II in Eastern Europe. Whilst the media play a subordinate role in legitimizing the ruling power in military dictatorships and in the autocratic regimes of Africa and Eastern Asia, it is part of the communist ideology to claim universal approval for its social alternative to capitalism. The mass media are therefore appointed to disseminate the objectives of the ruling party, to mobilize the population and to contribute to the education of a new mankind. In this sense, Eastern European journalists became in Stalin's words: "the engineers of the soul" (Boyer, 2003, p. 522). The failure of this political approach has been highlighted not only by the findings of Sola Pool (1973) and other propaganda researchers (Friedrich & Brzczinski, 1965; Bytwerk, 1999; Classen, 2007) but as well by the mass demonstrations, the collective escapes and the rebellions of 1989 that eventually brought down the system of communist domination. Against the background of the politics of Glasnost and Perestroika that Mikhail Gorbachev had launched in the Soviet Union in the mid-eighties, the unreliability of the local media and the lack of freedom of information in the GDR increasingly became the focus of widespread critique that turned out to be a key trigger for the overthrow of the regime.

The development of the *Junge Welt* stands in contradiction to this assessment. The paper established in 1947 as the GDR youth paper, was circulated as of 1952 as a daily, but, in its first two decades, it only reached out to the politically active, young people engaged in the socialist project, because they believed in the ideal or were striving for a career in the GDR. By 1966 the total circulation did not quite reach 300 000 copies, a slight increase from 1950 (250 000). Neither the numer-

ous advertising campaigns, nor the very moderate price served to raise the interest of a majority of the target audience, youths between 14 and 25 years. The situation changed as of the end of the 1960s. The circulation increased above and beyond the boldest predictions of the party officials in the newsroom and the publisher's office. As of 1962 600 000 copies were sold, by the end of the 1970s it was over a million and in 1989 even over 1.5 million, whilst the population numbered 17 million.

The present study seeks to understand the causes for this success story. How did it come about that the niche product targeting young adherents of the system could become the largest selling daily in the GDR, precisely at a time when young people were giving up on the construction of the socialist project, were increasingly tuning in to Western broadcasting and even attempted to escape to Western Germany? The *Junge Welt* was in no way an opposition paper, quite the contrary. In the GDR journalists had to belong to the political field (Fiedler, 2014). The youth organization, *Freie Deutsche Jugend*, that published the *Junge Welt*, was considered as a personnel reserve by the ruling elite: He, who proved him/herself there, had the best career opportunities (McDougall, 2004). The journalists who stood behind the success of the GDR youth newspaper were by definition loyal to the regime and the present study is therefore an exploration into the capacities and the limitations of authoritarian rulers, as they try to overcome the doubts of the public about the content of controlled media and to disseminate their own views across the country.

Against the background of Lasswell's rather simple model of communication (McQuail & Windahl, 1995, 13–15) we assume that it is possible to identify potential causes for the success of the *Junge Welt* on every level of the mass media communication process: communicator (ownership, media steering, and editorial staff), content/medium and audience. Put in other words: first, the *Junge Welt* might have been subjected to a lesser or a different form of instructions and control than the other media outlets in the GDR, second, it might have been able to hire journalists who were better able to sell the objectives of the communist party or could work under better conditions, third, it might have been in a position to handle issues that were more interesting for the public than what was to be found in other newspapers, and fourth, it might not only have responded better to the needs of its readers but as well catered to another audience.

With a view to cover these widely diverging fields, the present study is based on three types of sources: more than 1 000 files of the Federal Archives and the Stasi Archives in Berlin, interviews of eyewitnesses: 19 leading GDR journalists and media officials and qualitative as well as quantitative content analyses of the newspaper itself.

2. Results

This section will show, with the support of a chain of arguments organized into five theses, following the levels of Lasswell's model, why, how and to what end the daily *Junge Welt* became the GDR's circulation champion. Unfortunately, the

format of this extended abstract does not allow for the inclusion of empirical evidence to support the successive stages of the argument.

Thesis 1: The Communist Party liberalized its policy with regard to youth as a result of the internal stability and the early signs of international recognition. At the same time, the *Junge Welt* benefitted from a specific constellation of leaders: Erich Honecker, the Secretary General of the communist party had begun his career within the *Freie Deutsche Jugend*. The man in charge of the newspaper was Egon Krenz (first as Secretary for Agitation and Propaganda as of 1964 and then as president from 1974 on), whom Honecker soon considered as his potential successor and who took over the responsibility for youth in the top level of the party in 1983. His position in the hierarchy of power gave Krenz room for maneuver with the editorial content.

Thesis 2: The editors of the *Junge Welt* worked to higher professional standards in the 1970s and 1980s than they had earlier on. Whereas, in the early years after the end of the war, it was mostly young people who had shaped the newspaper. They had become journalists more or less by chance and had not brought any specific qualifications to the job. Over the years, new editors joined the team who not only had already worked as volunteers and completed their studies in journalism in Leipzig but as well wanted to produce a quality newspaper.

Thesis 3: The larger leeway and the professionally trained staff had positive reverberations on the contents. As of the mid 1960s, the *Junge Welt* became more journalistic, carried more teasers than other GDR newspapers and partly catered to the expectations of a younger audience such as sports, portraits of young people and texts about love and romance.

