

LENNART KRAUSE

**GESCHLECHTER-  
KONSTRUKTIONEN IN  
DEUTSCHEN  
SPORTPRINTMEDIEN  
IM JAHR 2015**

EINE VERGLEICHENDE  
INHALTSANALYSE AUSGEWÄHLTER  
VISUELLER UND SPRACHLICHER  
DARSTELLUNGSFORMEN  
AM BEISPIEL DER BILD-ZEITUNG

**Dissertation zur Erlangung des  
Doktorgrades Dr. rer. pol.** (Doktor der Politikwissenschaft)  
am Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften der  
Freien Universität Berlin anno 2018



**DATUM DER DISPUTATION**

16. OKTOBER 2018

**ERSTGUTACHTER**

PROF. DR. DIETER OHR

**ZWEITGUTACHTERIN**

PROF. DR. HELGARD KRAMER



**FREIE UNIVERSITÄT BERLIN**  
FACHBEREICH POLITIK- UND  
SOZIALWISSENSCHAFTEN



**LENNART KRAUSE**



# VORWORT

Diese Dissertation konnte nur geschrieben werden, weil es Menschen in meinem Umfeld gegeben hat, die mich während des gesamten Arbeitsprozesses konstruktiv unterstützt haben.

In erster Linie möchte ich meinen Eltern Petra und Lutz Krause von Herzen danken, denen ich diese Arbeit auch widme. Ich möchte ihnen dafür danken, dass sie mich nach dem Abitur dazu ermutigt haben, von Rehau nach Berlin zu ziehen, um dort Politikwissenschaften zu studieren. Nach dem erfolgreichen Abschluss meines Studiums haben sie mich in meinem Bestreben, promovieren zu wollen, ebenfalls bedingungslos unterstützt. Besonders für die moralische Unterstützung, die ich während der Auseinandersetzung mit dieser Dissertation von meinen Eltern erhalten habe, bin ich unendlich dankbar.

Außerdem möchte ich mich bei Herrn Prof. Dr. Dieter Ohr dafür bedanken, dass er dazu bereit gewesen ist, als Erstgutachter dieser Dissertation zu fungieren. Im Zuge der Gespräche, die mit Herrn Ohr stattgefunden haben, sind mir Wege aufgezeigt worden, wie es gelingen könnte, das Niveau dieser Doktorarbeit deutlich anzuheben. Das Gesprächsklima ist stets freundlich und konstruktiv gewesen.

Auch das Engagement von Frau Prof. Dr. Helgard Kramer, die sich als Zweitgutachterin dieser Promotion zur Verfügung gestellt hat, soll an dieser Stelle gewürdigt werden. Frau Kramer ist stets dazu bereit gewesen, sich mit mir über den aktuellen Stand der Arbeit telefonisch und schriftlich auszutauschen. Außerdem hat Frau Kramer regelmäßig Literaturempfehlungen an mich weitergeleitet, die ebenfalls dazu beigetragen haben, das Niveau dieser Arbeit zu verbessern.

Berlin im Jahr 2018,  
*Lennart Krause*



# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1 Einleitung</b>	<b>16</b>
<b>2 Die Kategorie Geschlecht – Eine theoretische Einordnung</b>	<b>22</b>
2.1 Dimensionen des biologischen Geschlechts	22
2.2 Bedeutung des biologischen Geschlechts im Hochleistungssport	24
2.3 Defizite des biologistischen Ansatzes	26
2.4 Soziale und historische Konstruktion von Geschlecht im deutschen Sportraum	28
2.5 Die sozialkonstruktivistische Geschlechtertheorie – Umgang mit inter- und transsexuellen Personen im Hochleistungssport	30
2.6 Geschlechtergerechter Sprachgebrauch	34
2.7 Doing Gender – Sprachliche Fortschreibung von Geschlechterstereotypen	35
<b>3 Selektionsentscheidungen von JournalistInnen</b>	<b>40</b>
3.1 Die Nachrichtenwerttheorie	40
3.2 Der Gatekeeping-Ansatz	44
<b>4 Bourdieus Sozialtheorie – Die Begriffe Habitus, Feld und Kapital</b>	<b>50</b>
4.1 Der Habitus – Bourdieus anthropologisches Menschenbild	50
4.2 Das Feld	51
4.3 Binnendifferenzierung des Kapitalbegriffs	53
4.4 Konvertierbarkeit von Kapital und optimale Kapitalzusammensetzung	55
<b>5 Das sportjournalistische Feld – Eine Annäherung an das Feld mit Hilfe der von Bourdieu entwickelten Sozialtheorie</b>	<b>60</b>
5.1 Hohe Popularität des sportjournalistischen Feldes	60
5.2 Habitus, Feld und Kapital im sportjournalistischen Feld	62
5.2.1 Das Feld der Produktion kultureller Güter	62
5.2.2 Der Habitus der Sportredaktionen	63
5.2.3 Optimale Kapitalzusammensetzung im sportjournalistischen Feld	66
5.2.3.1 Ökonomisches und sportjournalistisches Kapital als zentrale Größen im Koordinatensystem	66
5.2.3.2 Symbolisches Kapital – Die methodische Erfassung von Anerkennung	68
<b>6 Wechselwirkungen zwischen RezipientInnen und Printmedien – Eine theoretische Einordnung mit Hilfe des Kulturbegriffs und unter Einbeziehung zentraler Rezeptionstheorien</b>	<b>74</b>
6.1 Vielfalt des Kulturbegriffs	74
6.2 Die Synthese aus totalitätsorientiertem und bedeutungs-/wissensorientiertem Kulturbegriff	76
6.2.1 Encoding-Decoding-Modell	76
6.2.2 Theorie der kognitiven Dissonanz	77

6.2.3 Zusammenführung beider Kulturbegriffe	79
6.3 Lösung auftretender Disharmonien zwischen RezipientInnen und MedienvertreterInnen	80
6.3.1 Einflussmöglichkeiten der RezipientInnen	80
6.3.2 Mittelbare Beeinflussung der LeserInnen über die reziproken Effekte	81
6.3.2.1 Direkte Effekte	82
6.3.2.2 Indirekte Effekte	86
6.4 Empirische Erkenntnisse der Rezeptionsforschung	88
<b>7 Forschungsstand – Darstellung von Sportlerinnen und Sportlern in den Printmedien</b>	<b>94</b>
7.1 Marginalisierung von Sportlerinnen	94
7.2 Ungleichheit der Geschlechter	97
7.2.1 Aktivität/Leistungsfähigkeit	98
7.2.2 Attraktivität	104
7.2.2.1 Wirkungsmechanismen eines attraktiven Äußeren	104
7.2.2.2 Operationalisierung von Attraktivität	106
7.2.2.3 Attraktivitätsforschung im Feld der Sportprintmedien	112
7.2.3 Sexualisierung	121
<b>8 Zusammenfassung und Ableitung der Forschungshypothesen – Das Entdeckungspotential der Hauptkategorien</b>	<b>126</b>
<b>9 Methodisches Vorgehen</b>	<b>140</b>
9.1 Struktur einer quantitativ-qualitativen Inhaltsanalyse	140
9.2 Gütekriterien	144
9.2.1 Die klassischen Gütekriterien quantitativer Forschung	144
9.2.2 Umgang mit Gütekriterien in der qualitativen Forschung	147
9.2.3 Umgang mit Gütekriterien in der angewandten Inhaltsanalyse	149
9.3 Mindestanforderungen an eine Inhaltsanalyse	151
9.4 Untersuchungsgegenstand	154
9.5 Untersuchungsmaterial – Festlegung eines Auswahlverfahrens	156
<b>10 Präsentation der Forschungsergebnisse</b>	<b>162</b>
10.1 Geschlechtliche Aufmerksamkeitsverteilung in der Sportberichterstattung	162
10.1.1 Dominanz der Sportler auf der visuellen Ebene	163
10.1.2 Marginalisierung von Sportlerinnen auf der sprachlichen Ebene	166
10.2 Die Produktionsnorm »Popularität von Sportereignissen« – Bedeutung dieser Produktionsnorm im Zuge der visuellen und sprachlichen Aufmerksamkeitsverteilung	170
10.2.1 Bedeutung der Produktionsnorm »Popularität von Sportereignissen« auf der visuellen Ebene	171
10.2.1.1 Visualisierte Sportarten und Leistungsklassen – Dominanz der Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer	171
10.2.1.2 Trotz der Ausklammerung der Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga Männer: Dominierende Stellung der Männersportarten in den Aufmerksamkeits- und Popularitätsrankings	173

10.2.2 Bedeutung der Produktionsnorm »Popularität von Sportereignissen« auf der sprachlichen Ebene	186
10.2.2.1 Thematisierte Sportarten und Leistungsklassen – Dominanz der Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer	187
10.2.2.2 Thematisierte Sportarten und Leistungsklassen – ohne 1. Fußball Bundesliga der Männer: Dominierende Stellung der männlichen Leistungsklassen in den Aufmerksamkeits- und Popularitätsrankings	190
10.3 Bedeutung der Produktionsnormen Elite und Ethnozentrismus im Hinblick auf die Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil	206
10.3.1 Absolute Zahlen der Fotos/Texteinheiten und deren exakte Platzierung	208
10.3.1.1 Übergewicht an Texteinheiten über Tennisspielerinnen	208
10.3.1.2 Geschlechterübergreifende Wirkmächtigkeit der Produktionsnormen Elite und Ethnozentrismus auf der sprachlichen Berichterstattungsebene	211
10.3.1.3 Bessere Platzierung der Fotos von Tennisspielerinnen	219
10.3.1.4 Positionierung von Fotos: Große Bedeutung der Produktionsnorm soziales Umfeld	221
10.3.2 Flächeninhalte der Texteinheiten und Fotos	225
10.3.2.1 Sprachliche Ebene: Größere Berichterstattungsfläche für die Tennisspielerinnen	225
10.3.2.2 Geschlechterübergreifende Wirkmächtigkeit der Produktionsnorm soziales Umfeld auf der sprachlichen Ebene	227
10.3.2.3 Größere Fotofläche für die Tennisspielerinnen	238
10.3.2.4 Erklärung für die Dominanz der Tennisspielerinnen bei den Fotoflächen: Wirkmächtigkeit der Produktionsnorm Ethnozentrismus	239
10.4 Visuelle Darstellungsformen – Sportlicher Kontext, Aktivitätsgrad und Körperlichkeit des primären Bildmotivs	245
10.4.1 Sportlicher Kontext	246
10.4.2 Aktivitätsgrad	247
10.4.3 Körperlichkeit des primären Bildmotivs	248
10.5 Das Aussehen der SportlerInnen – Bedeutung für die visuelle und sprachliche Ausgestaltung der Berichterstattung	252
10.5.1 Visuelle Berichterstattungsebene: Geringe Bedeutung der Attraktivitätsscores und geschlechterübergreifender Verzicht auf Sexualisierungen	252
10.5.2 Sprachliche Berichterstattungsebene: Verbale Sexualisierung von Sportlerinnen als Randphänomen der Berichterstattung	255
<b>11 Einordnung der Forschungsergebnisse und weiterführende Fragen</b>	<b>264</b>
<b>12 Kurzfassungen der Forschungsergebnisse</b>	<b>276</b>
12.1 Forschungsergebnisse in deutscher Sprache	276
12.2 Forschungsergebnisse in englischer Sprache	277
<b>13 Literaturverzeichnis</b>	<b>280</b>
<b>14 Tabellenverzeichnis</b>	<b>302</b>

<b>15 Abbildungsverzeichnis</b>	<b>308</b>
<b>16 Grundgesamtheit der ausgewerteten BILD-Bundesausgaben von 2015</b>	<b>312</b>
<b>17 Analysebögen und Kodieranleitungen</b>	<b>320</b>
17.1 Standardisierte Analysebögen und Kodieranleitungen für die Bearbeitung der Forschungshypothesen 1 und 2	320
17.1.1 Sprachliche Berichterstattungsebene	320
17.1.2 Visuelle Berichterstattungsebene	326
17.2 Standardisierte Analysebögen und Kodieranleitungen für die Bearbeitung der Forschungshypothesen 3 bis 5	332
17.2.1 Sprachliche Berichterstattungsebene	332
17.2.2 Visuelle Berichterstattungsebene	342







**1**

**Einleitung**

# 1

## EINLEITUNG

Im Sommer 2014 kamen knapp 200.000 Menschen am Brandenburger Tor zusammen, um die Herren-Nationalmannschaft des *Deutschen Fußball-Bundes (DFB)* in Empfang zu nehmen. Zuvor war das Finale der Herren-Fußballweltmeisterschaft in Brasilien mit 1:0 nach Verlängerung von der *DFB*-Auswahl gewonnen worden.<sup>1</sup> Dass sich der Empfang der Weltmeister zu einem derartigen Großereignis entwickeln würde, war abzusehen. Immerhin hatten die in Deutschland mit den Live-Übertragungsrechten für die Weltmeisterschaft ausgestatteten öffentlich-rechtlichen Sender *ARD* und *ZDF* bei allen Spielen der *DFB*-Elf Marktanteile von mindestens 75 Prozent verbuchen können.<sup>2</sup>

Da Sportveranstaltungen bereits seit längerer Zeit das Potential dazu haben, das Interesse großer Teile der in Deutschland lebenden Bevölkerung zu wecken<sup>3</sup>, stellt sich angesichts der kontrovers geführten Debatte über die Verwirklichung von Geschlechtergerechtigkeit innerhalb der Bundesrepublik Deutschland (Gender Pay Gap usw.)<sup>4</sup> die Frage, ob der Umgang der deutschen Sportmedien mit der Kategorie Geschlecht als geschlechtergerecht eingestuft werden kann. Die Sportmedien sind es nämlich, die im Rahmen der Berichterstattung über Sportereignisse darüber entscheiden, wie diese Ereignisse visuell und sprachlich in Szene gesetzt werden sollen. Dementsprechend entscheiden sie auch darüber, wie mit der Kategorie Geschlecht umgegangen werden soll, sobald über Sport berichtet wird.

In diesem Promotionsvorhaben soll es konkret darum gehen, zu überprüfen, welche Geschlechterkonstruktionen im Kalenderjahr 2015 von den deutschen Sportmedien vorgenommen worden sind. Da sich das sportjournalistische Feld aus zahlreichen unterschiedlichen Medienformaten (Radio, Fernsehen, Internet usw.) zusammensetzt und innerhalb eines jeden Formats zahlreiche unterschiedliche Sendungen bzw. Publikationen auftreten, ist es zwingend notwendig gewesen, das Forschungsvorhaben detaillierter einzugrenzen. Es ist die Entscheidung getroffen worden, dass der Fokus auf dem Bereich der Sportprintmedien liegen soll und innerhalb dieses Feldes ausschließlich die Berichterstattung des auflagenstärksten Printmediums ausgewertet werden soll. Im Kalenderjahr 2015 ist dieses Medium die *BILD-Zeitung* gewesen. Mit Hilfe einer vergleichenden Inhaltsanalyse wird empirisch überprüft, ob hinsichtlich bestimmter visueller und sprachlicher

<sup>1</sup> Vgl. Spiegel Online (Hrsg.): »Weltmeister-Feier am Brandenburger Tor: Jubel, Trubel, Heiserkeit.« URL: <http://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/helene-fischer-und-nationalelf-auf-fanmeile-in-berlin-a-981055.html>, Stand: 11.10.2014

<sup>2</sup> Vgl. RP Online (Hrsg.): »Die TV-Quoten der WM-Spiele.« URL: <http://www.rp-online.de/sport/fussball/wm/andere-teams/die-tv-quoten-der-wm-spiele-bid-1.4308334>, Stand: 11.10.2014

<sup>3</sup> Vgl. Gerhard, Heinz: »Fußball im Fernsehen. Wie die Tiefe des Raumes die Höhe der Einschaltquoten bestimmt.« In: »Fußball – Fernsehen – Politik.« Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. S. 48

<sup>4</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.): »Gender Pay Gap 2013 bei Vollzeitbeschäftigten besonders hoch.« URL: [https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/03/PD14\\_104\\_621.html](https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/03/PD14_104_621.html), Stand: 11.10.2014

Darstellungsformen, die ausgehend vom aktuellen Forschungsstand besonders interessant zu sein scheinen, Geschlechterdifferenzen und –hierarchien von Seiten der *BILD-Redaktion* konstruiert werden.

Dabei ist die *BILD-Zeitung* nicht nur deshalb als Untersuchungsgegenstand ausgewählt worden, weil sie über derart hohe Verkaufszahlen verfügt, sondern auch, weil sich gerade dieses Printmedium immer wieder mit dem Vorwurf auseinandersetzen muss, dass Sexismus weiterhin ein festes Strukturmerkmal innerhalb der *BILD-Berichterstattung* darstellen würde. Dieser Vorwurf, der innerhalb der deutschen Medienlandschaft sehr häufig geäußert wird, umfasst mehrere Facetten: U.a. wird der *BILD-Zeitung* vorgeworfen, dass sie Frauen nur dann in ihrer Berichterstattung aufgreifen würde, wenn diese besonders attraktiv aussehen würden oder Rollen einnehmen würden, die sich im engsten sozialen Umfeld eines prominenten Mannes (Rolle als Tochter, Ex-Frau, Verlobte usw.) abspielen würden. Auch der Vorwurf, dass die *BILD-Zeitung* kein Problem damit hat, weibliche Minderjährige visuell und sprachlich zu sexualisieren, steht regelmäßig im Raum.<sup>5</sup>

Sogar die Behauptung, dass die *BILD-Zeitung* eine Mitschuld daran trage, dass es zu sexualisierter Gewalt gegenüber Frauen komme, steht im Raum. Zwecks Untermauerung dieser Behauptung werden wissenschaftliche Studien angeführt, die zu dem Ergebnis gekommen sind, dass insbesondere Männer, die Frauen als Sexualobjekte wahrnehmen, eine höhere Bereitschaft zeigen, sexualisierte Gewalt gegenüber Frauen anzuwenden. Und gerade in der *BILD-Zeitung* würden Frauen zu Sexualobjekten degradiert werden, indem die thematisierten und visualisierten Frauen regelmäßig mit Nacktheit, Freizügigkeit, Sexualität und Schutzbedürftigkeit in Verbindung gebracht werden würden.<sup>6</sup> All dieser Vorwürfe eingedenk, stellt sich die Anschlussfrage, ob die *BILD-Zeitung*, wenn es um ihre Sportberichterstattung geht, zur Fortschreibung von Geschlechterstereotypen und zu einer einseitigen Sexualisierung von Frauen beiträgt.

