

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
-------------------	----

Kapitel I

Zur Entwicklung der internationalen politischen Kommunikation

A. Geschichte	15
1. Das Mittelalter	16
2. Die Amerikanische Revolution	16
3. Frankreich: Die Revolution und Napoleon	17
4. Der Amerikanische Bürgerkrieg	18
5. Lenin und die Bolschewiki	19
6. Der Erste Weltkrieg	21
7. Die Zwischenkriegszeit	23
8. Der Zweite Weltkrieg	26
9. Die Nachkriegszeit	29
10. Zusammenfassung	30
B. Kommunikation: Voraussetzungen, Begleitumstände und Folgen	33
1. Einstellungen	33
2. Das Image	34
3. Meinungen	36
4. Wirksamkeit/Schlagkraft	38
5. Öffentliche Meinung und Außenpolitik	39
6. Die internationale politische Kommunikation (IPK) als Instrument der Außenpolitik	41
C. Im Hintergrund: Der kalte Krieg	47
1. Charakteristische Konzeptionen: West-Deutschland	49
2. Konzeptionen in der politischen Praxis	52
3. Zusammenfassung	60
4. Charakteristische Konzeptionen: Ost-Deutschland	62
5. Konzeptionen in der politischen Praxis	67
6. Zusammenfassung	74

Kapitel II

Internationale politische Kommunikation und Entspannung - aus der Sicht der Bundesrepublik Deutschland

A. Die gegenwärtige außenpolitische Lage in den Perzeptionen der Bundesrepublik Deutschland	76
B. Westdeutsche Perzeptionen von den gegenwärtig in Ost und West verfolgten Kommunikationsstrategien	81
1. IPK – lebenswichtig für die Bundesrepublik	81
2. Neue Schwerpunkte zu Beginn der siebziger Jahre	83
Eine umfassendere Konzeption von IPK	83
Ein größeres Publikum	83
Multilaterale Kanäle	84
Wachsendes Bewußtsein vom ideologischen Wettbewerb	84
3. Neue Entwicklungen im Kommunikationsbereich in der DDR	86
4. Die Zielvorstellungen der westdeutschen Kommunikationspolitik für das Ende der siebziger Jahre	88
Zielbereiche	88
Zielgruppen	89
Medien	89
Organisationsformen	90
C. Organisation, Leitung und Kanäle zur Durchsetzung der IPK-Ziele der Bundesrepublik Deutschland	91
1. Der staatliche und quasi-staatliche Apparat	92
Das Auswärtige Amt	92
Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung	93
Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit	95
Das Bundesministerium des Innern	95
Die Deutsche Welle	96
Der Deutschlandfunk	102
Das Bundesministerium für Jugend, Familie und Gesundheit	103
Das Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft	103
Das Bundesministerium für innerdeutsche Beziehungen	104
Die übrigen Ministerien	105
2. Die (nichtstaatlichen) Mittlerorganisationen	105
Das Goethe-Institut	105
Inter Nationes (IN)	106
Das Institut für Auslandsbeziehungen	108
Die akademischen »Dienstleistungs«unternehmen	108
Die Stiftungen der politischen Parteien	109
Die Carl-Duisberg-Gesellschaft (CDG)	110
Verschiedene Organisationen	111
3. Organisationen im Medienbereich	111
Fernsehen	111
Film	111
Die Nachrichtenagenturen	112
Der Buchhandel	112

D. Ausgewählte IPK-Praktiken in Regionen mit außenpolitischer Priorität für die Bundesrepublik Deutschland	113
1. Die westeuropäischen Verbündeten/Partner	115
2. Osteuropa	116
3. Die DDR	118
4. Die Dritte Welt	120
E. Die Kommunikationspolitik der Bundesrepublik Deutschland in den USA: Eine Fallstudie	123
1. Wer ist auf deutscher Seite offiziell bzw. quasi-offiziell für die Kommunikationspolitik der Bundesrepublik zuständig?	123
Die offiziellen Vertreter der Bundesrepublik	123
Das Goethe-Haus	124
Das German Information Center (GIC)	126
Die deutsch-amerikanischen Gesellschaften und Zeitungen . .	127
2. Warum und worüber kommuniziert wird	130
Erweiterung des positiven Image	130
Ausgleich für unzureichende Information durch die Medien . .	137
Ausnutzung und Ausbau vorhandener Interessen	140
3. Mit wem wird kommuniziert?	142
Lehrer, Studenten, Intellektuelle	142
Berufsgruppen	144
Interessengruppen und Minoritäten	144
4. Wann und wo findet Kommunikation statt?	145
Filme	145
Magazine/Zeitschriften (und andere Druckerzeugnisse)	146
Bücher	147
Das Fernsehen	148
Der Hörfunk	149
Vorträge	152
Künstlerische Aufführungen/Ausstellungen/Besondere Ereignisse	152
Austausch/Studienreisen/persönliche Kontakte	153
5. Wie kann das Image der Bundesrepublik in den USA verbessert werden?	153
Bildungspolitische und kulturelle Aktivitäten	154
Veränderungen der amerikanischen Rahmenbedingungen . . .	154
Das gesamte offizielle IPK-Programm der Bundesrepublik . . .	155
Informationen	155
Weitere Aktionen der Bundesrepublik	156
Das Wesen des Staates Bundesrepublik Deutschland	156
F. Zusammenfassung und Analyse	158

