

INHALT**A. EINLEITUNG**

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1. Das Deutschlandbild in der amerikanischen Auslandsberichterstattung als Untersuchungsgegenstand | 1 |
| 2. Aufbau und Ziele der Arbeit | 3 |

B. DAS NATIONENBILD ALS GEGENSTAND DER SOZIALWISSENSCHAFTEN

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Anthropologische Dimension | 9 |
| 1.1. Individuum und Perzeption | 10 |
| 1.2. Weltbild und Weltverständnis | 16 |
| 2. Individualpsychologische Dimension | |
| 2.1. Vorurteil und Persönlichkeit | 18 |
| 2.2. Vorurteil und kognitive Dissonanz | 22 |
| 3. Sozialpsychologische Dimension | 25 |
| 3.1. Individuum und Gruppe | 26 |
| 3.2. Individuum und Stereotyp | 29 |
| 3.3. Gruppe und Stereotyp | 32 |
| 3.4. Stereotyp und Kultur | 39 |
| 4. Politologische Dimension | 42 |
| 4.1. Nation und Nationenbild | 44 |
| 4.2. Nationenbild und Nation-Building | 50 |
| 4.3. Nationenbild und Decision-Making | 52 |
| 5. Kommunikationswissenschaftliche Dimension | 55 |
| 5.1. Massenmedien und Information | 56 |
| 5.2. Massenmedien und Image | 59 |
| 5.3. Massenmedien und internationale Kommunikation | 64 |
| 6. Pädagogische Dimension | |
| 6.1. Einstellung und Sozialisation | 67 |
| 6.2. Strategien der Einstellungsänderung | 75 |
| 6.2.1. Der kognitive Ansatz | 80 |
| 6.2.2. Der emotionale Ansatz | 81 |
| 6.2.3. Der kontaktive Ansatz | 82 |
| 6.3. Exkurs: Staatliche Öffentlichkeitsarbeit als Strategie zur Beeinflussung eines Nationenbildes | |
| 6.3.1. Am Beispiel des historischen Deutschlandbildes | 89 |
| 6.3.2. Am Beispiel des amerikanischen Deutschlandbildes | 94 |

7. Methodologische Dimension	97
7.1. Nationenbild und Erkenntnistheorie	98
7.2. Nationenbild und Methodologie	101
7.2.1. Die Inhaltsanalyse	102
7.2.2. Beobachtung und Experiment	104
7.2.3. Die Befragung	105
8. Historische Dimension	
8.1. Vorläufer der modernen Nationenbild-Forschung	112
8.2. Nationenbild-Forschung in der Bundesrepublik	115
9. Zusammenfassung	119

C. DAS AMERIKANISCHER DEUTSCHLANDBILD ALS GEGENSTAND DER ERLEBNIS- UND INHALTSFORSCHUNG

1. Zur historischen Entwicklung des amerikanischen Deutschlandbildes	122
1.1. Von den Anfängen bis 1914	123
1.2. Von 1914 bis 1918	127
1.3. Von 1918 bis 1945	129
1.4. Von 1945 bis zur Gegenwart	131
1.5. Das Bild der DDR	140
2. Zum amerikanischen Deutschenbild	
2.1. Ähnlichkeits- und Sympathiebeurteilung	143
2.2. Aspekte des amerikanischen Deutschenbildes	145
3. Quellen des amerikanischen Deutschenbildes	151
3.1. Persönliche Kontakte	153
3.2. Bildungssystem	156
3.3. Spielfilm und Fernsehen	158
4. Soziographische Differenzierungen des amerikanischen Deutschen- und Deutschlandbildes	162
5. Zusammenfassung	166