Nachdem begründet worden ist, warum genau dieses Thema als Promotionsvorhaben ausgewählt worden ist, soll der Aufbau der einzelnen Kapitel kurz vorgestellt werden:

Im zweiten Kapitel wird zunächst erläutert, welches Verständnis von der Kategorie *Geschlecht* dieser Arbeit zugrunde liegt. Insbesondere wird begründet, warum die in sozialkonstruktivistischen Arbeiten übliche Differenzierung zwischen *sex* und *gender* abgelehnt wird, obwohl auch in diesem Promotionsvorhaben *Geschlecht* als eine sozial konstruierte Kategorie angesehen wird und stattdessen vom »sozial konstruierten Geschlecht« gesprochen wird.

<sup>5</sup> Vgl. Baden, Rebecca: »Die »BILD« will keine eigenen Nacktfotos mehr bringen – und behält trotzdem ihr Sexismus-Problem.« URL: <https://www.vice.com/de/article/mb5zzy/bild-will-keine-eigenen-nacktfotos-mehr-bringen-und-behaelt-trotzdem-sein-sexismus-problem>, Stand: 17.03.2018

<sup>6</sup> Vgl. Pieper, Diana: »Wer im Glashaus sitzt. »Bild« empört sich über Sexismus.« URL: <http://www.taz.de/!5364195/>, Stand: 17.03.2018

Im dritten Kapitel wird darauf eingegangen, nach welchen Kriterien die Nachrichtenauswahl und -gewichtung von den Journalisten und Journalistinnen vorgenommen wird. Insbesondere die empirischen Erkenntnisse der *Nachrichtenwerttheorie* und des *Gatekeeping-Ansatzes*, die jeweils in der Medien- und Kommunikationswissenschaft einen hohen Stellenwert einnehmen, werden detailliert vorgestellt.

Im vierten Kapitel geht es um die Erläuterung der Sozialtheorie, die von Pierre Bourdieu entwickelt worden ist und das theoretische Fundament dieser Arbeit darstellt. In diesem Zusammenhang wird u.a. erklärt, was es mit dem Begriff *Orthodoxie* auf sich hat und warum gerade diese *Orthodoxie* über ein hohes Maß an *symbolischer Macht* verfügt, welche es ihr ermöglicht, hegemoniale Deutungen von der Kategorie *Geschlecht* durchzusetzen.

Welche Kapitalzusammensetzung im Feld der Sportprintmedien den Zugang zur *Orthodoxie* sichert und warum hierbei insbesondere dem *symbolischen Kapital* eine hohe Bedeutung zukommt, ist Gegenstand des fünften Kapitels. Auch die Frage, wie sich *symbolisches Kapital* idealerweise operationalisieren lässt, wird in diesem Kapitel geklärt.

Warum die Sportredaktionen den Habitus ihrer Leser und Leserinnen, und damit auch deren Denken über Geschlechterrollen stark beeinflussen können, wird im sechsten Kapitel mit Hilfe der sogenannten *reziproken Effekte* verdeutlicht. Dabei wird von einem Kulturverständnis ausgegangen, das eine Synthese aus dem *totalitätsorientierten* und dem *bedeutungs-/wissensorientierten Kulturbegriff* darstellt.

Im siebten Kapitel wird auf den Forschungsstand, die visuelle und sprachliche Darstellung von Sportlern und Sportlerinnen in deutschen Printmedien betreffend, eingegangen. Zunächst wird überprüft, ob in diesen Medien die Aufmerksamkeit zwischen Sportlern und Sportlerinnen bisher überwiegend symmetrisch oder asymmetrisch verteilt worden ist. Im Anschluss wird auf die ausgewählten Darstellungsformen *Aktivität/Leistungsfähigkeit*, *Sexualisierung* und *Attraktivität* eingegangen. Es gilt zu klären, ob die sportlich aktiven Männer und Frauen hinsichtlich dieser drei Darstellungsformen in der Vergangenheit gleich oder verschieden in Szene gesetzt wurden.

Diejenigen fünf Forschungshypothesen, die auf Grundlage der vorliegenden empirischen Forschungsergebnisse und eigener theoretischer Vorüberlegungen entwickelt worden sind, werden im achten Kapitel ausführlich erläutert. Dabei werden die in den Hypothesen auftauchenden bedeutungstragenden Begriffe benannt und definiert. Auch auf die Haupt- und Unterkategorien, die basierend auf diesen bedeutungstragenden Begriffen geschaffen worden sind, wird ausführlich eingegangen.

Warum alle Forschungshypothesen mit Hilfe einer quantitativ-qualitativen Inhaltsanalyse methodisch überprüft werden sollen und was die Gütekriterien einer solchen Inhaltsanalyse sind, ist Gegenstand des neunten Kapitels. Außerdem wird sowohl auf den Untersuchungsgegenstand als auch auf das aus ihm gewonnene Untersuchungsmaterial eingegangen.

Das zehnte Kapitel, welches zugleich das umfangreichste Kapitel darstellt, dient der ausführlichen Darlegung der empirischen Forschungsergebnisse. Die Ergebnisse werden mittels Tabellenkonstruktionen und Abbildungen veranschaulicht.

Die Interpretation der Forschungsergebnisse erfolgt nicht nur im zehnten, sondern insbesondere auch im elften Kapitel, das als Schlussteil dieser Doktorarbeit fungiert. Mit Hilfe externer Theorien, die in den Kapiteln zwei bis sechs ausführlich erläutert worden sind, wird die Deutung des vorliegenden empirischen Datenmaterials vorgenommen. Auch auf weiterführende und offene Fragen, die sich aus dieser Arbeit ergeben, wird eingegangen.





# 2

## **Die Kategorie Geschlecht**

Eine theoretische  
Einordnung

# 2

## DIE KATEGORIE GESCHLECHT

### - EINE THEORETISCHE EINORDNUNG

#### 2.1

#### Dimensionen des biologischen Geschlechts

In diesem Kapitel soll es darum gehen, sich mit dem Begriff *Geschlecht* auseinanderzusetzen. Es soll deutlich gemacht werden, dass es – im Widerspruch zum Alltagsverständnis – nicht einfach ist, diesen Begriff zu definieren und inhaltlich abzugrenzen. Hierfür wird eine interdisziplinäre Herangehensweise gewählt. Die neuesten Forschungserkenntnisse aus den Bereichen Sport- und Humanbiologie, Geschlechterforschung und Verhaltenspsychologie werden berücksichtigt werden. Da im Mittelpunkt dieser Arbeit Konstruktionen von Geschlecht stehen werden, die mit dem Sportraum zu tun haben, wird auch ausführlich auf den Stellenwert eingegangen, den die Kategorie Geschlecht im Sportraum einnimmt.

Die Verhaltenspsychologie spricht davon, dass Menschen im Hinblick auf die Kategorie Geschlecht ein *alltagspsychologisches Konzept* nutzen. Im Alltag wird auf die äußeren Merkmale einer Person geachtet, um dieser ein biologisches Geschlecht zuordnen zu können. Von der wissenschaftlichen Seite aus wird diese Betrachtungsweise abgelehnt. Die Humanbiologie ist sich dahingehend einig, dass der Ursprung des biologischen Geschlechts auf der genetischen und nicht auf der anatomischen Ebene gesucht werden muss.<sup>7</sup> Das Vorhandensein des sogenannten SRY-Gens, welches sich auf dem Y-Chromosom befindet, sorgt laut der Genetiker GOODFELLOW und LOVELL-BADGE dafür, dass Feten XY-Chromosomen entwickeln und dadurch männlich werden. Weibliche Feten weisen hingegen XX-Chromosomen vor und haben kein SRY-Gen.<sup>8</sup> Das Vorhandensein des SRY-Gens ist ferner dafür verantwortlich, dass sich ab der siebten Schwangerschaftswoche die männlichen Geschlechts- bzw. Gonadenhormone herausbilden. Die männlichen Geschlechtshormone werden als Androgene bezeichnet, wobei unter diesen insbesondere

<sup>7</sup> Vgl. Asendorpf, Jens / Neyer, Franz: »Psychologie der Persönlichkeit.« Berlin/Heidelberg: Springer Verlag, 5. Auflage, 2012. S. 335

<sup>8</sup> Vgl. Goodfellow, Peter / Lovell-Badge, Robin: »SRY and sex determination in mammals.« Annual Review of Genetics, Ausgabe 27, 1993. S. 88

Testosteron eine hohe Bedeutung zukommt. Bei den weiblichen Feten bilden sich ab der zwölften Schwangerschaftswoche insbesondere die Gonadenhormone Östrogen und Progesteron.<sup>9</sup> Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass weibliche Feten auch Androgene bilden. Das quantitative Verhältnis stellt sich aber derart dar, dass weibliche Feten deutlich mehr Progesteron/Östrogen und deutlich weniger Androgene als männliche Feten bilden. Ergo basiert die Definition des hormonellen Geschlechts auf einem quantitativen Unterschied im Hinblick auf die Hormonproduktion.<sup>10</sup>

Die geschlechtsspezifischen Unterschiede auf der chromosomalen Ebene haben nicht nur auf die Hormonproduktion, sondern auch auf die neuronale Ebene einen Einfluss. Da Frauen jeweils zwei X-Gene haben, sind sie von Mutationen auf den X-Genen und Krankheiten, die von diesen ausgelöst werden, weniger häufig betroffen als Männer, wie der Biologe ARNOLD ausführt. Es ist nämlich möglich, dass das andere X-Gen von dieser Mutation frei ist und deshalb der negative Effekt, der durch die Mutation ausgelöst wird, vom gesunden X-Gen abgeschwächt wird. Da es mehrere Gehirnerkrankungen gibt, die laut ARNOLD an das X-Gen gekoppelt sind, sind Männer häufiger von diesen Erkrankungen betroffen. Dasselbe gilt auch für die Rot-Grün-Blindheit, die ebenfalls an das X-Gen gekoppelt ist.<sup>11</sup>

Mit Hilfe der genetischen, chromosomalen und hormonellen Geschlechtsunterschiede lässt sich, so ARNOLD, letztlich auch erklären, warum sich Männer und Frauen in ihrem äußeren Erscheinungsbild voneinander unterscheiden. Dabei gibt es zunächst Unterschiede, welche die fortpflanzungsbezogenen körperlichen Merkmale betreffen und als exklusiv männlich bzw. weiblich gelten. Während Männer einen Penis und ein Skrotum haben, zeichnen sich Frauen durch das Vorhandensein von Schamlippen und Klitoris aus. Andere geschlechtsspezifische Unterschiede, die das äußere Erscheinungsbild betreffen, stellen lediglich mittlere Populationsunterschiede dar. Das bedeutet, dass die entsprechenden Merkmale bei beiden Geschlechtskategorien vorkommen, aber in der Regel bei einer Geschlechtskategorie stärker ausgeprägt sind.<sup>12</sup> Beispielsweise sind Männer im Mittel 10 bis 15 cm größer als Frauen. Natürlich gibt es aber trotzdem Frauen, die wesentlich größer als viele Männer sind. Ein weiterer mittlerer Populationsunterschied wäre, dass Männer im Durchschnitt die breiteren Schultern haben.<sup>13</sup>

<sup>9</sup> Vgl. Asendorpf, Jens / Neyer, Franz: »Psychologie der Persönlichkeit.« Berlin/Heidelberg: Springer Verlag, 5. Auflage, 2012. S. 335

<sup>10</sup> Vgl. Aloisi, Anna Maria: »Geschlecht und Hormone.« In: »Gehirn und Geschlecht. Neurowissenschaft des kleinen Unterschieds zwischen Frau und Mann.« Lautenbacher, Stefan / Güntürkün, Onur / Hausmann, Markus (Hrsg.). Heidelberg: Springer Verlag, 2007. S. 5

<sup>11</sup> Vgl. Arnold, Arthur: »Biologische Grundlagen von Geschlechtsunterschieden.« In: »Gehirn und Geschlecht. Neurowissenschaft des kleinen Unterschieds zwischen Frau und Mann.« Lautenbacher, Stefan / Güntürkün, Onur / Hausmann, Markus (Hrsg.). Heidelberg: Springer Verlag, 2007. S. 23

<sup>12</sup> Vgl. Ebenda S. 21

<sup>13</sup> Vgl. Weineck, Jürgen: »Sportbiologie.« Balingen: Spitta Verlag, 9. Auflage, 2004. S. 457-458

## 2.2

### Bedeutung des biologischen Geschlechts im Hochleistungssport

Im Hochleistungssport, der im Mittelpunkt der medialen Sportberichterstattung steht, geht es aber nicht um Durchschnitts-, sondern um Maximalleistungen. Deshalb hat sich die Sportbiologie intensiv mit der Frage auseinandergesetzt, inwiefern sich Männer und Frauen hinsichtlich ihrer absoluten körperlichen Leistungsfähigkeit voneinander unterscheiden. Bis zum zwölften Lebensjahr unterscheiden sich Jungen und Mädchen, was ihre Maximalkraft angeht, kaum voneinander. Danach setzt bei den Jungen ein Testosteronschub ein, der dafür ursächlich ist, dass Männer im Erwachsenenalter höhere Maximalkraftwerte als Frauen entwickeln können. Außerdem liegt die weibliche auch deshalb unter der männlichen Maximalkraft, weil Frauen ein weniger günstiges *Last-Kraft-Verhältnis* vorweisen. Ursächlich hierfür ist, dass Frauen den höheren Körperfettanteil haben. Da des Weiteren die absolute Schnelligkeit einer Person nicht nur von der Reaktionszeit (im Hinblick auf die Reaktionszeit konnten keine geschlechtsspezifischen Unterschiede nachgewiesen werden) abhängig ist, sondern auch mit kraftabhängigen Faktoren zusammenhängt, führt die erhöhte männliche Testosteronproduktion dazu, dass Männer Frauen in den Sprint-, Wurf-, Stoß- und Schlagdisziplinen überlegen sind, was die maximale Leistungsfähigkeit angeht, wie der Sportbiologe WEINECK ausführt.<sup>14</sup>

Aber nicht nur in den Sprint-, sondern auch in den Ausdauerdisziplinen sind Frauen Männern unterlegen, wie die Erkenntnisse der Sportbiologie zeigen. Frauen haben im Vergleich zu Männern eine geringere Hämoglobin-Konzentration im Blut, was zur Folge hat, dass sie weniger Sauerstoff transportieren können. Noch entscheidender ist, dass austrainierte Läuferinnen im Vergleich zu austrainierten Läufern einen um sieben bis neun Prozent höheren Körperfettanteil haben, was sich bei langen Distanzen negativ auf die Zeitenjagd auswirkt. Außerdem haben Männer einen konstitutionellen Vorteil in den Sprungdisziplinen, weil sie über den höheren Körperschwerpunkt verfügen.<sup>15</sup>

Während Frauen, bedingt durch biologische Faktoren, insbesondere in den Wurf-, Stoß-, Schlag-, Lauf- (betrifft Kurz- und Langstreckenrennen) und Sprungdisziplinen benachteiligt sind, haben sie in Sportarten, die hohe Beweglichkeit verlangen, einen biologischen Vorteil. Dies betrifft u.a. die Sportarten Gymnastik und Bodenturnen. Dies hängt damit zusammen, dass bei Frauen zwischen Ober- und Unterarm eine x-förmige Winkelstellung auftritt, die zu einer erhöhten Beweglichkeit führt.<sup>16</sup>

Als empirischen Beleg dafür, dass Männer aufgrund biologischer Faktoren Frauen im Hinblick auf die absolute körperliche Leistungsfähigkeit in vielen Disziplinen überlegen

<sup>14</sup> Vgl. Ebenda S. 470-471

<sup>15</sup> Vgl. Ebenda S. 458 bzw. S. 468

<sup>16</sup> Vgl. Ebenda S. 459

sind, führt WEINECK die Weltrekorde an, die anno 1998 in vergleichbaren und objektivierbaren Schwimm- und Leichtathletikdisziplinen vorgelegen haben. Im Bereich Schwimmen lagen die weiblichen Weltbestleistungen disziplinenabhängig zwischen 6,48 und 12,38 Prozent hinter denen der Männer. Im Bereich Leichtathletik – es sind Lauf- und Sprungdisziplinen berücksichtigt worden – lagen die weiblichen Weltbestleistungen zwischen 6,61 und 25,24 Prozent hinter denen der Männer.<sup>17</sup>

Der Vergleich mit dem Jahr 2017 zeigt, dass sich im Bereich Leichtathletik nichts Gravierendes an diesem geschlechtsspezifischen Leistungsunterschied geändert hat. In allen vergleichbaren Disziplinen liegen die Weltrekorde der Männer weiterhin über denen der Frauen. In manchen Disziplinen sind die geschlechtsspezifischen Leistungsunterschiede dabei größer – über die Distanz 100-Meter-Sprint lagen die geschlechtlichen Weltrekorde 1998 nur um 6,61 Prozentpunkte auseinander, 2017 waren es sogar 9,50 Prozentpunkte zugunsten der Männer – geworden, in anderen Disziplinen sind sie hingegen kleiner – die Weltbestleistung der Männer lag 1998 im Bereich Stabhochsprung 25,24 Prozent über derjenigen der Frauen, 2017 waren es nur noch 17,86 Prozent – geworden.<sup>18</sup>

Diese sichtbaren Leistungsunterschiede werden als visuelle Empirie bzw. als visueller Beleg dafür angesehen, dass es weiterhin legitim ist, im Sportraum die Leistungsklassen nach dem Geschlecht zu differenzieren. Der moderne Hochleistungssport folgt zwar dem Inklusionspostulat, ist aber zugleich auch der Meinung, dass nur Personen in einen Wettkampf integriert werden dürfen, die über ähnliche Chancen bzw. Möglichkeiten verfügen, Maximalleistungen zu erbringen. Die Prämisse der Chancengleichheit führt wiederum dazu, dass Personen, die wegen bestimmter askriptiver Merkmale (u.a. Geschlecht, Alter, Gesundheitszustand) als weniger leistungsfähig eingestuft werden, im Vorfeld von den entsprechenden Wettkämpfen ausgeschlossen werden.<sup>19</sup>

