

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	7
1.1	Bedeutung des Themas und Forschungsbedarf .....	7
1.2	Forschungsstand .....	9
1.3	Forschungsfragen .....	22
1.4	Theoretischer Rahmen und Forschungsmethode .....	24
1.5	Editorische Hinweise .....	43
1.6	Danksagung .....	44
<b>2</b>	<b>Beobachtung und Wettlauf. Die Vorbereitungs- und Experimentierphase 1950 bis 1955</b> .....	47
2.1	Die Deutschlandpolitik der SED und der Sowjetunion in den 1950er Jahren .....	48
2.2	Unter Beobachtung. Die Vorbereitungsphase 1950 bis 1952 .....	61
2.3	Der Wettlauf hat begonnen. Das Versuchsprogramm 1952 bis 1955 .....	71
<b>3</b>	<b>Fernsehen für ganz Deutschland. Das reguläre Programm 1956 bis 1959</b> .....	75
3.1	Das Selbstbild des DDR-Fernsehens und die ideologischen Ziele der Programmpolitik ab 1956 .....	76
3.2	Die Ausbildung der Feindbildschemata vom Westfernsehen .....	117
3.3	Strategien im Umgang mit der westlichen Konkurrenz .....	140
3.4	Das Projekt »Deutschland-Fernsehen« .....	153
<b>4</b>	<b>Ankunft als Massenmedium. Das DDR-Fernsehen 1960 bis 1969</b> .....	181
4.1	Die Deutschlandpolitik in den 1960er Jahren .....	182
4.2	Nach dem Mauerbau: Korrekturen im Selbstbild des DDR-Fernsehens .....	195
4.3	Etablierung und Verfestigung des Feindbildes .....	235
4.4	Wettbewerbsstrategien zwischen Anpassung und Abgrenzung .....	262

<b>5</b>	<b>Ideologische Konkurrenz in friedlicher Koexistenz.</b>	
	<b>Das DDR-Fernsehen 1970 bis 1979</b> .....	279
5.1	Die Deutschlandpolitik in den 1970er Jahren .....	279
5.2	Das Selbstbild des DDR-Fernsehens nach dem VIII. Parteitag der SED .....	287
5.3	Das Feindbild im Zeichen der »ideologischen Diversion« .....	311
5.4	Immer wieder sonntags ... Berücksichtigung der bundesdeutschen Programmpolitik .....	331
<b>6</b>	<b>Unterhaltung als Alternative.</b>	
	<b>Das DDR-Fernsehen 1980 bis 1989</b> .....	343
6.1	Außenpolitik der DDR in den 1980er Jahren und die Krise im Inneren .....	344
6.2	Im Dialog: Ideologischer Auftrag und Unterhaltungsanspruch im Selbstbild .....	355
6.3	»Ätherkrieg« in der »Kommunikationsgesellschaft«. Das Feindbild angesichts neuer Technologien und Programme .....	371
6.4	(Re-)Agieren in der Defensive: Der Siegeszug der Unterhaltung .....	392
<b>7</b>	<b>Schlussfolgerungen</b> .....	417
7.1	Das Selbstbild: Von der »Waffe« im Kalten Krieg zum Unterhaltungs- und Entspannungsmedium .....	417
7.2	Feindbildfixierung statt Konkurrenzkampf .....	422
7.3	Letztendlich ohne Strategie .....	428
7.4	Forschungsausblick .....	430
<b>Anhang</b>	.....	433
	Abkürzungen .....	433
	Kurzbiographien relevanter Persönlichkeiten aus Fernsehen, Hörfunk und Politik .....	435
	Quellen und Literatur .....	446