

# Inhalt

<b>1 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 Beobachtung und Wettkauf. 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 Wettkauf hat begonnen. Das Versuchsprogramm 1952 bis 1955 .....	71
<b>3 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 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 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 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 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