

Inhalt

1	Einleitung	9
1.1	Motivation und Ziel der Untersuchung	11
1.2	Deutschland aus britischer Sicht – Don't mention the war!	13
1.3	Zur Struktur	16
2	Fremdwahrnehmung	19
2.1	Wir und die anderen – Selbst- und Fremdwahrnehmung	19
2.2	Begriffsdifferenzierungen	23
2.2.1	Stereotyp	23
2.2.2	Image	27
2.2.3	Nationenbild	29
2.3	Der Einfluss der Massenmedien auf Nationenbilder	32
2.4	Die Wandelbarkeit von Nationenbildern	34
2.5	Fremdwahrnehmung und Sport	36
2.5.1	Zum Stellenwert des Sportjournalismus in Großbritannien	36
2.5.2	Die Bedeutung von Sport für Nationenbilder	38
2.5.3	Besonderheiten der Sprache in der Sportberichterstattung	42
2.6	Zusammenfassende Betrachtung	47
3	Untersuchungskonzept	49
3.1	Zur Methode: Die Inhaltsanalyse	49
3.2	Medienauswahl	50
3.2.1	Daily Mirror	52
3.2.2	The Times	54
3.3	Untersuchungszeiträume	57
3.4	Hypothesen und Subhypothesen	57
3.5	Operationalisierung	61
3.5.1	Formale Kategorien	61
3.5.2	Inhaltliche Kategorien	62
3.5.3	Prüfung der Reliabilität	64
3.6	Zusammenfassende Betrachtung	66
4	Präsentation und Diskussion der Ergebnisse	69
4.1	Umfang und Strukturen des Analysematerials	69

4.2	Nationale Stereotype.....	72
4.2.1	Verhältnis positiver und negativer Stereotype	73
4.2.2	Stereotype in Artikeln mit und ohne Bezug zum Spielgeschehen	80
4.2.3	Diskussion von Hypothese 1 und Subhypothese 4.1	81
4.3	Gebrauch von Kriegsmetaphorik.....	83
4.3.1	Verschiedene Formen von Kriegsvokabular und -symbolik	84
4.3.2	Diskussion von Hypothese 2 und Subhypothese 4.2	89
4.4	Thematisierung des Wandels im Deutschlandbild	90
4.4.1	Thematisierung des Wandels mit Ausdruck der Überraschung	94
4.4.2	Aussagen über die Langfristigkeit des Wandels	94
4.4.3	Diskussion von Hypothese 3 und Subhypothese 4.3	95
4.5	Diskussion von Hypothese 4	97
5	Fazit und Ausblick	99
	Abbildungsverzeichnis	105
	Literaturverzeichnis	107
	Anhang A: Codebuch.....	123
	Anhang B: Tabellen	135