Diese Leistungsklassen, die auf Grundlage askriptiver Merkmale gebildet werden, werden als *präsumtive Leistungsklassen* bezeichnet. Dabei variiert die Bedeutung, die der Kategorie Geschlecht für die präsumtive Leistungsklassenbildung im modernen Hochleistungssport zukommt, in Abhängigkeit von der untersuchten Sportart. MÜLLER führt exakt aus, welche Unterschiede hierbei auftreten können: In Sportarten, in denen häufig ein Hilfsmittel bedient wird (Auto, Pferd, Schiff usw.), ist die Vollinklusion von Frauen die Regel. Da die Bedienung des Hilfsmittels über die sportliche Leistungsfähigkeit entscheidet, wird davon ausgegangen, dass Männer und Frauen dieselben Leistungen erbringen können. Deshalb nehmen sie gemeinsam an Wettkämpfen teil. Anders sieht es in den Wettkämpfen aus, die eine obligatorische bzw. gemeinsame Teilnahme von Männern und Frauen vorsehen. Männer und Frauen bilden dann etwa im Mixed ein Paar, wobei nicht zwei Männer gegen zwei Frauen antreten dürfen. Dies würde als unfair empfunden werden, da hierbei davon

<sup>17</sup> Vgl. Ebenda S. 456-457

<sup>18</sup> Vgl. RP Online (Hrsg.): »Die Weltrekorde der Leichtathletik.« URL: <http://www.rp-online.de/sport/leichtathletik/die-weltrekorde-der-leichtathletik-bid-1.1456437>, Stand: 16.08.2017

<sup>19</sup> Vgl. Gieß-Stüber, Petra: »Frauen- und Geschlechterforschung im Sport. Forschungsfelder, Entwicklungen und Perspektiven.« URL: <http://budrich-journals.de/index.php/fgs/article/viewFile/492/458>, Stand: 11.09.2017. S. 38

ausgegangen wird, dass der männliche Teil eines Doppels stärker ist als der weibliche Teil. Ein Beispiel hierfür wären die Mixed-Wettbewerbe im Tennis. Die Geschlechtermischung fungiert als konstitutives Prinzip der Mannschaftsbildung.<sup>20</sup>

Die meisten Sportarten, so MÜLLER, sehen hingegen weiterhin eine obligatorische Geschlechtersegregation vor. Männer und Frauen führen jeweils ihre eigenen Spiel- und Wettkampfbetriebe durch. Teilweise kann in diesen Sportarten, die eine segregierte Inklusion von Frauen vornehmen, die absolute Leistungsfähigkeit von Männern mit der von Frauen verglichen werden (dies gilt insbesondere für die sogenannten *Meter-Gramm-Sekunden-Sportarten*), teilweise geht dies aber nicht, weil objektive Maßzahlen fehlen und/oder geschlechtlich variierende Regelwerke (im Dameneishockey führen z.B. Bodychecks automatisch zu Strafzeiten, während sie im Herreneishockey erlaubt sind) vorliegen. Außerdem gibt es auch im modernen Hochleistungssport weiterhin Sportarten, die nur für eine Geschlechtskategorie zugänglich sind (ausschließlich Männer betreiben z.B. Zehnkampf, während Frauen Siebenkampf ausüben), diese Sportarten stellen aber zunehmend Ausnahmen dar.<sup>21</sup>

## 2.3

### Defizite des biologischen Ansatzes

Die soeben thematisierte Einteilung in männliche und weibliche Leistungsklassen, die im modernen Hochleistungssport weiterhin die Regel ist, müsste, der *Theorie von der Polarität der Geschlechtercharaktere* folgend, als naturgegeben und folglich als alternativlos eingestuft werden. Diese Theorie, die nicht nur davon ausgeht, dass das biologische Geschlecht eines Menschen zu geschlechtsspezifischen anatomisch-physiologischen Unterschieden führt, sondern die Zugehörigkeit zu einer Geschlechtskategorie auch das Denken und Handeln einer Person entscheidend beeinflusst, war bis in die Mitte des 20. Jahrhunderts hinein populärer Bestandteil des hegemonialen Geschlechterdiskurses in Deutschland.<sup>22</sup> Entscheidend ist des Weiteren, dass diese Theorie, die auch unter dem Namen *biologischer Ansatz* bekannt geworden ist<sup>23</sup>, von der Grundannahme ausgeht, dass Männer und Frauen von Natur aus unterschiedlich sind. Infolgedessen stellt die Gesellschaft an Frauen andere Ansprüche als an Männer. Idealisierte Weiblichkeit unterliegt nicht denselben Bewertungskriterien wie idealisierte Männlichkeit.<sup>24</sup>

**20** Vgl. Müller, Marion: »Geschlecht als Leistungsklasse. Der kleine Unterschied und seine großen Folgen am Beispiel der »gender verifications« im Leistungssport.« URL: <http://www.zfs-online.org/index.php/zfs/article/viewFile/1226/763/>, Stand: 18.10.2014

**21** Vgl. Ebenda S. 397

**22** Vgl. Steinheisser, Dörte: »Frauen im Sport. Eine historische und gegenwartsbezogene Analyse der weiblichen Sportbeteiligung im Kontext zeitgeschichtlicher gesellschaftlicher Entwicklungen.« Frankfurt am Main: Johann Wolfgang Goethe Universität, 2004. S. 20

**23** Vgl. Ebenda S. 20

**24** Vgl. Scheiper, Petra: »Textile Metamorphosen als Ausdruck gesellschaftlichen Wandels. Das Bekleidungsverhalten junger Männer und Frauen als Phänomen der Grenzverschiebung von Sex- und Gender-Identitäten.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. S. 98

Welche Auswirkungen die Geschlechtszugehörigkeit auf das Denken und Handeln einer Person hat, ist intensiv in neurowissenschaftlichen und verhaltenspsychologischen Forschungsarbeiten untersucht worden. ASENDORPF und NEYER betonen, dass es inzwischen zehntausende von Arbeiten gibt, die für die westlichen Industriegesellschaften untersucht haben, wie sich die Geschlechtszugehörigkeit auf das Denken und Handeln einer Person auswirkt. Es ist u.a. im Hinblick auf die kognitiven Fähigkeiten nachgewiesen worden, dass Männer im Durchschnitt über etwas bessere räumliche Fähigkeiten als Frauen verfügen. Dieser Unterschied lässt sich aber, wie ASENDORPF und NEYER betonen, nicht biologisch erklären, da er sich erst im Laufe der Jahre nach der Geburt entwickelt, wie empirische Studien nachweisen konnten. Auch hinsichtlich der verbalen Fähigkeiten gibt es zwischen Männern und Frauen keine auffälligen kognitiven Unterschiede. Was die mathematischen Fähigkeiten anbelangt, ist empirisch festgestellt worden, dass Jungen bei Aufgaben, die eine besonders hohe Aufgabenschwierigkeit vorweisen, besser als Mädchen abschneiden. Dieser relevante kognitive Unterschied ist auf die besseren räumlichen Fähigkeiten der Jungen zurückgeführt worden. Wie soeben ausgeführt worden ist, entwickeln sich die geschlechtsspezifisch variierenden Unterschiede, was die räumlichen Fähigkeiten anbelangt, erst nach der Geburt.<sup>25</sup>

ASENDORPF und NEYER kommen, basierend auf den vorliegenden empirischen Ergebnissen, zu der Erkenntnis, dass diese Ergebnisse alltagspsychologischen Vorstellungen von den Geschlechtsunterschieden widersprechen: Geschlechterstereotype, worunter kulturell geprägte Meinungssysteme über die Eigenarten der Geschlechter zu verstehen sind, sorgen dafür, dass in jedem Kulturkreis spezifische Erwartungen an die Geschlechtskategorien entwickelt werden. Teilweise stehen diese Erwartungen im Widerspruch zur Realität, so lässt sich das Geschlechterstereotyp, dass Frauen über die besseren verbalen Fähigkeiten verfügen sollen, nicht empirisch belegen. Teilweise werden die Geschlechtsunterschiede aber auch erst durch die unterschiedlichen Erwartungshaltungen, die an Männer und Frauen gerichtet werden, produziert. So erklären ASENDORPF und NEYER den Umstand, dass sich geschlechtsspezifische Unterschiede bei den räumlichen Fähigkeiten erst nach der Geburt entwickeln bzw. die geschlechtsspezifischen Unterschiede bei den räumlichen Fähigkeiten interkulturell sehr stark variieren, damit, dass Jungen anders als Mädchen sozialisiert werden.<sup>26</sup> HAUSMANN fasst den empirischen Forschungsstand, was geschlechtsspezifische kognitive Unterschiede anbelangt, folgendermaßen zusammen: Im Hinblick auf die festgestellten Unterschiede ist es nicht möglich, zu sagen, dass diese sich ausschließlich auf biologische oder soziale Faktoren zurückführen lassen. Stattdessen spielen sowohl die biologischen als auch die sozialen Faktoren in der Regel eine bedeutende Rolle.<sup>27</sup>

**25** Vgl. Asendorpf, Jens / Neyer, Franz: »Psychologie der Persönlichkeit.« Berlin/Heidelberg: Springer Verlag, 5. Auflage, 2012. S. 343-347

**26** Vgl. Ebenda S. 334 bzw. S. 354

**27** Vgl. Hausmann, Markus: »Kognitive Geschlechtsunterschiede.« In: »Gehirn und Geschlecht. Neurowissenschaft des kleinen Unterschieds zwischen Frau und Mann.« Lautenbacher, Stefan / Güntürkün, Onur / Hausmann, Markus (Hrsg.). Heidelberg: Springer Verlag, 2007. S. 106

Gegen den *biologistischen Ansatz* sprechen auch anthropologische Vergleichsstudien, die zeigen, dass die Geschlechterrollen in Abhängigkeit vom kulturellen Kontext variieren.<sup>28</sup> Diese Erkenntnis trifft nicht nur für die Entwicklungsgeschichte der modernen westlichen Gesellschaften zu, sondern sie gilt auch für Naturvölker. Ethnologische Untersuchungen, die vom Sozialanthropologen George Peter Murdock durchgeführt worden sind und sich mit den Geschlechterrollen in 179 Naturvölkern befasst haben, sind beispielsweise zu dem Ergebnis gekommen, dass es in diesen Gesellschaften keine universalen Grenzlinien der Arbeitsteilung zwischen Männern und Frauen gibt. Einzige Ausnahme: Das Jagen. Universal bedeutet dabei, dass in weniger als einem Prozent aller untersuchten Gesellschaften gelegentliche Überschreitungen dieser Grenzlinien stattgefunden haben.<sup>29</sup>

Von ausschließlich naturgegebenen geschlechtlichen Verhaltensmustern, um im Duktus des *biologistischen Ansatzes* zu bleiben, kann demzufolge nicht die Rede sein. Stattdessen scheint der soziale und historische Kontext die Entwicklung der Geschlechterrollen – insbesondere nach der Geburt – ebenfalls zu beeinflussen. Für den deutschen Sportraum soll exemplarisch dargestellt werden, wie sich die Situation von Frauen im historischen Längsschnitt, bedingt durch ein gesellschaftliches Umdenken im Hinblick auf die Kategorie Geschlecht, verändert hat.

## 2.4

### Soziale und historische Konstruktion von Geschlecht im deutschen Sportraum

Dass das Skelett von Männern im Durchschnitt 25 Prozent schwerer ist als das von Frauen, ist gemäß der Erkenntnisse der Humanbiologie unbestritten.<sup>30</sup> Welche Schlussfolgerungen aus dieser biologischen Tatsache für den Sportraum gezogen werden, ist hingegen eine Frage, welche an die soziale Konstruktion von Geschlecht anknüpft. Medizinische Gutachten, die im 19. Jahrhundert in Deutschland erstellt worden sind, haben aus dem leichteren Skelett der Frauen etwa die Schlussfolgerung gezogen, dass Frauen und Mädchen grundsätzlich von der Turnbewegung ausgeschlossen werden müssten. Der gesellschaftspolitische Wandel, der in Deutschland nach dem Ende des *Ersten Weltkriegs* einsetzte, führte nicht nur zur Einführung des Frauenwahlrechts in der *Weimarer Republik*, sondern auch dazu, dass sich Frauen gemäß des neuen Weiblichkeitsideals athletisch betätigen durften. Am Hochleistungs- und Wettkampfsport durften sie aber auch in der *Weimarer Republik* nicht teilnehmen, weil dies laut damaligem Denken die weibliche Fruchtbarkeit gefährdet hätte. Im Nationalsozialismus wurden die Geschlechterstereo-

<sup>28</sup> Vgl. Pfister, Gertrud: »Geschlechtsspezifische Sozialisation und Koedukation im Sport.« Berlin: Bartels und Wernitz, 1983. S. 174

<sup>29</sup> Vgl. Janssen-Jurreit, Marielouise: »Sexismus. Über die Abtreibung der Frauenfrage.« München-Wien: Carl Hanser Verlag, 1976. S. 357-359

<sup>30</sup> Vgl. Weineck, Jürgen: »Sportbiologie.« Balingen: Spitta Verlag, 9. Auflage, 2004. S. 457

type, die für den Bereich der körperlichen Ertüchtigung entwickelt worden waren, an die politischen Zielsetzungen des NS-Regimes angepasst. Jungen hatten fünf Wochenstunden Körpererüchtigung – mit Schwerpunkt Kampfsport – in der Schule, um sich zu wehrhaften Soldaten zu entwickeln. Bei den Mädchen und Frauen lag der Schwerpunkt hingegen auf dem Tanzsport, um die Entwicklung gesunder und gebärfreudiger Körper voranzutreiben.<sup>31</sup>

Nach dem *Zweiten Weltkrieg* setzte in der BRD (*Bundesrepublik Deutschland*) ein gesellschaftliches Umdenken ein, das u.a. auch Auswirkungen auf den Sportraum haben sollte. Weibliche Mitgliedschaften in den Sportvereinen wurden zunehmend begrüßt. Infolgedessen stieg der Anteil weiblicher Personen in den Sportvereinen von 1950 bis 2006 von 10 Prozent auf 39,6 Prozent an.<sup>32</sup> Diese Entwicklung konnte nur stattfinden, weil sich schrittweise immer mehr Sportverbände dazu bereit erklärten, Frauen und Mädchen in ihre Verbandsstrukturen aufzunehmen. Der DFB (*Deutscher Fußball-Bund*) etwa, der es seinen Vereinen von 1955 bis 1970 grundsätzlich untersagte, Frauen und Mädchen aufzunehmen, hat sich für den Frauenfußball geöffnet und Stand 2017 fast 1,1 Millionen Frauen und Mädchen in seinem Verband.<sup>33</sup>

Diese Entwicklung im deutschen Sportraum kann als Beleg dafür angesehen werden, dass die Kategorie Geschlecht nicht nur von biologischen, sondern auch von sozialen Faktoren entscheidend beeinflusst wird. Das biologische Geschlecht mag zwar einen Rahmen vorgeben, etwa derart, dass Männer in vielen Disziplinen ein höheres absolutes Leistungsvermögen als Frauen entwickeln können, welche Schlussfolgerungen aus diesem biologischen Rahmen gezogen werden, ist aber vom historischen und sozialen Kontext abhängig. Während die Schlussfolgerung im 19. Jahrhundert noch lautete, dass Frauen grundsätzlich aus dem deutschen Sportraum ausgeschlossen werden sollten, ist im 21. Jahrhundert zumindest eine segregierte Inklusion der Sportlerinnen zur Regel geworden. Die Frauen- und Geschlechterforscherin Petra Gieß-Stüber sieht die aktuell vorherrschende segregierte Inklusion von Sportlerinnen kritisch. Die Geschlechtertrennung führe dazu, dass es den Sportlerinnen an gesellschaftlicher Anerkennung für ihr sportliches Tun fehle, da die weiblichen Leistungen neben den männlichen Maximalleistungen defizitär erscheinen würden.<sup>34</sup>

**31** Vgl. Gieß-Stüber, Petra: »Frauen- und Geschlechterforschung im Sport. Forschungsfelder, Entwicklungen und Perspektiven.« URL: <http://budrich-journals.de/index.php/fgs/article/viewFile/492/458>, Stand: 11.09.2017. S. 35

**32** Vgl. Ebenda S. 36

**33** Vgl. DFB (Hrsg.): »Mitglieder-Statistik 2017.« URL: [https://www.dfb.de/fileadmin/\\_dfbdam/141295-Mitglieder-Statistik\\_2017\\_final.pdf](https://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/141295-Mitglieder-Statistik_2017_final.pdf), Stand: 11.09.2017. S. 2

**34** Vgl. Gieß-Stüber, Petra: »Frauen- und Geschlechterforschung im Sport. Forschungsfelder, Entwicklungen und Perspektiven.« URL: <http://budrich-journals.de/index.php/fgs/article/viewFile/492/458>, Stand: 11.09.2017. S. 36

## 2.5

### Die sozialkonstruktivistische Geschlechtertheorie – Umgang mit inter- und transsexuellen Personen im Hochleistungssport

Die Geschlechterforschung ist der Erkenntnis, dass die Kategorie Geschlecht zumindest teilweise sozial konstruiert wird, sprachlich gerecht geworden, indem im Zuge der *sozialkonstruktivistischen Geschlechtertheorie* zwischen den Begrifflichkeiten *Sex* (biologisches Geschlecht) und *Gender* (soziales Geschlecht) differenziert worden ist.<sup>35</sup> Diese sprachliche Ausdifferenzierung ist von der Queer-Theoretikerin Judith Butler kritisch hinterfragt worden. Butlers dekonstruktivistische Position vertritt den Standpunkt, dass es sich auch beim *sex* um eine soziale Konstruktion handelt. Die biologischen Merkmale, auf Grundlage derer eine Zuordnung zum männlichen oder weiblichen Geschlecht erfolgt, sind zuvor in gesellschaftlichen Diskursen ausgehandelt und danach als Grenzlinien festgelegt worden.<sup>36</sup> Da die konstruierten Grenzlinien der real existierenden Pluralität – etwa hinsichtlich der Hormone und Chromosomensätze – nicht gerecht werden, gibt es immer wieder Fälle, in denen Personen bei ihrer Geburt weder als weiblich noch als männlich klassifiziert werden können.<sup>37</sup>

Dies hat auch die deutsche Gesetzgebung einsehen müssen. Seit dem 1. November 2013 darf im amtlichen Geburtenregister auf die Angabe, ob es sich um ein »männliches« oder »weibliches« Baby handelt, verzichtet werden.<sup>38</sup> Ferner hat das Bundesverfassungsgericht im Jahr 2017 entschieden, dass diese Regelung nicht weit genug geht. Künftig müsse es, so der Beschluss des Bundesverfassungsgerichts, neben männlich und weiblich einen dritten Geschlechtseintrag für intersexuelle Menschen im Geburtenregister geben. Eine entsprechende Neuregelung des Geburtenregisters, die eine passende Bezeichnung für ein drittes Geschlecht beinhalten soll, muss von der deutschen Gesetzgebung bis Ende 2018 vorgenommen werden.<sup>39</sup>

