

Inhaltsverzeichnis

1.1.	Einleitung	S. 03
1.2	Materialien und Methoden	S. 17
2.	1. Die Ausgangslage Ost-West	
	2.	
2.1.	Die Geschichte der Ost-West-Unterschiede und ihrer Rezeption	S. 20
2.2.	Die Ost-West-Gesellschaft	S.26
2.3.	Chancen der Unterschiede	S. 27
2.4.	Bloß kein West-Ungarn	S.28
2.5.	Was ist Öffentlichkeit?	S. 30
2.6.	Wie wird der Zustand der Öffentlichkeit bewertet?	S. 36
2.6.1.	Die großen Kritiker	S. 38
2.6.2.	Die gesetzlichen Grundlagen der Medienwelt	S. 43
2.6.3.	Das Privatfernsehen und sein Einfluss auf die Öffentlichkeit	S. 51
2.6.4.	Die öffentlich-rechtlichen gegen die privaten Anbieter	S. 54
2.7.	Die Unterschiede der Ost/West Öffentlichkeit	S.58
2.7.1.	Das Publikum Ost	S. 60
2.7.2.	Die journalistischen Akteure in Ost und West	S. 63
2.7.3.	Die politischen Akteure in Ost und West	S. 68
2.7.4.	Psychologie und Kommunikation Ost/West	S. 69
2.7.5.	Forderungen und Fragen an die Öffentlichkeit Ost	S. 73
3.	Der unbekannte Osten	
3.1.	Die Akteure	S. 74
3.2.	Ost-Elite	S. 78
3.3.	Elitentausch	S. 83
3.4.	Andere Lebensläufe, andere Arbeitsauffassung, andere Bedingungen: die journalistischen Akteure	S. 85
3.5.	Problemfall Sachsen Anhalt	S. 103
3.6.	Andere Lebensläufe, andere Arbeitsauffassung, andere Bedingungen: die politischen Akteure	S. 107
3.7.	Warum sich der Ossi so ungern in Szene setzt	S. 113
4.	Die Medien funktionieren anders	
4.1.	Vor der Wende	S. 132
4.2.	In der Wende	S. 137
4.2.1.	Die elektronischen Medien	S. 137
4.2.2.	Der Printbereich	S. 158
4.3.	Stasi-Debatte	S. 167
5.	Lösungsansätze	
5.1.	Andere Öffentlichkeit und andere Mediennutzung	S. 173
5.2.	Wie kann der kommunikative Zusammenhang Ost nach vorn gedacht werden?	S. 185
5.3.	Berliner Republik	S. 191
5.4.	Der Osten als politisches Subjekt - die Bundestagswahl 2002 und	S. 194

	die EU-Osterweiterung	
5.5.	Von Amerika, Luther und anderen lernen	S. 201
5.6.	Ansätze eigenständiger Positionen	S. 214
5.7.	Was bringt die Debatte um die Medien?	S. 218
5.8.	Ausbildung, die junge Generation	S. 224
5.8.1.	Sachwissen	S. 227
5.8.2.	Recherche, Ethos und Anspruch	S. 229
5.8.3.	Was bringt eine Ausbildung ohne Studium	S. 232
5.8.4.	Wir finden in den überregionalen Medien nicht statt	S. 233
5.8.5.	Fit-Machen für die Schlachtfelder der politischen Kommunikation	S. 234
5.9.	Der unbekannte Zuschauer	S. 243
5.10.	Das „Netzwerk Recherche“ und sein Nutzwert für die Kommunikation-Ost	S. 246
5.11.	Ostalgieshows - weiße Erinnerungssalbe oder Erkenntnispool?	S. 251
5.12.	Was kann die Politik für eine gelingende Ost-Kommunikation tun?	S. 262
5.13.	Die Reform der Medienordnung und die Stärkung ostdeutscher Akteure	S. 269
6.	Möglichkeiten - Ausblick	S. 277
	Literatur	S. 284