Kapitel III

Internationale politische Kommunikation und Entspannung - aus der Sicht der DDR

A. Die gegenwärtige außenpolitische Lage in den Perzeptionen der DDR	176
B. DDR-Perzeptionen von den gegenwärtig in Ost und West verfolgten Kommunikationsstrategien	180
1. Verschärfung des ideologischen Kampfes	180
2. Unakzeptable Formen der ideologischen Konfrontation	181
3. Entwicklungen im Kommunikationswesen des Kapitalismus	182
4. Die Intentionen sozialistischer Kommunikationspolitik	184
Internationale Organisationen	185
Freundschaftsgesellschaften	186
Kulturarbeit	186
Zielgruppen	187
5. Zusammenfassung	187
C. Organisation, Leitung und Kanäle zur Durchsetzung der IPK-Ziele der DDR	190
1. Der Parteiapparat	190
Das Politbüro	190
Die ZK-Abteilungen	191
2. Der Staatsapparat	191
Die Volkskammer	192
Der Ministerrat	192
Das Staatliche Komitee für Fernsehen	193
Das Staatliche Komitee für Rundfunk	193
Staatssekretariat für Körperkultur und Sport	199
Das Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten (MfAA)	199
Das Ministerium für Kultur (MfK)	200
Das Ministerium für Hoch- und Fachschulwesen (MfHF)	201
Das Ministerium für Volksbildung (MfV)	202
3. Die Organisationen der Nationalen Front	202
Die Blockparteien	203
Die Massenorganisationen (MO)	203
Die Berufsverbände	204
4. Der Friedensrat	206
5. Die Liga für Völkerfreundschaft	207
D. Ausgewählte IPK-Praktiken in Regionen mit außenpolitischer Priorität für die DDR	210
1. Osteuropa	210
2. Westeuropa	215
3. Die Dritte Welt	224
E. Die Kommunikationspolitik der DDR in den USA: Eine Fallstudie	228
1. Wer kommuniziert offiziell und quasi-offiziell für die DDR oder im Auftrag der DDR?	228

Die »Amerikanische Gesellschaft zum Studium der Deutschen Demokratischen Republik« (ASSGDR)	228
Das offizielle Personal der DDR	231
Das »U.S. Committee for Friendship with the GDR« (USCFGDR)	237
2. Warum und worüber kommuniziert wird	241
Abschwächung des negativen Image	241
Ausgleich für unzureichende Information durch die Massenmedien	248
Ausnutzung und Ausbau bestehender Interessen	249
3. Mit wem wird kommuniziert?	253
Lehrer, Studenten, Intellektuelle	253
Die Schwarzamerikaner	255
Die Kirchen	257
Fortschrittliche »Fälle«	258
4. Wann und wo findet Kommunikation statt?	259
Filme und Bücher	259
Zeitschriften/Magazine	261
Radio Berlin International	262
Aufführungen und Ausstellungen	264
Studienreisen	266
5. Wie kann das Image der DDR in den USA verbessert werden?	267
Bildungspolitische und kulturelle Aktivitäten	268
Das Wesen des Staates DDR	268
Informationen (Qualität)	270
Veränderungen der amerikanischen Rahmenbedingungen	270
Weitere Aktivitäten der DDR	271
Informationen (Qualität)	271
Das gesamte offizielle IPK-Programm der DDR	272
 F. Zusammenfassung und Analyse	 273
 Kapitel IV	
Zusammenfassung und Schlußfolgerungen	288
 Anmerkungen	 299
 Anhang	
Anhang 1	359
Anhang 2	363
Anhang 3	372
Anhang 4	374
Anhang 5	377
Anhang 6	380
 Register	 388