Judith Butlers Forderung, auch das biologische Geschlecht als ein soziales Konstrukt aufzufassen, ist lange Zeit vom Sportraum abgelehnt worden. Dies hat damit zu tun, dass der moderne Hochleistungssport laut WIEDERKEHR mit einem *disjunktiven System* der Zweigeschlechtlichkeit operiert. Darunter ist zu verstehen, dass es neben den Kategorien

**35** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Zur Geschlechterordnung in den Sportmedien – Traditionelle Stereotypisierungen und Ansätze ihrer Auflösung.« In: »Handbuch Medien, Kommunikation und Sport.« Schierl, Thomas (Hrsg.). Schorndorf: Hofmann-Verlag, 2007. S. 137-138

**36** Vgl. Scheiper, Petra: »Textile Metamorphosen als Ausdruck gesellschaftlichen Wandels. Das Bekleidungsverhalten junger Männer und Frauen als Phänomen der Grenzverschiebung von Sex- und Gender-Identitäten.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. S. 107-109

**37** Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S.5-6

**38** Vgl. Geiger, Stefan: »Intersexualität. Das dritte Geschlecht.« URL: <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.intersexualitaet-das-dritte-geschlecht.cf6e2cbe-ffec-45bc-a842-7107cab49151.html>, Stand: 19.10.2014

**39** Vgl. Zeit Online (Hrsg.): »Bundesverfassungsgericht für drittes Geschlecht im Geburtenregister.« URL: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2017-11/bundesverfassungsgericht-fuer-drittes-geschlecht-im-geburtenregister>, Stand: 10.11.2017

*männlich* und *weiblich* keine weiteren Geschlechtskategorien geben darf. Auch darf es nicht sein, dass eine Person beiden Geschlechtskategorien zugeordnet werden kann. Zum *disjunktiven System* gehört auch das Konzept der Geschlechtskonstanz dazu. Mit diesem Konzept geht die Vorstellung einher, dass die Zugehörigkeit zu einer Geschlechtskategorie unveränderlich ist und man diese Zugehörigkeit während des Lebens nicht wechseln kann. Die Zugehörigkeit zu einer Geschlechtskategorie wird damit ausschließlich von biologischen Faktoren abhängig gemacht und steht mit der Geburt eindeutig fest.<sup>40</sup>

Während des *Kalten Krieges* mussten sich die internationalen Sportverbände erstmals intensiv mit der Frage auseinandersetzen, was Männer zu Männern bzw. Frauen zu Frauen macht. In westlichen Medien wurde Ostblockathletinnen, die bei internationalen Wettkämpfen herausragende sportliche Leistungen erbracht hatten, die Weiblichkeit abgesprochen. Die Folge dessen war, dass sich sowohl das IOC (*Internationales Olympisches Komitee*) als auch der IAAF (*International Association of Athletics Federations*, der Weltleichtathletikverband) für die Einführung von flächendeckenden Geschlechtertests bei Athletinnen entschieden.<sup>41</sup> Bei den Leichtathletik-Europameisterschaften, die 1966 in Budapest ausgetragen wurden, wurden erstmals Geschlechtertests durchgeführt. Alle 243 Athletinnen, die an den Wettbewerben teilnehmen wollten, mussten sich vorher vor drei Ärztinnen ausziehen. Die Ärztinnen sollten feststellen, ob die Athletinnen über eine weibliche Anatomie verfügen. Die entsprechenden Tests wurden von allen Athletinnen bestanden.<sup>42</sup>

Da es in der Human- und Sportbiologie Konsens ist, dass der Ursprung des biologischen Geschlechts auf der chromosomalen und nicht auf der anatomisch-physiologischen Ebene zu suchen ist, sind diese oberflächlichen Tests von Seiten der Medizin scharf kritisiert worden. Das IOC und der IAAF reagierten auf diese Kritik und führten noch Ende der 1960er Jahre den sogenannten *Barr-Körper-Test* ein. Beim *Barr-Körper-Test* wird ein Abstrich von der Mundschleimhaut genommen. Sind Barr-Körperchen bzw. Sexchromatinkörperchen nachweisbar, so gilt die Testperson als weiblich. Barr-Körperchen können nämlich nur gebildet werden, sofern zwei weibliche Geschlechtschromosomen – also zwei X-Chromosomen – in einer Zelle vorliegen. Diesen Tests mussten sich ausschließlich Sportlerinnen unterziehen, die ihre chromosomale Weiblichkeit nachweisen mussten. Athleten mussten hingegen nicht ihre Männlichkeit nachweisen.<sup>43</sup> Dieses Vorgehen zeigt exemplarisch die im Sportraum vorherrschende Geschlechterhierarchie. Basierend auf den Erkenntnissen der Sportbiologie, wird davon ausgegangen, dass Männer prinzipiell leistungsstärker als Frauen sind. Von daher muss, dem Fairnesspostulat folgend, auch nicht überprüft werden, ob Personen, die sehr erfolgreich an den Männerwettkämpfen teilnehmen, eventuell chromosomal weiblich sein könnten.

<sup>40</sup> Vgl. Wiederkehr, Stefan: »Jenseits der Geschlechtergrenzen. Intersexuelle und transsexuelle Menschen im Spitzensport.« In: Feministische Studien, Heft 01/2012. S. 31-32

<sup>41</sup> Vgl. Ebenda S. 33

<sup>42</sup> Vgl. Ferris, E.A.E.: »Gender verification testing in sport.« In: British Medical Bulletin, Vol. 48, No. 3, 1992. S. 686

<sup>43</sup> Vgl. Wiederkehr, Stefan: »Jenseits der Geschlechtergrenzen. Intersexuelle und transsexuelle Menschen im Spitzensport.« In: Feministische Studien, Heft 01/2012. S. 33-35

Sportlerinnen, denen im Zuge der *Barr-Körper-Tests* ein chromosomal männliches Geschlecht nachgewiesen worden ist und die infolgedessen von den Frauenwettkämpfen ausgeschlossen worden sind, haben vor Gericht erfolgreich gegen diese Ausschlüsse geklagt. Vor Gericht haben diese ausgeschlossenen Sportlerinnen Bezug genommen auf medizinische Gutachten, die betont haben, dass sich aus dem Umstand, dass eine Sportlerin zumindest teilweise über ein männlich chromosomales Geschlecht verfügen mag, nicht ableiten lasse, dass diese Sportlerin im Wettkampf körperliche Vorteile gegenüber ihren Konkurrentinnen habe. Diese medizinischen Gutachten veranlassten den IAAF in den 1990er Jahren dazu, von flächendeckenden Geschlechtertests bei den Sportlerinnen abzusehen. Das IOC hielt hingegen an flächendeckenden Geschlechtertests fest und ersetzte in den 1990er Jahren den *Barr-Körper-Test* durch die *Polymerase-Kettenreaktion*. Bei der *Polymerase-Kettenreaktion*, die 1992 vom IOC eingeführt wurde, wird gezielt nach dem Vorhandensein von Y-Chromosomen bei Athletinnen gesucht. Technische Probleme, die bei den entsprechenden Tests aufgetreten waren, veranlassten das IOC 1999 dazu, sich von flächendeckenden Geschlechtertests bei Athletinnen zu distanzieren. In begründeten Verdachtsfällen können aber sowohl das IOC als auch der IAAF weiterhin Geschlechtertests bei Athletinnen veranlassen.<sup>44</sup>

Von diesen Einzelfallprüfungen sind insbesondere intersexuelle Personen betroffen. Also Menschen, bei denen genotypisches und phänotypisches Geschlecht von Geburt an nicht übereinstimmen bzw. die von Geburt an sowohl über männliche als auch weibliche Genitalien verfügen.<sup>45</sup> Die Existenz intersexueller Athleten und Athletinnen stellt das disjunktive System der Zweigeschlechtlichkeit im Hochleistungssport in Frage. Zum disjunktiven System gehört eben auch ganz zentral die Vorstellung, dass es sich bei der Kategorie Geschlecht um eine dichotome Variable handelt, die lediglich die Ausprägungen männlich und weiblich haben darf.

IOC und IAAF verfolgen aktuell mit ihren Einzelfallprüfungen nicht mehr länger das Ziel, das Geschlecht einer Person zu ermitteln. Hätten sie weiterhin an dem Ziel festgehalten, das Geschlecht einer Person eindeutig ermitteln zu wollen, hätten sie eingestehen müssen, dass das biologische Geschlecht, bedingt durch zahlreiche vorkommende genetische Anomalien, eben keine dichotome Variable ist. Stattdessen haben IOC und IAAF Grenzwerte für den Testosteronspiegel von Sportlerinnen festgelegt. Sportlerinnen, die diese Grenzwerte überschreiten (der Fachbegriff für Frauen, die extrem viel Testosteron produzieren, lautet *weiblicher Hyperandrogenismus*), gelten zwar weiterhin als Frauen, dürfen aber nicht an den Frauenwettkämpfen teilnehmen.<sup>46</sup> Die Grenzwerte, die dabei festgelegt worden sind, sind alles andere als unumstritten. Der Grenzwert für die Höhe des Testosteronspiegels von Sportlerinnen, der beispielsweise von dem IAAF festgelegt wurde, ist im Jahr 2015 vom internationalen Sportgerichtshof CAS (*Court of Arbitration*

<sup>44</sup> Vgl. Ebenda S. 35-36

<sup>45</sup> Vgl. Ebenda S. 33

<sup>46</sup> Vgl. International Olympic Committee (Hrsg.): »IOC regulations on female hyperandrogenism. Games of the XXX Olympiad in London, 2012.« URL: <http://unique-sportstime.de/site/wp-content/uploads/2012-06-22-IOC-Regulations-on-Female-Hyperandrogenism-eng.pdf>, Stand: 16.08.2017.

for Sport) aufgehoben worden. Der internationale Sportgerichtshof sah den festgelegten Grenzwert – unter wissenschaftlichen Kriterien betrachtet – als nicht haltbar an. Inzwischen hat der IAAF eine neue Studie vorgelegt, die den CAS davon überzeugen soll, dass Sportlerinnen, bei denen weiblicher Hyperandrogenismus vorliegt, von den Frauenwettkämpfen ausgeschlossen werden müssen.<sup>47</sup>

Während die Debatte, die Partizipationsmöglichkeiten intersexueller Personen am Hochleistungssport betreffend, auch in der Gegenwart intensiv weitergeführt wird, hat es im Hinblick auf transsexuelle Sportler und Sportlerinnen bereits eine globale Lösung gegeben. In der sogenannten *Stockholmer Übereinkunft*, die 2004 vom IOC verabschiedet worden ist und 2006 vom IAAF in die *Policy on Gender Verification* übernommen worden ist, ist festgelegt worden, dass Transsexuelle, die sich vor der Pubertät einer operativen Geschlechtsumwandlung unterzogen haben, immer zum Wettbewerb derjenigen Geschlechtskategorie zugelassen sind, für die sie sich im Rahmen der operativen Geschlechtsumwandlung bewusst entschieden haben. Anders sieht die Situation bei Transsexuellen aus, die sich erst nach der Pubertät für eine operative Geschlechtsumwandlung entschieden haben. Diese Transsexuellen dürfen nur an den Wettkämpfen derjenigen Geschlechtskategorie, für die sie sich bewusst entschieden haben, teilnehmen, sofern sie folgende drei Kriterien erfüllen können: Die operative Geschlechtsumwandlung der äußeren Genitalien muss abgeschlossen sein, das neue Geschlecht muss durch die zuständige Behörde juristisch anerkannt worden sein und die Dauer der postoperativen Hormontherapie muss mindestens zwei Jahre umfasst haben.<sup>48</sup> Insofern lässt sich festhalten, dass sich die tradierte Vorstellung vom disjunktiven System der Zweigeschlechtlichkeit im Sportraum inzwischen derart verändert hat, als dass den Sportlern und Sportlerinnen die Möglichkeit eingeräumt wird, ihre Geschlechtskategorie im Laufe ihres Lebens bewusst und zielgerichtet zu wechseln.

Des Umstandes eingedenk, dass die Einteilung in *sex* und *gender* problematisch ist, da auch die Einteilung in Männer- und Frauenwettkämpfe sozial konstruierten Vorgaben und Kriterien folgt, insofern also auch das biologische Geschlecht teilweise konstruiert wird, wird in dieser Arbeit fortan auf die Begriffe *sex* und *gender* verzichtet. Lediglich im Rahmen der Präsentation theoretischer Modelle, welche diese Begriffe verwenden, wird in dieser Arbeit noch von *sex* und *gender* die Rede sein. Stattdessen wird in dieser Arbeit grundsätzlich vom »sozial konstruierten Geschlecht« gesprochen. Damit soll zum Ausdruck gebracht werden, dass jede Form des Redens, Denkens und Schreibens über die Kategorie Geschlecht sozial konstruierte Komponenten beinhaltet. So auch das Sprechen bzw. Urteilen über die biologische Geschlechtszugehörigkeit einer Person. Dass es aber auch biologische Geschlechtsunterschiede gibt, die sich etwa auf die absolute sportliche Leistungsfähigkeit auswirken, und nicht sozial konstruiert sind, steht außer Frage. Dementsprechend wird der radikal dekonstruktivistischen Position Butlers nicht gefolgt.

<sup>47</sup> Vgl. Mölter, Joachim: »Caster Semenya im verminten Bereich.« URL: <http://www.sueddeutsche.de/sport/leichtathletik-wm-caster-semenya-im-verminten-bereich-1.3627671>, Stand: 16.08.2017

<sup>48</sup> Vgl. Wiederkehr, Stefan: »Jenseits der Geschlechtergrenzen. Intersexuelle und transsexuelle Menschen im Spitzensport.« In: *Feministische Studien*, Heft 01/2012. S. 39

## 2.6

### Geschlechtergerechter Sprachgebrauch

Zu klären wäre noch, wie in dieser Arbeit, ausgehend von den gesammelten Erkenntnissen über die Kategorie Geschlecht, für einen geschlechtergerechten Sprachgebrauch gesorgt werden kann.

Der französische Philosoph Michel Foucault hat in der von ihm entwickelten Diskursanalyse der Sprache eine besondere Bedeutung eingeräumt. Foucault sieht die große Relevanz von Sprache in dem Umstand begründet, dass sich in ihr die dominierenden gesellschaftlichen Ideologien widerspiegeln. Mittels Sprache können die in einer Gesellschaft lebenden Menschen in ihrem Denken und Handeln beeinflusst werden. Von Sprache geht eine Machtwirkung aus.<sup>49</sup>

Dieser Machtwirkung eingedenk, hat sich die Geschlechterforschung der Frage gewidmet, ob die deutsche Sprache als geschlechtergerecht angesehen werden kann. Dabei ist festgestellt worden, dass die deutsche Sprache patriarchalisch geprägt ist und zur Unsichtbarkeit bzw. Diskriminierung von Frauen beiträgt, indem z.B. die männliche Form der Anrede als Anrede für beide Geschlechter genutzt wird.<sup>50</sup> Zu dieser diskriminierenden Sprachpraxis gibt es zahlreiche geschlechtergerechte Alternativen: Beispielsweise Doppelformen oder geschlechtsneutrale Pluralformen.<sup>51</sup> Für diese Arbeit ist die Entscheidung getroffen worden, dass eine geschlechtersensible Nutzung der deutschen Sprache insbesondere mit Hilfe des Binnen-Is erfolgen soll.<sup>52</sup> Ein Beispiel: Bei einer geschlechtergemischten Gruppe von Sportlern und Sportlerinnen wird in dieser Arbeit nicht von »Sportlern«, sondern von SportlerInnen die Rede sein.

Das Binnen-I wird von Teilen der queer-feministischen Forschung als defizitär eingestuft, da es sich an die hegemoniale Vorstellung von Zweigeschlechtlichkeit anpasse. Personen, die sich bezüglich ihres Geschlechts als nicht-ident, trans- oder intersexuell einstufen, würden sich von Binnen-I-Formulierungen nicht angesprochen fühlen. Besser sei es, einen Unterstrich, die sogenannte *Gender Gap*, zu verwenden.<sup>53</sup> Statt »SpielerInnen« müsste, diesem Ansatz folgend, »Spieler\_innen« geschrieben werden. Alternativ kann die *Gender Gap* durch ein Sternchen (z.B. Spieler\*innen) ersetzt werden.<sup>54</sup>

<sup>49</sup> Vgl. Dangendorf, Sarah: »Kleine Mädchen und High Heels. Über die visuelle Sexualisierung frühadoleszenter Mädchen.« Bielefeld: Transcript Verlag, 2012. S. 34

<sup>50</sup> Vgl. Gleichstellungsbüro der Universität Göttingen (Hrsg.): »Geschlechtergerechte Sprache.« URL: <http://www.uni-goettingen.de/de/113200.html>, Stand: 18.10.2014

<sup>51</sup> Vgl. Zentrale Frauenbeauftragte der Freien Universität Berlin: »Geschlechtersensible Sprache.« URL: <http://www.fu-berlin.de/sites/frauenbeauftragte/media/FU-Frauenbeauftragte-Flyer-2014-x30-web-geschlechtergerechtigkeit.pdf?1397135677>, Stand: 18.10.2014

<sup>52</sup> Vgl. Ebenda

<sup>53</sup> Vgl. Gender Institut Bremen (Hrsg.): »Gender Gap.« URL: <http://www.genderinstitut-bremen.de/glossar/gender-gap.html>, Stand: 18.10.2014

<sup>54</sup> Vgl. Kirschning, Antje: »Hinweise und Empfehlungen für geschlechtergerechte Sprache an der ASH.« URL: [http://www.ash-berlin.eu/hsl/freedocs/307/Hinweise\\_und\\_Empfehlungen\\_fuer\\_eine\\_geschlechtergerechte\\_Sprache.pdf](http://www.ash-berlin.eu/hsl/freedocs/307/Hinweise_und_Empfehlungen_fuer_eine_geschlechtergerechte_Sprache.pdf), Stand: 18.10.2014

Dass in dieser Arbeit - trotz aller berechtigten Kritik - am Binnen-I festgehalten wird, hat zwei Gründe: Zum einen handelt es sich um eine Kurzform, die im Gegensatz zu Doppelformulierungen wie »Bürgerinnen und Bürger« zu keiner gravierenden Verlängerung der Sätze beiträgt. Die Verwendung des Binnen-Is soll folglich zu einem erleichterten Lesefluss beitragen. Zum anderen kann dem Arbeitstitel entnommen werden, dass als Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit der Sportteil einer großen deutschen Tageszeitung herangezogen werden wird. Die Sportberichterstattung thematisiert mit dem Hochleistungssport ein System, das anlässlich der Bildung von präsumtiven Leistungsklassen - im Hinblick auf die Kategorie Geschlecht - die Einteilung in Männer- und Frauensportklassen präferiert. Abgesehen von wenigen geschlechtergemischten Klassen, die Ausnahmen darstellen.<sup>55</sup> Da sich die Struktur des Hochleistungssportsystems an der hegemonialen Vorstellung von Zweigeschlechtlichkeit orientiert (gesonderte Klassen für Inter- oder Transsexuelle sind nicht vorgesehen), wird auch die Berichterstattung über dieses System auf der sprachlichen Ebene primär mit den geschlechtlichen Kategorien »männlich« und »weiblich« operieren. Daher ist es für diese Arbeit, ausgehend vom gewählten Untersuchungsgegenstand, ausreichend, auf der sprachlichen Ebene das Binnen-I zu verwenden.