Thesis 4: The *Junge Welt* was better able to satisfy the needs of the readers than other papers because it started conducting polls amongst readers as of the 1970s. The results provided the editors with additional arguments to stand their ground in defense of successful sections, such as sports and the love column, in front of the critique emanating from the communist party. The numerous letters to the editor demonstrate that the audience valued the *Junge Welt*.

Thesis 5: In spite of its proximity to its readers, the *Junge Welt* failed to reach its main objective. Only a minority of readers actually accepted its political messages, namely those who supported the vision of socialism anyway. Here are the limits of media steering. Even a greater measure of leeway, well-trained and ambitious journalists who attempt to cater, at least in part, to the needs of their readers cannot dispel entirely the doubts about the credibility of a media.

3. Summary

That the *Junge Welt* could become the largest circulating newspaper in the GDR rests primarily on internal reasons. As of the mid 1960s, the paper grew to be the pearl of the media industry in the country. The youth paper had a large and good sports section, an unusual love column along with many well-written articles that served to raise the interest of the population. The success of the paper cannot be explained without its journalistic qualities. This is all the more significant when one compares the *Junge Welt* with the other media that were available to the peo-

ple at the time. To put it in other words: The *Junge Welt* was strongly politicized, ideologically mostly monotonous but it remained more interesting than its competitors did. The inner evolution from a boring mouthpiece of a mass organization to the most read newspaper in the country also has to do with the professionalization of journalism that emerged in the GDR in the first twenty years after the war, as well as with the specific circumstances in which the *Junge Welt* was produced. In the early years, the editors had just as little experience with the making of a newspaper as the censors and they were all sharing in the political enthusiasm and the desire to see a new society emerge. In the mid-1960s these pioneers had either completed their distance training course in journalism or were replaced by younger people, who had studied in order to become journalists and for whom the concept of class enemy was receding into abstraction and who had no reservations about coming into contact with stars from the Western world. Anyone who joined the *Junge Welt* did so because he/she wanted to stand out and got introduced to an organization that valued creativity, with leaders who knew that they were going to move to other jobs (because they were going to be too old for a youth paper), editors who were political beginners and a party leadership that looked favorably upon young people (who were passionate about socialism), and was willing to slacken the reins in order not to lose the reserves of the party.

Egon Krenz was part of the hierarchy; he was in charge of agitation in the *Freie Deutsche Jugend* as of 1967, became its leader in 1973, was promoted to the top of the party in 1983 and was considered as the potential successor to Honecker. His position of power served to protect the *Junge Welt* from the attacks of the party or from individual politicians and officials. The newspaper used this room for maneuver and in its struggle to safeguard it, could fall back on the results of the regular readers' polling, an advantage that other media outlets did not enjoy. At the same time the newspaper never allowed for any doubt as to its political affiliation. Whilst the tone was growing more moderate in other newspapers in the course of the 1970s and 1980s, the youth newspaper had no qualms about printing ever more negative coverage about the Western world and about turning stale slogans and socialist success rhetoric into headlines.

The case study about the *Junge Welt* demonstrates that it is possible to reach out to people in centrally controlled and supervised mass media systems, inasmuch as the wishes of the audience are taken into account and catered to and as long as the readers get quality. A pre-condition for the success of the *Junge Welt* remains that the other media outlets in the GDR were paying even less attention to these criteria and that there was no competition from abroad. Whilst most GDR citizens could easily access radio and television broadcast from Western Germany, there was hardly any chance for the printed press to overcome the Berlin Wall. The copy price of the *Junge Welt* was so low that one could get a subscription just to read the sports page or the love column. Yet the satisfaction expressed about these two specific sections did not extend to the political pages. To give up on the political pages would have been tantamount to relinquishing the claim to educate the public that those in power linked with the youth newspaper. To produce media content according to political criteria and at the same time to achieve success with the public therefore seems to be an attempt to square the circle.

References

- Boyer, D. (2003). Censorship as a vocation: The institutions, practices, and cultural logic of media control in the German Democratic Republic. *Comparative Studies in Society and History*, 45(3), 511–545.
- Bytwerk, R. L. (1999). The failure of the propaganda of the German Democratic Republic. *Quarterly Journal of Speech*, 85, 400–416.
- Classen, C. (2007). Thoughts on the significance of mass-media communication in the Third Reich and the GDR. *Totalitarian Movements and Political Regimes*, 8, 547–562.
- Fiedler, A. (2014). *Medienlenkung in der DDR* [Mass media steering in the GDR]. Köln: Böhlau.
- Friedrich, C. J., & Brzezinski, Z. K. (1965). *Totalitarian dictatorship and autocracy*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- McDougall, A. (2004). *Youth Politics in East Germany: The Free German Youth Movement 1946-1968*. Oxford: Clarendon Press.
- McQuail, D., & Windahl, S. (1993). *Communication models for the study of mass communications*. New York: Longman.
- Sola Pool, I. de (1973). Communication in totalitarian societies. In: Sola Pool, I. de, Schramm, W., Maccoby, N., & Parker, E. (Eds.) *Handbook of Communication* (pp. 463–474). Chicago: Rand McNally.
- Voltmer, K. (2013). *The media in transitional democracies*. Cambridge, UK: Polity Press.