

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	11
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	13
<b>Einleitung</b> .....	15
<b>Kapitel 1: Forschungsstand und Forschungsfragen</b> .....	25
<b>Kapitel 2: Theoretisch-historische Einordnung: Großbritannien und Europa</b> .....	31
2.1 Großbritanniens Selbstverständnis als Weltmacht aus Sicht der Medien .....	32
2.2 Im Spannungsfeld: „Britishness“ und vertiefte europäische Integration .....	58
2.3 Das United Kingdom im 21. Jahrhundert: eine geteilte Nation .....	70
2.4 Die britische Gesellschaftsstruktur .....	75
2.4.1 Klasseneinteilung nach dem Great British Class Survey .....	77
2.4.2 EU-Akzeptanz in den einzelnen Schichten .....	81
2.5 Phänomen Euroskeptizismus .....	82
2.5.1 Theoretischer Ansatz .....	83
2.5.2 Aktuelle Entwicklungen in Europa .....	84
2.6 Populismus und Medien in Großbritannien .....	85
2.7 „Stay“ oder „Leave“? Der britische Weg zum Referendum .....	102

<b>Kapitel 3: Der Untersuchungsgegenstand: Die britische Medienlandschaft</b> .....	117
3.1 Einordnung: Historische Bedeutung von Tageszeitungen in Großbritannien .....	123
3.1.1 Zeitungen und ihr Demokratieverständnis .....	129
3.1.2 Britischer Journalismus und Ethik .....	130
3.1.3 Fleet Street als Zentrum der „Vierten Gewalt“ .....	131
3.1.4 Besitzverhältnisse, politische und kommerzielle Interessen ...	135
3.1.5 Der Auflagenwettbewerb .....	140
3.2 Tabloids und Qualitätszeitungen: der Kampf um die Meinungshoheit .....	141
3.3 Die Untersuchungsobjekte und ihre Grundausrichtung im Detail ....	145
3.3.1 The Guardian und The Observer .....	147
3.3.2 The Times und The Sunday Times .....	149
3.3.3 The Sun und the Sun on Sunday .....	151
3.3.4 The Daily Mail und The Mail on Sunday .....	161
3.3.5 The Daily Express und The Sunday Express .....	167
3.3.6 Politische Unterstützung bei Unterhauswahlen .....	169
3.4 Leserschaft aus soziologischer Sicht .....	173
3.4.1 Leserklassifizierung .....	173
3.4.2 Wer liest die seriösen Broadsheets? .....	175
3.4.3 Die Popularität der Tabloids .....	176
3.4.4 Leser gleich Wähler? .....	177
3.5 Britische Printmedien und europäische Integration .....	178
3.5.1 Fakten und Fiktion: „Euro-Myths“ und das EU-Bild in Großbritannien .....	191
3.5.2 Die Referenden 1975 und 2016 im medialen Vergleich .....	194
3.6 Journalisten, Politiker, Spin Doctors: ein abhängiges Verhältnis ....	209
3.7 Zwischenfazit: Medien und ihr Einfluss auf das politische Geschehen .....	214

<b>Kapitel 4: Analyse: Einfluss der Tageszeitungen auf das Wahlverhalten</b> .....	217
4.1 Methodisches Vorgehen und Untersuchungszeitraum .....	217
4.2 Positionen und Präferenzen im historischen Vergleich .....	219
4.2.1 Pro und Contra Europa aus Sicht der Presse .....	223
4.2.2 Vor- und Nachteile eines britischen Austritts aus Sicht der Presse .....	224
4.3 Die Titelseiten und ihre Wirkung .....	225
4.4 Die Themen der Kampagne .....	227
4.5 Vokabular und Bilder .....	231
4.6 Argumente und Emotionalisierung: Beeinflussung von Lesern in der Praxis .....	235
4.7 Die Auswirkungen von Umfragen während der Referendumskampagne .....	239
4.7.1 Landesweite Umfragen und „Poll of Polls“ .....	239
4.7.2 Polls der Zeitungen und der Kampagnenakteure .....	245
4.8 Auflagenveränderung vor dem Referendum .....	246
4.9 Die Wahlempfehlungen auf den Titelseiten und in den Editorials .....	247
4.10 Die Abstimmung am 23. Juni 2016 und ihre Auswirkungen in der Presse .....	253
4.10.1 Das Ergebnis und die Untersuchungsgegenstände im Vergleich .....	253
4.10.2 Die medialen Gründe für den Brexit .....	263
4.10.3 Beobachtungen und Befragungen von Wählern in London ...	266
4.11 Zwischenfazit: empirische Befunde und ihre Einordnung .....	267
<b>Kapitel 5: Schlussbetrachtung: Perspektiven für die britische Medienlandschaft in Zeiten der Brexit-Ungewissheit</b> .....	273

<b>Bibliografie</b> .....	291
<b>Anhang A</b> .....	307
<b>Anhang B</b> .....	309
<b>Anhang C</b> .....	313