## 2.7

### Doing Gender - Sprachliche Fortschreibung von Geschlechterstereotypen

Die vorhandene Vielfalt hinsichtlich biologischer und sozialer Geschlechtsentwürfe dringt nicht in das Bewusstsein aller Menschen vor. In den westlichen Gesellschaften herrscht weiterhin die Vorstellung vor, dass es eine grundsätzliche Andersartigkeit von Männern und Frauen gibt. Eigenschaften, die als typisch männlich oder weiblich gelten, folglich die Funktion von Geschlechterstereotypen einnehmen, werden kaum bzw. nie dem anderen Geschlecht zugeordnet.<sup>56</sup>

Die Geschlechterforschung hat mit Hilfe des Konzepts vom *Doing Gender* versucht, die Langlebigkeit von tradierten Geschlechterstereotypen sprachlich zu erklären. Dem Terminus *Doing Gender* liegt die Vorstellung zugrunde, dass es keine außersprachliche Wirklichkeit gibt. Erst durch das Reden über Geschlecht im Kontext alltäglicher Interaktionen entwickelt sich eine Vorstellung von diesem Begriff.<sup>57</sup> Damit unterscheidet sich dieses performative Konzept von repräsentativen Konzepten, welche vom Vorhandensein einer außersprachlichen Wirklichkeit ausgehen.<sup>58</sup> Ausschließlich in Sprechakten und in deren

<sup>55</sup> Vgl. Müller, Marion: »Geschlecht als Leistungsklasse. Der kleine Unterschied und seine großen Folgen am Beispiel der »gender verifications« im Leistungssport.« URL: <http://www.zfs-online.org/index.php/zfs/article/viewFile/1226/763/>, S. 395. Stand: 18.10.2014

<sup>56</sup> Vgl. Alfermann, Dorothee: »Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten.« Stuttgart: Kohlhammer Verlag, 1996. S. 13-17

<sup>57</sup> Vgl. Sülzle, Almut: »Fussball, Frauen, Männlichkeiten. Eine ethnographische Studie im Fanblock.« Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2011. S. 39

<sup>58</sup> Vgl. Nieberle, Sigrid: »Feldbusch-Kerner-Schwarzer und die Medialität sexistischer Rede.« In: »Sex/ismus und Medien.« Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika (Hrsg.). Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 63

Kombination mit visuellen Elementen, so die Grundannahme des *Doing Gender* Konzepts, wird eine Vorstellung von Geschlecht entwickelt, die sich im Denken und Handeln der Menschen manifestiert. Solange der hegemoniale Diskurs über Geschlecht davon geprägt ist, dass in diesem tradierte Geschlechterstereotype permanent wiederholt werden, ohne dabei zugleich kritisch hinterfragt zu werden, kommt es zum *Reenactment*. Dieser Begriff, der im Bereich der Psychiatrie ebenfalls Verwendung findet und dort die zwanghafte Wiederholung traumatischer Erlebnisse meint, bedeutet im Kontext Geschlechterforschung: Permanente Wiederholung von tradierten Geschlechterstereotypen.<sup>59</sup>

Insofern ist es, dem *Doing Gender* Konzept folgend, wichtig, zu überprüfen, welche sprachliche und visuelle Wirklichkeit von Seiten der Sportredaktionen – im Hinblick auf die Kategorie Geschlecht - konstruiert wird.

<sup>59</sup> Vgl. Holschbach, Susanne: »Posieren für die Heteronormativität – aktuelle Modefotografie im Gender-Mainstream.« In: »Sex/ismus und Medien.« Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika (Hrsg.). Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 211-212





# 3

## **Selektions- entscheidungen von JournalistInnen**

# 3

## SELEKTIONSENTSCHEIDUNGEN VON JOURNALISTINNEN

Eine Forschungsarbeit, die sich mit der sozialen Konstruktion von Geschlecht in den deutschen Sportprintmedien auseinandersetzt, muss sich nicht nur mit der Bedeutung der Kategorie Geschlecht befassen. Auch muss geklärt werden, welche Erkenntnisse hinsichtlich der Selektionsentscheidungen von JournalistInnen bei der Nachrichtenauswahl und Nachrichtengewichtung vorliegen. Insbesondere die Kommunikationswissenschaft hat die Klärung dieser Frage vorangetrieben. Erst wenn bekannt ist, nach welchen Kriterien die JournalistInnen entscheiden, ob eine Meldung publikationswürdig ist, kann überprüft werden, ob diese Kriterien für die Berichterstattung über beide Geschlechtskategorien in gleichem Maße gelten.

### 3.1

#### Die Nachrichtenwerttheorie

Zu den bedeutendsten Selektionstheorien, welche Aufschluss über die Nachrichtenauswahl und -gewichtung von JournalistInnen geben sollen, zählt zweifelsohne die *Nachrichtenwerttheorie*. Das Grundkonzept dieser Theorie ist 1922 vom amerikanischen Journalisten Walter Lippmann entwickelt worden. Laut LIPPMANN finden standardisierte Entscheidungsprozesse in den Redaktionen statt, sobald JournalistInnen entscheiden müssen, über welche Ereignisse berichtet werden soll.<sup>60</sup> Eine Meldung muss, so LIPPMANN, bestimmte Kriterien (u.a. Überraschung, Konflikt, Negativität) erfüllen, damit sie in der Berichterstattung erscheint. Meldungen, die diese Kriterien vorweisen können, erreichen einen ausreichend großen Nachrichtenwert bzw. *news value*.<sup>61</sup>

Dieser Grundgedanke Walter Lippmanns ist sowohl in einer amerikanischen als auch in einer europäischen Forschungslinie weiterentwickelt worden. In beiden Forschungslinien hat sich sprachlich durchgesetzt, dass diejenigen Kriterien, die in einer Meldung vorliegen müssen, damit eine Meldung als publikationswürdig eingestuft wird, als *Nachrichtenfaktoren* bzw. *news factors* bezeichnet werden sollen.<sup>62</sup> Diese Merkmale von Ereignissen – die *Nachrichtenfaktoren* – und nicht die Einstellungen von JournalistInnen entscheiden

<sup>60</sup> Vgl. Lippmann, Walter: »Public Opinion.« New York: Harcourt, Brace And Company, 1922. S. 352-353

<sup>61</sup> Vgl. Stengel, Karin / Marschall, Joachim / Maier, Michaela: »Entwicklung der Nachrichtenwertforschung.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 28-30

<sup>62</sup> Vgl. Ebenda S. 36-37

darüber, welche Meldungen publiziert werden. Folglich handelt es sich bei der *Nachrichtenwerttheorie* um einen ereignisbezogenen Ansatz.<sup>63</sup> Die Nachrichtenfaktoren werden als unabhängige Variable angesehen. Diese unabhängige Variable entscheidet darüber, wie viel Aufmerksamkeit eine Meldung in den Medien erhält. Die Aufmerksamkeit, welche eine Meldung in den Medien erhält, fungiert folglich als abhängige Variable. Diese abhängige Variable wird als der *Nachrichtenwert* einer Meldung bezeichnet. In der Nachrichtenwertforschung wird die Aufmerksamkeit, die eine Meldung erhält, im Zuge einer Medieninhaltsanalyse insbesondere über folgende Indikatoren erfasst: Platzierung, Größe und Umfang einer Meldung. Methodisch ist es in den empirischen Forschungsarbeiten zur *Nachrichtenwerttheorie* auch üblich, dass alle diese Einzelindikatoren zusammengefasst und daraus ein *Nachrichtenwertindex* gebildet wird.<sup>64</sup>

Die Nachrichtenwertforschung ist sich dahingehend einig geworden, dass der Nachrichtenwert einer Meldung auch davon beeinflusst wird, welche Wechselwirkungen die Nachrichtenfaktoren miteinander eingehen. GALTUNG und RUGE, die der europäischen Forschungslinie angehören, haben diese Debatte angestoßen, indem sie u.a. die *Additivitäts-* (je mehr Nachrichtenfaktoren auf ein Ereignis zutreffen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass darüber berichtet wird) und die *Exklusionshypothese* (wenn die relevanten Nachrichtenfaktoren bei einem Ereignis fehlen oder bei diesem Ereignis nur wenige der relevanten Faktoren vorkommen, wird über dieses Ereignis nicht berichtet) entwickelt haben.<sup>65</sup>

Da die empirische Forschung zur Nachrichtenwerttheorie in der europäischen Forschungslinie aus der Friedensforschung der 1960er Jahre hervorgegangen ist, haben sich die empirischen Arbeiten zur Nachrichtenwerttheorie lange Zeit darauf beschränkt, zu untersuchen, wie in den Medien über politische Krisen und Konflikte berichtet wird. Insbesondere Einar Östgaard, Johan Galtung und Mari Holmboe Ruge, die als WegbereiterInnen der europäischen Forschungslinie gelten, haben untersucht, wie in norwegischen Zeitungen über internationale politische Krisen (u.a. Kuba-Krise) berichtet und dabei die mediale Aufmerksamkeit verteilt wird.<sup>66</sup>

Der deutsche Kommunikationswissenschaftler Winfried Schulz hat im Jahr 1976 gezeigt, dass sich mit Hilfe der Nachrichtenwerttheorie auch überprüfen lässt, wie über nationale politische Ereignisse und unpolitische Ereignisse im Hinblick auf die Aufmerksamkeitsverteilung berichtet wird. Von SCHULZ ist ein Katalog von 18 relevanten Nachrichtenfaktoren entwickelt worden – bei ÖSTGAARD waren es nur drei, bei GALTUNG und RUGE

<sup>63</sup> Vgl. Ebenda S. 31

<sup>64</sup> Vgl. Maier, Michaela: »Forschungslogik und Methode.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 66-69

<sup>65</sup> Vgl. Galtung, Johan / Ruge, Mari Holmboe: »The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba und Cyprus crises in four Norwegian newspapers.« URL: [http://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page_scan_tab_contents), Stand: 11.09.2017. S. 71-72

<sup>66</sup> Vgl. Stengel, Karin / Marschall, Joachim / Maier, Michaela: »Entwicklung der Nachrichtenwertforschung.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 31

waren es schon zwölf Faktoren<sup>67</sup> – und dahingehend untersucht worden, inwiefern diese Faktoren die Aufmerksamkeitsverteilung in den Mediengattungen Fernsehen, Hörfunk und Printmedien erklären können. SCHULZ kommt nach Auswertung von 5.835 Meldungen, die ausschließlich in deutschen Medien erschienen sind, zu folgendem Ergebnis: Die Nachrichtenfaktoren, die innerhalb der Mediengattungen auf den Nachrichtenwert Einfluss nehmen, variieren zwischen den Mediengattungen. Auch gibt es innerhalb der Mediengattungen themenspezifische Unterschiede. Die Nachrichtenfaktoren, welche den Wert einer politischen Meldung entscheidend beeinflussen, sind nicht dieselben, wie jene, die den Wert einer Meldung über ein unpolitisches Ereignis beeinflussen.<sup>68</sup>

Dass es sogar zwischen den Redaktionen einer bestimmten Mediengattung Unterschiede im Hinblick auf die Gewichtung der Nachrichtenfaktoren geben kann, obwohl die Redaktionen über denselben Themenkomplex berichten, zeigen die Forschungsergebnisse von MAIER aus dem Jahr 2009: Die Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen und der privaten Fernsehsender in Deutschland sind von 1992 bis 2007 dahingehend untersucht worden, welche Faktorenbündel langfristig die journalistischen Selektionsentscheidungen beeinflusst haben. Während für die Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen und der privaten Fernsehsender festgestellt worden ist, dass hierbei die Faktoren Negativität, Aggression, Nähe, Prominenz und Dauer langfristig auf die Aufmerksamkeitsverteilung Einfluss genommen haben, sobald über unpolitische Ereignisse berichtet worden ist, ist ausschließlich für die privaten Fernsehsender festgestellt worden, dass der Nachrichtenwert unpolitischer Ereignisse auch mit den Faktorenbündeln Visualität und Status einer Nation zusammenhängt.<sup>69</sup>

Die vorliegenden empirischen Ergebnisse, die Nachrichtenwerttheorie betreffend, haben zu einer Debatte darüber geführt, ob diese Theorie, in ihrer ursprünglichen Auslegung als *Kausalmodell*, noch haltbar ist. Mit dem *Kausalmodell* geht die Vorstellung einher, dass die JournalistInnen unreflektiert und reflexartig auf objektive Merkmale von Ereignissen reagieren. Damit knüpft das *Kausalmodell*, so KEPPLINGER, an ein mechanistisches Menschenbild an, welches jegliches menschliches Handeln als determiniert ansieht. Es gibt keine freien Entscheidungen der JournalistInnen, stattdessen folgen sie nur einem komplexen Reiz-Reaktions-Mechanismus.<sup>70</sup> Da die vorliegenden empirischen Ergebnisse aber darauf hindeuten, dass die Bedeutung, welche den Nachrichtenfaktoren im Prozess der Aufmerksamkeitsverteilung zukommt, sowohl intramediär (innerhalb einer Mediengattung zwischen den Redaktionen) als auch intermediär (zwischen den Medien-

<sup>67</sup> Vgl. Ruhrmann, Georg / Göbbel, Roland: »Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland.« URL: [http://www.talk-republik.de/files/docs/ruhrmann\\_Endfassung\\_20.04.2007.pdf](http://www.talk-republik.de/files/docs/ruhrmann_Endfassung_20.04.2007.pdf), Stand: 11.09.2017. S. 13

<sup>68</sup> Vgl. Marschall, Joachim / Maier, Michaela: »Forschungsdesigns und empirische Befunde der Schlüsselstudien zur Nachrichtenwerttheorie.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 75

<sup>69</sup> Vgl. Maier, Michaela / Stengel, Karin: »Kritik und Weiterentwicklungen.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 100-102

<sup>70</sup> Vgl. Kepplinger, Hans Mathias: »Journalismus als Beruf. Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011. S. 158

gattungen) sehr stark variiert, spricht dies eher dafür, dass die JournalistInnen nicht nur mechanistisch auf bestimmte Faktoren reagieren.

Beim Durchgehen neuerer – die meisten Bücher, die untersucht worden sind, sind erst im 21. Jahrhundert publiziert worden - amerikanischer und deutscher Journalismus-Lehrbücher, die sich mit der *Nachrichtenwerttheorie* befassen, fällt auf, dass in den Lehrbüchern jeweils andere Faktoren als relevant benannt werden. Weder besteht zwischen den Lehrbüchern Einigkeit über die absolute Zahl der relevanten Faktoren noch über deren exakte Definition.<sup>71</sup> Während manche Forschungsarbeiten inzwischen mit 22 relevanten Faktoren arbeiten und die Ansicht vertreten, dass sich diese Faktoren nicht zu übergeordneten Dimensionen zusammenfassen lassen, vertritt DONSBACH den Standpunkt, dass man die relevanten Nachrichtenfaktoren zu sechs übergeordneten Dimensionen (Personalisierung, Thematisierung, Negativismus, Faktizität/Überraschung, Region und Kontroverse) zusammenfassen kann.<sup>72</sup> RUHRMANN und GÖBBEL, die in einer tabellarischen Gegenüberstellung die wichtigsten Erkenntnisse aus Forschungsarbeiten zur Nachrichtenwerttheorie seit 1965 zusammengetragen haben, zeigen auf, dass es nur einen einzigen Nachrichtenfaktor gegeben hat, der in allen zentralen Forschungsarbeiten aufgegriffen worden ist, nämlich der Nachrichtenfaktor Personalisierung.<sup>73</sup>

STAAB spricht sich, dieser unterschiedlichen Forschungsergebnisse eingedenk, dafür aus, dass die *Nachrichtenwerttheorie* als ein *Finalmodell* wahrgenommen werden soll. Damit will STAAB aussagen, dass die JournalistInnen mit ihren Selektionsentscheidungen konkrete Ziele verfolgen. Da diese Ziele nicht immer gleich sind, lässt sich damit auch erklären, warum die Nachrichtenfaktoren, welche die Aufmerksamkeitsverteilung in der Berichterstattung beeinflussen, sowohl intra- als auch intermediär variieren.<sup>74</sup>

Der Kommunikationswissenschaftler Hans Mathias Kepplinger, der ähnlich wie Joachim Friedrich Staab denkt, drückt diesen zentralen Gedanken folgendermaßen aus:

*»Ein Ereignis ist nicht schon deshalb berichtenswert, weil es eine Eigenschaft aufweist – z.B. in der näheren Umgebung geschehen ist. Eine Meldung ist nicht schon deshalb publikationswürdig, weil sie den entsprechenden Nachrichtenfaktor besitzt – in diesem Fall den Faktor »räumliche Nähe«. Berichtenswert ist das Ereignis und publikationswürdig ist die Meldung darüber nur deshalb, weil Journalisten die Tatsache, daß ein Ereignis in der näheren Umgebung stattgefunden hat, für ein bedeutsames Selektionskriterium halten. Falls Journalisten*

**71** Vgl. Ruhrmann, Georg / Göbbel, Roland: »Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland.« URL: [http://www.talk-republik.de/files/docs/ruhrmann\\_Endfassung\\_20.04.2007.pdf](http://www.talk-republik.de/files/docs/ruhrmann_Endfassung_20.04.2007.pdf), Stand: 11.09.2017. S. 28-30

**72** Vgl. Maier, Michaela / Stengel, Karin: »Kritik und Weiterentwicklungen.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 98

**73** Vgl. Ruhrmann, Georg / Göbbel, Roland: »Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland.« URL: [http://www.talk-republik.de/files/docs/ruhrmann\\_Endfassung\\_20.04.2007.pdf](http://www.talk-republik.de/files/docs/ruhrmann_Endfassung_20.04.2007.pdf), Stand: 11.09.2017. S. 13

**74** Vgl. Staab, Joachim Friedrich: »Entwicklungen der Nachrichtenwert-Theorie. Theoretische Konzepte und empirische Überprüfungen.« In: »Grundlagentexte zur Journalistik.« Neverla, Irene / Grittmann, Elke / Pater, Monika (Hrsg.). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2002. S. 617

nicht dieser Überzeugung wären, besäßen Ereignisse in der näheren Umgebung keinen großen Nachrichtenwert, obwohl die Meldungen darüber den Nachrichtenfaktor »räumliche Nähe« aufweisen. Zu den Nachrichtenfaktoren gehören notwendigerweise die journalistischen Selektionskriterien. Sie erst verleihen den Nachrichtenfaktoren ihren Nachrichtenwert. Allein besitzen die Nachrichtenfaktoren überhaupt keinen Nachrichtenwert.«<sup>75</sup>

KEPPLINGER spricht in diesem Zusammenhang von einer *instrumentellen Aktualisierung*. Eine entsprechende Aktualisierung liegt vor, wenn die JournalistInnen immer wieder einseitig Informationen akzentuieren und wiederholen, die ihrer persönlichen Meinung entsprechen. So wollen die JournalistInnen dafür sorgen, wie KEPPLINGER weiter ausführt, dass die Meinungen der Redaktionen in den Köpfen der LeserInnen verankert werden.<sup>76</sup> Befragungen, die mit deutschen JournalistInnen durchgeführt worden sind, scheinen Keppingers Ansichten zu bestätigen: Fast die Hälfte der befragten JournalistInnen gibt an, dass sie ihre journalistische Aufgabe u.a. darin sehen, dass Missstände kritisiert und in letzter Instanz auch behoben werden müssen.<sup>77</sup> Dementsprechend kann die Publikation als ein Mittel zum Erreichen eines bestimmten Zwecks angesehen werden.