D. DIE AMERIKANISCHER AUSLANDSBERICHTSBEREITUNG ALS GEGENSTAND DER MEDIENFORSCHUNG

1. Zur Struktur der amerikanischen Massenmedien	169
1.1. Presse	171
1.2. Nachrichtenagenturen	179
1.3. Rundfunk	180

2. Zur Auslandsberichterstattung in amerikanischen Massenmedien	190
2.1. Presse	194
2.2. Nachrichtenagenturen	202
2.3. Rundfunk	204
3. Zur historischen Entwicklung der amerikanischen Deutschlandberichterstattung	
3.1. Von den Anfängen bis 1914	210
3.2. Von 1914 bis 1945	212
3.3. Von 1945 bis zur Gegenwart	218
3.4. Zur Kritik der amerikanischen Deutschlandberichterstattung	221
4. Zusammenfassung	226

F DIE GÄTTERKREISER IN DER AMERIKANISCHEN AUSLANDSBERICHTERSTATTUNG ALS GEGENSTAND DER KOMMUNIKATORFORSCHUNG

1. Amerikanische Auslandskorrespondenten	229
2. Amerikanische Editors	236
3. Zusammenfassung	241

F ANLAGE UND DURCHFÜHRUNG DER UNTERSUCHUNG

1. Anlage der Untersuchung	242
2. Bildung des Sample	249
3. Verlauf der Untersuchung	
3.1. Pre-Test	251
3.2. Haupterhebung	253

G ERGEBNISSE DER UNTERSUCHUNG

1. Soziale Grunddaten	
1.1. Geschlecht und Alter	258
1.2. Geographische und mediale Verteilung	262
1.3. Nationale und regionale Herkunft	265
1.4. Soziale und ethnische Herkunft	268
2. Berufliche Sozialisation	
2.1. Ausbildungsgang	272
2.2. Berufslaufbahn	279

3. Merkmale professioneller Tätigkeit	
3.1. Tätigkeitsbezeichnung	289
3.2. Tätigkeitsmerkmale	292
3.3. Arbeitsschwerpunkt und redaktionelle Zuständigkeit	295
3.4. Auswahl der Auslandskorrespondenten	299
4. Stellenwert der Auslands- und Deutschlandberichterstattung	
4.1. Bedeutung der Auslandsberichterstattung	305
4.2. Zahl und Verteilung der weltweit tätigen Auslandskorrespondenten	313
4.3. Bedeutung der Deutschlandberichterstattung	317
4.4. Zahl und Verteilung der in Deutschland tätigen Auslandskorrespondenten	325
5. Struktur der Informationsgewinnung	330
5.1. Mediale Informationsquellen	332
5.2. Der Auslandskorrespondent als Informationsquelle	340
5.3. Persönliche Kontakte als Informationsquelle	343
5.4. Die staatliche deutsche Öffentlichkeitsarbeit als Informationsquelle	346
6. Struktur der Informationsverarbeitung	
6.1. Themenkriterien und Themenauswahl	352
6.2. Themenauswahl in der Deutschlandberichterstattung	360
6.3. Redaktionelle Textbearbeitung	365
6.4. Interaktion in der Deutschlandberichterstattung	376
7. Bewußtseinsfaktoren und Handlungsorientierung	
7.1. Soziokulturelle Bezugsregion	379
7.2. Religiöse Orientierung	382
7.3. Politische Orientierung	386
7.4. Selbstbild und Status	390
7.5. Journalistische Handlungsorientierung	395
7.6. Vorstellungen von den Rezipienten	399
7.7. Kritik und Selbstkritik	402
8. Deutschenbild und Deutschlandbild	
8.1. Kenntnisse über Deutschland	408
8.2. "Deutsche" Elemente im sozialen Umfeld	415
8.3. Entstehung und Wandel des Deutschlandbildes	418
8.4. Das "Deutschenbild"	423
8.5. Das "Deutschlandbild"	431
8.6. Das "Gesamtbild" von "Deutschland" und den "Deutschen"	455
8.7. Deutschlandbezogene Einstellungen in der Medienorganisation	461
8.8. Meinungsdifferenzen in der Deutschlandberichterstattung	466
9. Zusammenfassung	469
<u>H</u> <u>SCHLUßFOLGERUNGEN UND FORSCHUNGSPERSPEKTIVEN</u>	482
<u>I</u> <u>LITERATURVERZEICHNIS</u>	486