Finale Erklärungsansätze, wie sie von Kepplinger oder Staab verfolgt werden, und davon ausgehen, dass JournalistInnen intentional handeln, sind inzwischen in der Kommunikationswissenschaft sehr weit verbreitet. KEPPLINGER und BASTIAN machen zugleich deutlich, dass die *Nachrichtenwerttheorie* – in ihrer finalen Betrachtungsweise – auch prognostische Aussagen treffen muss. Sobald bekannt ist, welche Nachrichtenfaktoren einem Ereignis innewohnen und zuvor empirisch überprüft worden ist, welchen Faktoren von einer bestimmten Redaktion einen hohen Nachrichtenwert erhalten, kann eine seriöse Prognose abgegeben werden, ob diese Redaktion dem entsprechenden Ereignis viel Aufmerksamkeit zugestehen wird. Folglich kann, diesem Gedanken folgend, mit Hilfe der *Nachrichtenwerttheorie* die Publikationswahrscheinlichkeit eines Ereignisses prognostiziert werden.<sup>78</sup>

## 3.2

### Der Gatekeeping-Ansatz

Indem das *Finalmodell* die Bedeutung der JournalistInnen akzentuiert, macht es zugleich deutlich, dass auch die akteursbezogenen Selektionstheorien der Nachrichtenauswahl und Nachrichtengewichtung ernst genommen werden müssen. Unter diesen akteursbezogenen

<sup>75</sup> Kepplinger, Hans Mathias: »Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren.« In: »Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben.« Scherer, Helmut / Holtz-Bacha, Christina / Waldmann, Norbert (Hrsg.). Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1998. S. 20

<sup>76</sup> Vgl. Kepplinger, Hans Mathias: »Journalismus als Beruf. Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011. S. 153

<sup>77</sup> Vgl. Ebenda S. 150

<sup>78</sup> Vgl. Maier, Michaela / Stengel, Karin: »Kritik und Weiterentwicklungen.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 104-105

nen Ansätzen kommt insbesondere dem *Gatekeeping-Ansatz* eine hohe Bedeutung zu. Der *Gatekeeping-Ansatz* möchte anhand der persönlichen Einstellungen von JournalistInnen und ihrer Arbeitsbedingungen (redaktionelle Strukturen) erklären, warum bestimmte Ereignisse publiziert werden. Die JournalistInnen fungieren als TorwächterInnen, welche bei komplexen sozialen Prozessen darüber zu entscheiden haben, welche Informationen durch ein Tor hindurchkommen und dementsprechend an die RezipientInnen weitergeleitet werden.<sup>79</sup>

Während der *Gatekeeping-Ansatz*, unmittelbar nach seiner Entwicklung, insbesondere die Rolle der einzelnen JournalistInnen bei der Nachrichtenauswahl beleuchtet hat, ist der Ansatz inzwischen insofern weiterentwickelt worden, als dass sich die VertreterInnen dieses Ansatzes dahingehend einig geworden sind, dass die JournalistInnen nicht autonom bzw. für sich alleine entscheiden können. Stattdessen müssen sich die JournalistInnen redaktionellen Abläufen und Zwängen unterordnen. SHOEMAKER und REESE sprechen in diesem Zusammenhang von fünf hierarchisch angeordneten Ebenen. Ganz oben steht dabei die *ideologische* bzw. *gesellschaftliche Ebene*. Wie in einer Gesellschaft über die Wichtigkeit bestimmter Themen gedacht wird, beeinflusst die Selektionsentscheidungen der Redaktionen ganz zentral. Auch kann eine *Extra-Media-Ebene* auf die Redaktionen wirken, so SHOEMAKER und REESE. Ist ein Medienkonzern etwa geschäftlich mit einem anderen Konzern verflochten, so kann sich diese Verflechtung auf die Ausgestaltung der Berichterstattung auswirken. Diesen beiden übergeordneten Ebenen muss sich die *organisationale Ebene* unterordnen. Auf dieser Ebene greift die redaktionelle Ausrichtung eines Mediums bzw. seiner Ressorts. Diese redaktionellen Entscheidungen werden auf der *Routineebene* – Umsetzung journalistischer Selektionsprozesse unter Berücksichtigung zeitlicher und technischer Beschränkungen – umgesetzt. Erst wenn die Bedürfnisse und Ziele dieser vier übergeordneten Ebenen abgearbeitet worden sind, bleiben laut SHOEMAKER und REESE individuelle Gestaltungsspielräume für die JournalistInnen übrig, die auf der *individuellen Ebene* greifen.<sup>80</sup>

Laut RUHRMANN und WOELKE gibt es eine Vielzahl von empirischen Arbeiten, die zu Ergebnissen gekommen sind, welche im Einklang mit den Ausführungen von Shoemaker und Reese stehen. Insbesondere für die Printmedien, so RUHRMANN und WOELKE, ist empirisch nachgewiesen worden, dass sich die in diesen agierenden JournalistInnen bei ihren Selektionsentscheidungen an organisatorischen und redaktionellen Vorgaben orientieren müssen.<sup>81</sup>

Ausgehend vom aktuellen Forschungsstand, die Selektionsentscheidungen von JournalistInnen betreffend, erscheint es sinnvoller, von einem *Finalmodell* der *Nachrichtenwerttheorie*

<sup>79</sup> Vgl. Marschall, Joachim / Stengel, Karin: »Verwandte und konkurrierende Ansätze.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 116-117

<sup>80</sup> Vgl. Ebenda S. 118-121

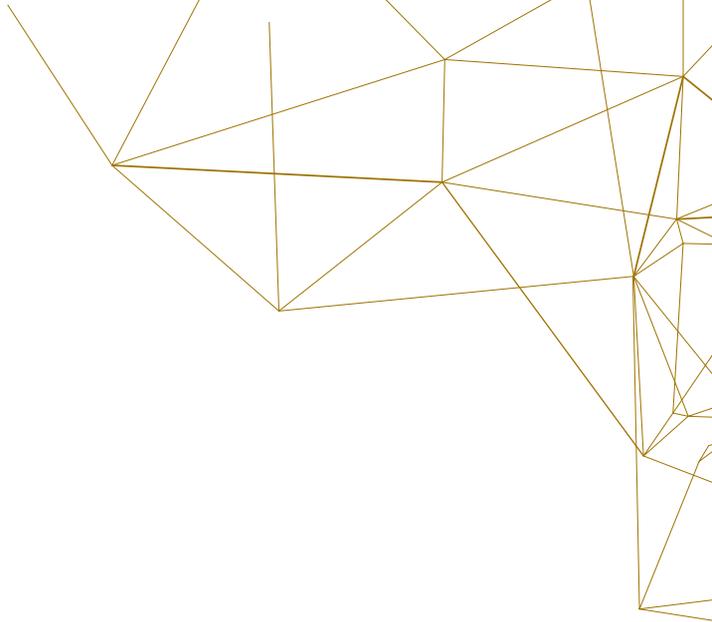
<sup>81</sup> Vgl. Woelke, Jens / Ruhrmann, Georg: »Der Wert von Nachrichten. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren.« In: »Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren.« Ruhrmann, Georg / Woelke, Jens / Maier, Michaela / Diehlmann, Nicole (Hrsg.). Opladen: Leske + Budrich, 2003. S. 15

auszugehen. Die JournalistInnen folgen redaktionellen Vorgaben und diese Vorgaben, die spätestens auf der *organisationalen Ebene*, wenn nicht sogar schon auf der *gesellschaftlichen Ebene* greifen, sind stets zielgerichtet. Diese Vorgaben variieren teilweise zwischen den Redaktionen und entscheiden darüber, welchen Nachrichtenfaktoren in den jeweiligen Medien die höchsten Nachrichtenwerte erhalten sollen.

Offen bleibt die Frage, welche Ziele die Redaktionen mit ihrer Berichterstattung verfolgen. Im Hinblick auf das Forschungsthema dieser Arbeit müsste ganz konkret danach gefragt werden, welche Ziele die Sportredaktion der *BILD-Zeitung* verfolgt. Mit Hilfe der Sozialtheorie, die von Pierre Bourdieu entwickelt worden ist, und mittels Verwendung des sportjournalistischen Feld-Modells, welches von der Kommunikationswissenschaftlerin Stefanie Hauer auf Grundlage von Bourdieus Sozialtheorie konzipiert worden ist, lässt sich die Frage, welche Ziele von den AkteurInnen im sportjournalistischen Feld verfolgt werden, beantworten. Dass weitere Theorien herangezogen werden, um den Prozess der Nachrichtenauswahl und Nachrichtengewichtung hinreichend zu erklären, ist, wie der Kommunikationswissenschaftler Hans Mathias Kepplinger ausführt, vollkommen legitim, da die Nachrichtenwerttheorie, wie Kepplinger sagt, den gesamten Prozess der Nachrichtentstehung niemals alleine erklären könne.<sup>82</sup>

**82** Vgl. Maier, Michaela / Stengel, Karin: »Kritik und Weiterentwicklungen.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 114







# 4

## **Bourdieu Sozialtheorie**

Die Begriffe Habitus,  
Feld und Kapital

# 4

## BOURDIEUS SOZIALTHEORIE

### - DIE BEGRIFFE HABITUS, FELD UND KAPITAL

Zunächst werden die Begriffe Habitus, Feld und Kapital – drei Begriffe, denen in Bourdieus Sozialtheorie eine herausragende Bedeutung zukommt – ausführlich erklärt.

#### 4.1

##### Der Habitus – Bourdieus anthropologisches Menschenbild

Innerhalb der vom französischen Soziologen Pierre Bourdieu entwickelten Sozialtheorie spielt der Habitus-Begriff eine entscheidende Rolle. Unter Habitus versteht Bourdieu die Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata, die von Personen während ihrer Sozialisation internalisiert worden sind. Da die Sozialisation im Kontext der die Menschen umgebenden gesellschaftlichen Bedingungen stattfindet, können sich die Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata der Individuen nur im Rahmen ihrer jeweiligen materiellen und kulturellen Existenzbedingungen entwickeln.<sup>83</sup>

Bestimmte Teilaspekte dieses Internalisierungsprozesses werden von den gesellschaftlichen AkteurInnen nicht kritisch hinterfragt. Dieser Teil der Sozialisation wird zur unreflektierten Praxis. Da Bourdieu des Weiteren davon ausgeht, dass jeder Mensch einen Teil seiner Sozialisation als unreflektierte Praxis hinnimmt, ergibt sich daraus ein anthropologisches Menschenbild, das jede Person als sozial determiniert ansieht. Die sozialen Strukturen durchdringen das Individuum. Der kritischen Auseinandersetzung mit dem erworbenen Habitus steht die sogenannte *Hysteresis* im Wege. Mit dieser Begrifflichkeit will Bourdieu sagen, dass der Habitus, sobald er internalisiert worden ist, zur Trägheit neigt.<sup>84</sup>

Antonio Gramsci hat in seinem Hegemoniekonzept die Funktionalität von Ideologien davon abhängig gemacht, dass die untergeordneten Gruppen in einer Gesellschaft dazu

<sup>83</sup> Vgl. Schoon, Wiebke: »Gendering im Berufsfeld Journalismus. Ein Überblick über Empirie und Theorie sowie die Integration der Sozialtheorie Pierre Bourdieus.« Berlin: LIT Verlag, 2009. S. 106-107

<sup>84</sup> Vgl. Ebenda S. 106-107

bereit sind, die Definitionen und Deutungen von sozialen und politischen Ereignissen, so wie sie von der herrschenden Gruppe vorgenommen werden, zu akzeptieren.<sup>85</sup> In Analogie zu Bourdieus Sozialtheorie könnte dieser Ansatz Gramscis derart erweitert werden: Insbesondere wenn die untergeordneten Gruppen zur *Hysteresis* neigen, wird es – trotz sozialer Ungleichheit – zu keiner kritischen Auseinandersetzung mit hegemonialen Deutungen kommen.

Bourdieu schreibt dem Habitus auch eine schöpferische Seite zu, die es ihm ermöglicht, bisher unreflektierte Praxen abzulegen. Nicht umsonst vergleicht Pierre Bourdieu die schöpferische Seite des Habitus mit athletischem Training. Sowohl der Körper als auch das Denken können durch regelmäßiges körperliches bzw. geistiges Training geschult und optimiert werden.<sup>86</sup> Als Beispiel lässt sich der Umgang mit dem aktiven und passiven Frauenwahlrecht in Deutschland anführen. Entscheidungsschwäche galt zu Beginn des 20. Jahrhunderts als eine spezifisch weibliche Eigenschaft – eine Sichtweise, die über mehrere Generationen hinweg unreflektiert weitergegeben worden war – und von diesem Standpunkt aus wurde das aktive und passive Wahlrecht für Frauen negiert. Bis in den Gründerjahren der Weimarer Republik eine Zäsur, hervorgerufen durch eine intensive gesellschaftliche Debatte, stattfand. Diese Debatte hat schöpferisch gewirkt und Frauen den Zugang zum aktiven und passiven Wahlrecht in Deutschland ermöglicht.<sup>87</sup>

## 4.2 Das Feld

In Bourdieus Sozialtheorie können die Begriffe *Habitus* und *Feld* nicht unabhängig voneinander betrachtet werden. Bourdieu geht davon aus, dass jede Gesellschaft aus mehreren Feldern besteht, wobei jedem Feld seine eigenen Spielregeln innewohnen. Für diese feldspezifischen Spielregeln verwendet Bourdieu den Begriff *illusio*. Der Zugang zu einem Feld setzt voraus, dass sich die AkteurInnen mit den entsprechenden Feldregeln identifizieren können. Ist dies nicht gegeben, so wählen sie den Zugang zu einem anderen Feld.<sup>88</sup> Von daher ist der Zugang zu einem Feld nicht leidenschaftslos – den in der stoischen Lehre verwendeten Terminus *ataraxia*, der die Leidenschaftslosigkeit bzw. Unerschütterlichkeit des Menschen beschreiben soll, lehnt Bourdieu ab –, sondern

<sup>85</sup> Vgl. Daalman, Angela: »Fussball und Nationalismus. Erscheinungsformen in Presse- und Fernsehberichten in der Bundesrepublik Deutschland und den Vereinigten Staaten von Amerika am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 1994.« Berlin: Verlagsgesellschaft Tischler GmbH, 1999. S. 12

<sup>86</sup> Vgl. König, Alexandra / Fuchs-Heinritz, Werner: »Pierre Bourdieu. Eine Einführung.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2005. S. 209-210

<sup>87</sup> Vgl. Lück, Detlev: »Der zögernde Abschied vom Patriarchat. Der Wandel von Geschlechterrollen im internationalen Vergleich.« Berlin: Edition Sigma, 2009. S. 8-9

<sup>88</sup> Vgl. Czech, Gerald: »Die Theorien Pierre Bourdieus. Textfragment zur Diplomarbeit über Sozialstrukturen im Roten Kreuz.« URL: <http://blog.rotekreuz.at/sociologist/files/2009/12/Theorien-Pierre-Bourdieu.pdf>, Stand: 20.10.2014, S. 8

von der Bereitschaft geprägt, die *illusio* des Feldes für sich anzunehmen.<sup>89</sup> Da sich die Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata an die *illusio* des Feldes anpassen, ist der Habitus in jedem Feld anders. Dementsprechend kann auch der hegemoniale Diskurs über die Kategorie Geschlecht – in Abhängigkeit vom untersuchten Feld – unterschiedlich ausfallen.

Trotz dieser feldspezifischen Besonderheiten gibt es Mechanismen, die laut Bourdieu in allen Feldern wirken. Grundsätzlich gilt: Kein Feld steht für sich alleine, die Felder gehen Wechselwirkungen mit anderen Feldern ein.<sup>90</sup> Dementsprechend muss, sofern in einem Feld geschlechtliche Verzerrungen festgestellt werden sollten, auf mehreren Ebenen nach dem Ursprung dieser Verzerrung gesucht werden. Liegt der Ursprung im Feld selbst oder in benachbarten Feldern, die Einfluss ausüben, begründet? Das sportjournalistische Feld geht folglich mit den anderen Feldern der Produktion kultureller Güter Wechselwirkungen ein. Dies hängt u.a. mit der dem Sportjournalismus innewohnenden *Rhapsodisierung* zusammen. Mit diesem Terminus wird zum Ausdruck gebracht, dass die in den Sportredaktionen stattfindenden Diskurse weit über den binären Systemcode von Sieg und Niederlage hinausgehen. Stattdessen versuchen die Sportredaktionen auf einer Metaebene wirtschaftliche, kulturelle und politische Entwicklungen mit Hilfe des Sports zu erklären.<sup>91</sup> Exemplarisch sei an dieser Stelle das Finale des Eishockeyturniers, das bei den Olympischen Winterspielen in Lake Placid anno 1980 zwischen den USA und der UdSSR ausgetragen worden ist, angeführt: Der Sieg des amerikanischen Eishockeyteams ist im Kontext des Kalten Krieges in den westlichen Medien zum Symbol für die Dominanz des Westbündnisses gegenüber dem Ostblock hochstilisiert worden.<sup>92</sup>

In allen Feldern finden außerdem Kämpfe um Interessensobjekte statt. Diejenigen Gruppen, die sich den Großteil der Interessensobjekte gesichert haben, gehören nach Bourdieu zur sogenannten *Orthodoxie*. Die Orthodoxie strebt nach Persistenz der bestehenden gesellschaftlichen Verhältnisse. Immerhin haben diese Verhältnisse die Zugehörigkeit zur Orthodoxie ermöglicht.<sup>93</sup> Die Orthodoxie nutzt die ihr zur Verfügung stehenden Interessensobjekte aus, um mit Hilfe dieser symbolische Macht bzw. symbolische Gewalt auszuüben. *Symbolische Macht* bedeutet, dass die Orthodoxie ihre gesellschaftliche Stellung dafür ausnutzt, um eigene Vorstellungen von gewissen Kategorien im hegemonialen Diskurs zu verankern.<sup>94</sup>

**89** Vgl. Wissing, Hubert: »Intellektuelle Grenzgänge. Pierre Bourdieu und Ulrich Beck zwischen Wissenschaft und Politik.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. S. 96

**90** Vgl. Hauer, Stefanie: »Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland.« Münster: LIT Verlag, 2012. S. 95

**91** Vgl. Hellerman, Steven / Markovits, Andrei: »Im Abseits. Fußball in der amerikanischen Sportkultur.« Hamburg: Hamburger Edition, 2002. S.77

**92** Vgl. Höfer, Andreas: »Der Olympische Friede. Anspruch und Wirklichkeit einer Idee.« Sankt Augustin: Academia Verlag, 1994. S. 228

**93** Vgl. König, Alexandra / Fuchs-Heinritz, Werner: »Pierre Bourdieu. Eine Einführung.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2005. S. 109

**94** Vgl. Ebenda S. 207-208

Da die der Orthodoxie gegenüberstehende *Häresie* – diese beiden Begrifflichkeiten hat Bourdieu dem religiös-kirchlichen Umfeld entnommen<sup>95</sup> - über deutlich weniger Interessenobjekte verfügt, gelingt es ihr in wesentlich geringerem Maße, den hegemonialen Diskurs zu beeinflussen.<sup>96</sup> Dementsprechend ist es im Hinblick auf die Kategorie Geschlecht von besonderem Interesse, wie die Orthodoxie mit dieser Kategorie umgeht. Die Orthodoxie verfügt über die besten Ausgangsbedingungen, um ausgehend von den zahlreichen Männlichkeits- und Weiblichkeitsentwürfen, die sich innerhalb des gesellschaftlichen Diskurses begegnen, Leitbilder von idealisierter Männlichkeit und Weiblichkeit durchzusetzen.<sup>97</sup> Deshalb könnte die Orthodoxie, indem sie in ihren Publikationen auf eine sprachliche und visuelle Gleichbehandlung von Männern und Frauen achtet, für mehr Geschlechtergerechtigkeit innerhalb der Gesellschaft sorgen.<sup>98</sup>

### 4.3

#### Binnendifferenzierung des Kapitalbegriffs

Doch welche Interessensobjekte müssen von den AkteurInnen im Feld akkumuliert werden, um den Zugang zur Orthodoxie zu realisieren? Diese Frage lässt sich nach Bourdieu nur unter Heranziehung des *Kapitalbegriffs* – neben Habitus und Feld der dritte zentrale Begriff in seiner Sozialtheorie – und unter Berücksichtigung der feldspezifischen Besonderheiten beantworten. Zwar ist in allen Feldern die Anhäufung von Kapital für die AkteurInnen von besonderem Interesse, da nur eine große Menge Kapital den Zugang zur Orthodoxie und die damit verbundene Deutungshoheit ermöglicht.<sup>99</sup> Kapital ist bei Bourdieu aber nicht gleich Kapital. Insbesondere zwischen drei grundlegenden Kapitalarten differenziert er. Es handelt sich hierbei um das *kulturelle*, *soziale* und *ökonomische Kapital*.<sup>100</sup> Diese Kapitalarten werden im Folgenden vorgestellt:

Unter *ökonomischem Kapital* versteht Bourdieu dingliches Eigentum jeder Art, das sich unmittelbar und direkt in Geld umwandeln lässt. Grundstücke oder Wertpapiere wären beispielsweise dieser Kapitalform zuzuordnen. Dass Bourdieu dem *ökonomischen Kapital* eine hohe Bedeutung beimisst, spiegelt sich in dem Terminus *ökonomische Praxiswissen-*

<sup>95</sup> Vgl. DFG-Graduiertenkolleg der Universität Leipzig (Hrsg.): »Religiöser Nonkonformismus und kulturelle Dynamik.« URL: <https://mahara.uni-leipzig.de/artefact/file/download.php?file=134&view=54>, Stand: 20.10.2014, S. 4

<sup>96</sup> Vgl. Czech, Gerald: »Die Theorien Pierre Bourdieus. Textfragment zur Diplomarbeit über Sozialstrukturen im Roten Kreuz.« URL: <http://blog.rotekreuz.at/sociologist/files/2009/12/Theorien-Pierre-Bourdieu.pdf>, Stand: 20.10.2014, S. 8

<sup>97</sup> Vgl. Baller, Susann: »Selfmademen, Ritter und Fußballlöwen. Männlichkeitsbilder und Fußball in Afrika.« In: »Fußball und Gender. Auf dem Spielfeld der Geschlechter.« Geschäftsstelle des Zentrums für transdisziplinäre Geschlechterstudien der Humboldt-Universität zu Berlin (Hrsg.). Berlin: Universitätsdruckerei der HU, 2007. S. 18

<sup>98</sup> Vgl. Wodak, Ruth / Lalouschek, Johanna: »»Liebe gnädige Frau ...« – Sprache und Sprechen über Frauen/mit Frauen.« In: »Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Ein Textbuch zur Einführung.« Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (Hrsg.). Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, 1994. S. 222-223

<sup>99</sup> Vgl. König, Alexandra / Fuchs-Heinritz, Werner: »Pierre Bourdieu. Eine Einführung.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2005. S. 109

<sup>100</sup> Vgl. Schoon, Wiebke: »Gendering im Berufsfeld Journalismus. Ein Überblick über Empirie und Theorie sowie die Integration der Sozialtheorie Pierre Bourdieus.« Berlin: LIT Verlag, 2009. S. 112-113

schaft wider. Dieser Wissenschaftszugang, der von Bourdieu angestrebt wird, gesteht dem *ökonomischen Kapital* eine hohe Bedeutung zu, ohne dabei die Wechselwirkung mit anderen Kapitalformen zu übersehen.<sup>101</sup> Damit geht dieser Forschungsansatz weit über den *Ökonomismus*, der lediglich dem *ökonomischen Kapital* Relevanz zugesteht, hinaus.<sup>102</sup>

Auch dem *sozialen Kapital* wird in Bourdieus Sozialraummodell eine hohe Bedeutung beigemessen. Unter *sozialem Kapital* versteht Bourdieu die Netzwerke sozialer Beziehungen, welche von Menschen unterhalten werden. Damit die Ressource *soziales Kapital* dem Individuum zum Vorteil gereichen kann, müssen die gepflegten Sozialbeziehungen von gegenseitiger Anerkennung und Wertschätzung geprägt sein.<sup>103</sup> Insbesondere der Binnenraum der Familie, religiöse Gemeinschaften, Vereine, Verbände und Betriebe eignen sich als Standorte, um große Mengen von *sozialem Kapital* zu akkumulieren.<sup>104</sup>

Als dritte zentrale Kapitalform fungiert bei Bourdieu das *kulturelle Kapital*. Diese Kapitalform kann nach Bourdieu im objektivierten, institutionalisierten oder inkorporierten Zustand vorliegen.

Unter *objektiviertem kulturellem Kapital* versteht Bourdieu beispielsweise Bücher oder Gemälde. Zu dieser Kategorie zählen alle Objekte, die über einen gewissen materiellen Wert verfügen und nur unter der Voraussetzung adäquat genutzt werden können, dass zuvor Fertigkeiten erworben worden sind, welche die sachgemäße Nutzung der entsprechenden materiellen Gegenstände ermöglichen.<sup>105</sup> Im Zuge einer Erbschaft kann etwa das objektivierte Kulturkapital in seiner materiellen Form als juristisches Eigentum an eine andere Person weitergegeben werden. Die Fertigkeiten, die nötig sind, um die Erbschaft für sich nutzbar zu machen, können hingegen nicht unmittelbar übertragen werden. Diese Fertigkeiten müssen unter Aufwendung von Zeit vom Erbenden erlernt werden.<sup>106</sup>

Personen, die dazu bereit sind, sich der *libido sciendi* zu widmen, d.h. die Bereitschaft zeigen, Zeit für das Erlernen von Bildung, Kultur und Fertigkeiten aufzuwenden, werden nach Bourdieu für den entstandenen Zeitaufwand entschädigt, indem sie im Zuge des Verinnerlichungsprozesses *inkorporiertes kulturelles Kapital* akkumulieren. Personen, die große Mengen von inkorporiertem kulturellem Kapital erworben haben, müssen berücksichtigen, dass ihr erworbenes Kapital mit ihrem Tod verloren geht. Deshalb sollten sie vor

**101** Vgl. Bourdieu, Pierre: »Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital.« URL: [http://unirot.blogspot.de/images/bourdieu\\_kapital.pdf](http://unirot.blogspot.de/images/bourdieu_kapital.pdf), Stand: 20.10.2014, S. 2

**102** Vgl. Ebenda S. 10

**103** Vgl. Bourdieu, Pierre: »Die verborgenen Mechanismen der Macht.« Hamburg: VSA-Verlag, 1992. S. 63

**104** Vgl. Baumert, Jürgen / Maaz, Kai: »Das theoretische und methodische Konzept von PISA zur Erfassung sozialer und kultureller Ressourcen der Herkunftsfamilie: Internationale und nationale Rahmenkonzeption.« In: »Herkunftsbedingte Disparitäten im Bildungswesen. Vertiefende Analysen im Rahmen von PISA 2000.« Baumert, Jürgen / Stanat, Petra / Watermann, Rainer (Hrsg.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. S. 23-24

**105** Vgl. Hauer, Stefanie: »Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland.« Münster: LIT Verlag, 2012. S. 78

**106** Vgl. Mörth, Ingo / Fröhlich, Gerhard: »Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kultursoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu.« Frankfurt am Main: Campus Verlag, 1994. S. 35

ihrem Ableben darauf achten, ihr angeeignetes Wissen in mündlicher oder schriftlicher Form an andere Personen weiterzugeben.<sup>107</sup>

Doch wie können Personen sicherstellen, dass sie für ihr angeeignetes Wissen die Anerkennung ihrer sozialen Umwelt erhalten? Dafür ist es nach Bourdieu notwendig, dem erworbenen inkorporierten Kulturkapital mit Hilfe der Aneignung von Bildungstiteln zu einer gesellschaftlichen Legitimation zu verhelfen.<sup>108</sup> Entsprechende Bildungstitel, die nach Bourdieu zum Bereich des *institutionalisierten kulturellen Kapitals* gehören, befreien von einem permanenten Beweiszwang. Der Druck, dauerhaft beweisen zu müssen, dass fachliche Kenntnisse auch ohne entsprechende Bildungszertifikate möglich sind, wie ihn AutodidaktInnen kennen, entfällt.<sup>109</sup>

## 4.4

### Konvertierbarkeit von Kapital und optimale Kapitalzusammensetzung

Die Grenzen zwischen den Kapitalformen verlaufen fließend. Bourdieu verwehrt sich insbesondere deshalb gegen eine klare Grenzziehung, da er davon ausgeht, dass zwischen den Kapitalformen Umwandlungsprozesse stattfinden können. Dem ökonomischen Kapital wird bei diesen Umwandlungsprozessen die größte Bedeutung zugeschrieben. Ein finanzstarker sozialer Hintergrund ist nach Bourdieu eine bedeutsame Voraussetzung, um sich für den Erwerb von Wissen und die damit einhergehenden Bildungstitel viel Zeit lassen zu können. Personen, die über viel ökonomisches Kapital verfügen, haben bessere Chancen, sich große Mengen von kulturellem Kapital anzueignen.<sup>110</sup>

Ähnlich sieht es mit der Aneignung von sozialem Kapital aus. Auch hierbei fungiert die Menge des zur Verfügung stehenden ökonomischen Kapitals als unabhängige Variable. Nach Bourdieu entscheidet nämlich nicht die Quantität der sozialen Beziehungen, die von einem Individuum gepflegt werden, sondern deren qualitative Ausprägung darüber, ob und über wie viel soziales Kapital eine Person am Ende verfügen wird. Beziehungen, die zu InteraktionspartnerInnen unterhalten werden, welche über große Mengen an Kapital verfügen, werden als qualitativ hochwertig eingestuft und ziehen große Mengen von sozialem Kapital nach sich. Da das Kennenlernen entsprechend qualitativ hochwertiger InteraktionspartnerInnen häufig nicht nur Opportunitätskosten in Form von Zeitaufwand, sondern auch in Form von Geldaufwand (z.B. Kennenlernen von einflussreichen

**107** Vgl. Bourdieu, Pierre: »Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital.« URL: <http://unirot.blogspot.de/images/bourdieuKapital.pdf>, Stand: 20.10.2014, S. 3-4

**108** Vgl. Mörth, Ingo / Fröhlich, Gerhard: »Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kulturosoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu.« Frankfurt am Main: Campus Verlag, 1994. S. 35

**109** Vgl. Bourdieu, Pierre: »Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital.« URL: <http://unirot.blogspot.de/images/bourdieuKapital.pdf>, Stand: 20.10.2014, S. 3-4

**110** Vgl. Ebenda S. 9-10

Persönlichkeiten auf Privatschulen, wobei die Schulzugehörigkeit an das Bezahlen hoher Jahresgebühren gekoppelt ist) verursacht, sind Personen, die über große Mengen ökonomisches Kapital verfügen, bei der Aneignung von sozialem Kapital im Vorteil.<sup>111</sup>

Umgekehrt ist es auch möglich, dass kulturelles und soziales Kapital in ökonomisches Kapital umgewandelt werden können. Dies trifft beispielsweise zu, wenn BildungsaufsteigerInnen aus ärmlichen Familien ihr erworbenes institutionalisiertes Kulturkapital im Zuge des Bewerbungsprozesses nutzen, um den Zuschlag für einen gut bezahlten Job zu erhalten. Dieser umgekehrte Weg gestaltet sich aber hindernisreicher, da der Zeitraum bis zum Erwerb der entsprechenden Bildungszertifikate mit wenig ökonomischem Kapital überbrückt werden muss.

Grundsätzlich muss bei allen Formen der Kapitalübertragung bedacht werden, dass immer ein gewisses Schwundrisiko besteht. Während des Übertragungsprozesses können Teile des erworbenen Kapitals verloren gehen. Beispielsweise besteht bei allen Sozialbeziehungen das Risiko der Undankbarkeit. Gefälligkeiten müssen nicht zwingend von der anderen Person erwidert werden. Die aufgewendeten Opportunitätskosten können größer ausfallen als der Nutzen, der aus einer sozialen Beziehung entsteht.<sup>112</sup>

Ein gewisses Schwundrisiko geht aber nicht nur mit Kapitalübertragungen, sondern auch mit den Wechseln zwischen den Feldern einher. Beispielsweise kämpfen MigrantInnen in Deutschland – trotz des am 1. April 2012 in Kraft getretenen *Anerkennungsgesetzes* – weiterhin mit der Problematik, dass nicht alle Formen des institutionalisierten Kulturkapitals, die im Herkunftsland erworben worden sind, in Deutschland anerkannt werden.<sup>113</sup> Anhand dieses Beispiels wird ein weiterer zentraler Gedanke in Bourdieus Sozialraummodell konkret greifbar. Bourdieu geht davon aus, dass es keine universelle Logik gibt, die für alle Felder zutrifft. Stattdessen verfügt jedes Feld über seinen eigenen Regelkatalog, der nur mittels empirischer Analyse erschlossen werden kann. Für die Kapitalausstattung bedeutet das: Es lässt sich nicht universalistisch davon sprechen, dass eine bestimmte Kapitalzusammensetzung in allen Feldern den Zugang zur Orthodoxie ermöglicht. Stattdessen variiert die optimale Kapitalzusammensetzung in Abhängigkeit vom untersuchten Feld.<sup>114</sup> Wer folglich wissen möchte, welche Kapitalzusammensetzung im Kontext des sportjournalistischen Feldes optimal dazu geeignet ist, um den Zugang zur Orthodoxie zu realisieren, muss zunächst die Struktur des sportjournalistischen Feldes erforschen. Dies soll im nächsten Arbeitsschritt geschehen.

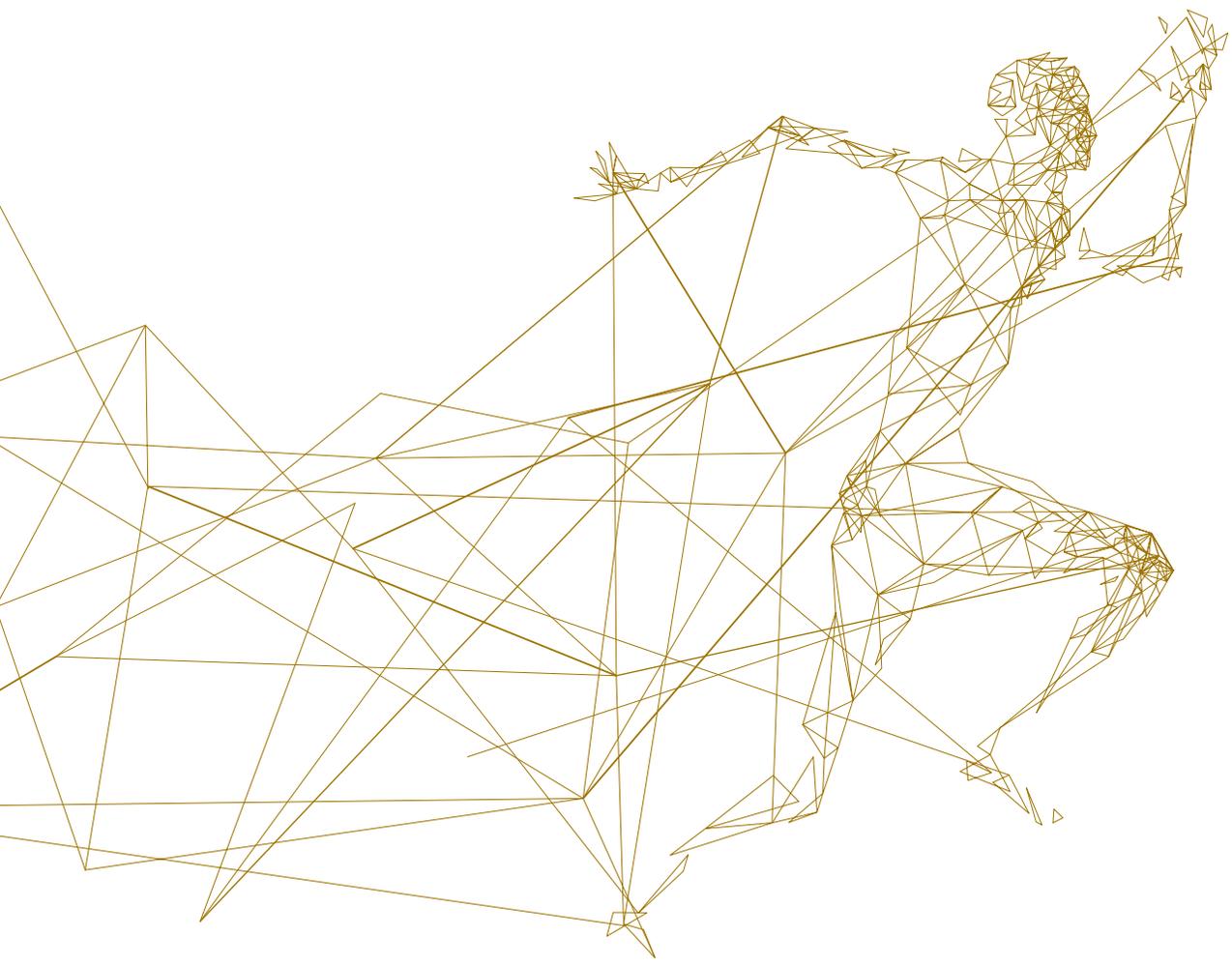
**111** Vgl. Ebenda S. 7-8

**112** Vgl. Ebenda S. 11

**113** Vgl. Flohr, Markus / Popp, Maximilian: »Anerkennung ausländischer Abschlüsse: Migrationsrat geißelt «Zuständigkeitsdschungel«.« URL: <http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/sachverstaendigenrat-migration-kritisiert-erkennungsgesetz-a-893870.html>, Stand: 15.11.2014

**114** Vgl. Czech, Gerald: »Die Theorien Pierre Bourdieus. Textfragment zur Diplomarbeit über Sozialstrukturen im Roten Kreuz.« URL: <http://blog.rotekreuz.at/sociologist/files/2009/12/Theorien-Pierre-Bourdieu.pdf>, Stand: 20.10.2014, S. 6-7







**5**

**Das sport-  
journalistische Feld**

Eine Annäherung an das  
Feld mit Hilfe der von  
Bourdieu entwickelten  
Sozialtheorie

# 5

## DAS

### SPORTJOURNALISTISCHE FELD

- EINE ANNÄHERUNG AN  
DAS FELD MIT HILFE DER VON  
BOURDIEU ENTWICKELTEN  
SOZIALTHEORIE

#### 5.1

#### Hohe Popularität des sportjournalistischen Feldes

Es lassen sich zahlreiche Beispiele anführen, die belegen, dass es ein erhöhtes gesellschaftliches Interesse an der Arbeit von SportjournalistInnen in Deutschland gibt. Die teilweise sehr hohen Einschaltquoten bei Live-Sportübertragungen im Fernsehen sind bereits thematisiert worden, auch das Medium Zeitung kommt nicht ohne einen regelmäßigen Sportteil aus. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts nutzte mehr als die Hälfte der in Deutschland lebenden Menschen das Medium Zeitung, um sich über die Geschehnisse im Bereich Sport zu informieren.<sup>115</sup> Das Interesse an Sportveranstaltungen ist in Deutschland derart groß, dass das Angebot der klassischen Medien Fernsehen, Zeitung und Hörfunk auf hohem Niveau bestehen bleibt und zugleich zahlreiche neue Angebote – insbesondere über das Medium Internet – geschaffen werden. Beispielsweise übertragen die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF Wintersportwettkämpfe live im Internet, Sport-Portale wie *laola1.tv* oder *svox.com* sind sogar ausschließlich via Internet abrufbar.<sup>116</sup>

ROTTERS versucht einen Erklärungsansatz zu liefern, warum die Synthese aus Medien und Sport, wie sie sich im Sportjournalismus darstellt, derart erfolgreich ist. Die Ursache hierfür sieht er im Übergang von der industriellen zur postindustriellen Gesellschaft begründet. Mit diesem Wandel, der sein vorläufiges Ende in der Informations- und Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts gefunden hat, sind Erscheinungsformen einhergegangen, die von

<sup>115</sup> Vgl. Borngesser, Wibke: »Die Frauenfußball-WM 2003 in ausgewählten Printmedien. Eine quantitative Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung.« Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2008. S. 16

<sup>116</sup> Vgl. TZ-Online (Hrsg.): »Diese Live-Streams sind legal und gratis. Sport-Programm fürs Internet.« URL: <http://www.tz.de/multimedia/diese-live-streams-sind-legal-gratis-sport-programm-fuers-internet-2785639.html>, Stand: 17.11.2014

den Individuen als negativ wahrgenommen werden. Der Synthese aus Sport und Medien gelingt es, so ROTERS, diese negativen Erscheinungsformen abzuschwächen. Konkret nennt er vier Punkte: Die Differenzierung und Spezialisierung im Berufsleben, wie sie der heutige Arbeitsmarkt erfordert, gehe zu Lasten der Geselligkeit und Kommunikation im Alltag. Es komme eine wachsende Sehnsucht nach Themen auf, bei denen alle mitreden können. Diese Sehnsucht habe der Sport befriedigen können, indem es ihm gelungen sei, zu einem zentralen Thema der Alltagskommunikation zu werden.

ROTERS sieht als weiteren zentralen Punkt an, dass die Spezialisierung im Berufsleben zu einem Gemeinschaftsverlust im Alltag geführt habe. Der Sport schaffe aber genau diese Gemeinschaft, indem gemeinsame Helden- und Feindbilder verfolgt werden könnten. Außerdem vertritt ROTERS den Standpunkt, dass die Verweltlichung bzw. Enttranszendierung der modernen westlichen Gesellschaften ebenfalls zu einem gestiegenen Sportinteresse beigetragen habe. Mythen und Bräuche, die früher im religiösen Kontext praktiziert worden seien, würden in abgewandelter Form im Bereich Sport eingesetzt.<sup>117</sup> Spirituelle Gesänge, früher im Gottesdienst praktiziert, würden in das Sportstadion verlegt werden<sup>118</sup>, teilweise gehe die Spiritualität des Sports sogar über den Tod hinaus. Der Fußball-Bundesligist HSV (Hamburger Sport-Verein) bietet seit 2008 einen Fan-Friedhof an, der Fußball-Bundesligist FC Schalke 04 folgt diesem Beispiel seit 2012.<sup>119</sup> Als letzte zentrale Ursache für die hohe Popularität der Sportmedien nennt ROTERS die im Bereich Sport auftretende Spannung. Spannung, die im Alltag, bedingt durch die standardisierten Abläufe im Bereich des Berufslebens, nicht auftreten könne.<sup>120</sup>

Aber auch unter Heranziehung der *Nachrichtenwerttheorie* lässt sich erklären, warum der Sportjournalismus in Deutschland derart populär ist. SCHWIESAU führt aus, dass zwei übergeordnete Teilaspekte über den Nachrichtenwert einer Meldung entscheiden. Es handelt sich hierbei um den *Neuigkeitswert* und den *Informationswert* einer Meldung. Ein Ereignis verfügt über einen hohen *Neuigkeitswert*, sofern es dazu in der Lage ist, über neue und unbekannte Begebenheiten zu informieren.<sup>121</sup> Da im Sport immer wieder neue und teilweise auch überraschende Endergebnisse produziert werden, kann der Sportjournalismus über Sachverhalte berichten, die per se einen hohen *Neuigkeitswert* haben.

Über einen *Informationswert* verfügt eine Meldung, wenn sie eine Bedeutung für die RezipientInnen hat. Bedeutsam wird eine Meldung für die RezipientInnen u.a. dann, wenn sie, so SCHWIESAU, für einen hohen *Gesprächs-* und *Unterhaltungswert* sorgt. Meldungen,

**117** Vgl. Hauer, Stefanie: »Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland.« Münster: LIT Verlag, 2012. S. 24

**118** Vgl. Kragt, Remko: »Leere Kirchen, volle Stadien. Fussball und Glaube.« URL: [http://www.deutschlandfunk.de/fussball-und-glaube-leere-kirchen-volle-stadien.886.de.html?dram:article\\_id=302719](http://www.deutschlandfunk.de/fussball-und-glaube-leere-kirchen-volle-stadien.886.de.html?dram:article_id=302719), Stand: 17.11.2014

**119** Vgl. Hollenbach, Michael / Schmaus, Stephanie: »Ein Friedhof für Fußballfans.« URL: <http://www.dw.de/ein-friedhof-f%C3%BCr-fu%C3%9Fballfans/a-16459797>, Stand: 21.11.2014

**120** Vgl. Hauer, Stefanie: »Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland.« Münster: LIT Verlag, 2012. S. 24

**121** Vgl. Schwiesau, Dietz: »Die Nachrichtenauswahl.« In: »Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis.« Ohler, Josef / Schwiesau, Dietz (Hrsg.). Wiesbaden: Springer VS, 2016. S. 15-16

die dabei vier bestimmte Merkmale erfüllen, erzielen die höchsten *Gesprächs-* und *Unterhaltungswerte*. Das erste Merkmal wäre, dass Menschen im Mittelpunkt des Ereignisses stehen, über das berichtet wird. Da es in der Sportberichterstattung primär um HochleistungssportlerInnen geht, wäre dieses Merkmal in den Sportmedien abgedeckt. Das zweite Merkmale wäre, dass eine Meldung bei den RezipientInnen Emotionen auslösen soll. Da insbesondere der Sport von der emotionalen Identifikation der RezipientInnen mit SportlerInnen bzw. Mannschaften lebt, wäre auch dieses Merkmal im Rahmen der Sportberichterstattung abgedeckt. Als Merkmale drei und vier führt SCHWIESAU an, dass die entsprechende Meldung über etwas Außergewöhnliches – Weltrekorde und Höchstleistungen spielen im Spitzensport eine wichtige Rolle – berichten muss und von Spannung – Sportberichte sind häufig allein deshalb spannend, weil die RezipientInnen wissen möchten, wer gewinnt bzw. gewonnen hat – geprägt sein muss. Auch diese beiden Merkmale deckt der Sportjournalismus ab.<sup>122</sup>

## 5.2

### Habitus, Feld und Kapital im sportjournalistischen Feld

Die Popularität des sportjournalistischen Feldes berücksichtigend und der Tatsache eingedenk, dass laut Bourdieu zwischen vielen Feldern Wechselwirkungen bestehen, wird ersichtlich, dass die im sportjournalistischen Feld stattfindenden Diskurse von gesamtgesellschaftlicher Relevanz sind. Um die spezifischen Besonderheiten des sportjournalistischen Feldes verstehen zu können, wird im Folgenden erläutert, wie sich die Begriffe Habitus, Feld und Kapital im Kontext dieses Feldes in Beziehung zueinander setzen lassen.

### 5.2.1

#### Das Feld der Produktion kultureller Güter

Das sportjournalistische Feld gehört zum Feld der *Produktion kultureller Güter*. Da es neben dem Sportressort auch noch andere Ressorts (Politik, Wirtschaft, Kultur usw.) gibt, werden in dieser Arbeit nur Aussagen zu einem Teilbereich des Feldes der *Produktion kultureller Güter* getroffen.<sup>123</sup> Innerhalb des sportjournalistischen Feldes treten unterschiedliche Medienformate – Radio, Fernsehen, Zeitung, Online-Blogs usw. – auf. Medienübergreifend gibt es bestimmte Produktionsnormen, die von allen Medienschaffenden erfüllt werden müssen, sofern sie neue RezipientInnen gewinnen bzw. die bisherigen RezipientInnen

<sup>122</sup> Vgl. Ebenda S. 17-22

<sup>123</sup> König, Alexandra / Fuchs-Heinritz, Werner: »Pierre Bourdieu. Eine Einführung.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2005. S. 109

behalten wollen. Die von den Medien angebotenen Informationen müssen beispielsweise Ereignisse in räumlicher Nähe zu den RezipientInnen aufgreifen und aktuell sein.<sup>124</sup> Diese beiden Produktionsnormen stehen nicht zur Debatte. Medienschaffende, die diese Produktionsnormen nicht erfüllen können, müssen mit dem Ausschluss aus dem Feld – bedingt durch eine Abwendung der RezipientInnen vom angebotenen Inhalt – rechnen.<sup>125</sup> Für diese Normen, die innerhalb eines Feldes von allen AkteurInnen eingehalten und demzufolge nicht kritisch hinterfragt werden, hat Bourdieu den Terminus *doxa* verwendet. Diese Normen werden nicht hinterfragt, weil sich die AkteurInnen dessen bewusst sind, dass nur unter Einhaltung dieser Vorgaben höchste Anerkennung im Feld erreicht werden kann.<sup>126</sup>

Aufgrund der Heterogenität des Feldes gibt es nur wenige Produktionsnormen, die für das gesamte Feld gelten. Verallgemeinernde Aussagen lassen sich nicht oft treffen. Beispielsweise variiert der redaktionelle Anspruch in Abhängigkeit vom Medienformat. Während das Medium Fernsehen bei Sportereignissen z.B. hohen Wert auf die Sicherung der Live-Übertragungsrechte – dem deutschen Privatsender *RTL* ist es z.B. knapp 100 Millionen Euro wert gewesen, die Übertragungsrechte für die Qualifikationsspiele der deutschen Fußball-Herrennationalmannschaft zur Europameisterschaft 2016 und Weltmeisterschaft 2018 zu erwerben<sup>127</sup> – legt, konzentriert sich das Medium Zeitung auf eine ausführliche Vor- und Nachberichterstattung.<sup>128</sup> Aufgrund der zahlreichen intermediären Unterschiede ist es wichtig, an dieser Stelle zu betonen, dass sich alle weiteren Ausführungen zum sportjournalistischen Feld lediglich auf den Bereich der Printmedien – ausschließlich dieser Bereich des sportjournalistischen Feldes wird, wie dem Arbeitstitel entnommen werden kann, empirisch untersucht – beziehen.

## 5.2.2

### Der Habitus der Sportredaktionen

Im Bereich der Sportprintmedien tritt ein doppelter Selektionsmechanismus auf, der als universelle Norm fungiert und die Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata aller großen Sportredaktionen in ihrer täglichen Arbeit zentral beeinflusst.

Der erste Selektionsprozess zielt auf die Beantwortung der Frage ab, welche Sportarten aus dem Bereich Hochleistungssport – das Auswahlverfahren kann sogar als dreistufig auf-

**124** Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik-WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 43

**125** Vgl. Ebenda S. 109

**126** Vgl. Czech, Gerald: »Die Theorien Pierre Bourdieus. Textfragment zur Diplomarbeit über Sozialstrukturen im Roten Kreuz.« URL: <http://blog.rotekreuz.at/sociologist/files/2009/12/Theorien-Pierre-Bourdieu.pdf>, Stand: 20.10.2014, S. 7

**127** Vgl. Stern Online (Hrsg.): »Das ändert sich für die Zuschauer. EM-Qualifikation erstmals bei RTL.« URL: <http://www.stern.de/sport/fussball/em-qualifikation-erstmal-bei-rtl-das-aendert-sich-fuer-die-zuschauer-2136466.html>, Stand: 17.11.2014

**128** Vgl. Borgesser, Wibke: »Die Frauenfußball-WM 2003 in ausgewählten Printmedien. Eine quantitative Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung.« Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2008. S. 17

gefasst werden, da neben dem Hochleistungs- auch eine intensive Berichterstattung über den Jugend-, Breiten- oder Behindertensport vorstellbar wäre - in der Berichterstattung auftauchen sollen. Dabei fällt die Entscheidung häufig zu Gunsten der Populärsparten aus.<sup>129</sup> Entscheidendes Kriterium für die Zugehörigkeit zu den Populärsparten – diese Sportarten bilden die *hegemoniale Sportkultur* eines Landes - ist nicht, ob eine Sportart von vielen Menschen aktiv betrieben wird, sondern ob viele Menschen diese Sportart passiv via Medienkonsum verfolgen.<sup>130</sup> Ausgehend von dieser Definition, kann idealerweise anhand der Fernseh-Einschaltquoten abgelesen werden, ob eine bestimmte Sportart zu den Populärsparten gehört.

Da diese Produktionsnorm kaum kritisch hinterfragt wird, kommen zahlreiche empirische Forschungsarbeiten zur alltäglichen Sportberichterstattung in Deutschland zu dem Ergebnis, dass die auflagenstärksten deutschen Tageszeitungen durchgehend auf eine sehr umfangreiche Berichterstattung im Bereich Herrenfußball (KLEIN<sup>131</sup>, RULOFS<sup>132</sup> usw.) setzen. Da eine Erhebung des Online-Portals *Meedia.de* zu dem Ergebnis gekommen ist, dass in der Fernseh-Saison 2012/13 – herangezogen worden sind die durchschnittlichen Einschaltquoten von Fernsehformaten, die im Zeitraum vom 1. September 2012 bis zum 31. Mai 2013 im deutschen *Free-TV* regelmäßig ausgestrahlt worden sind – die Champions League und der DFB-Pokal unter allen Sportübertragungen das größte Interesse der RezipientInnen hervorgerufen haben<sup>133</sup>, wird sich an der Selektion zu Gunsten des Herrenfußballs im Sportteil deutscher Tageszeitungen zukünftig wohl wenig ändern. Immerhin sind in der Studie mit Champions League und DFB-Pokal zwei Wettbewerbe aus dem Bereich des Herren-Fußballs gemeint gewesen.

Als weitere Produktionsnorm, die ebenfalls dem Bereich der *doxa* zugeordnet werden kann, gilt die zweite Stufe des Selektionsprozesses. Die Sportredaktionen stehen vor der Aufgabe, zu entscheiden, welche Personen und Themen innerhalb der Populärsparten ins Zentrum gerückt werden sollen. Diese Entscheidung wird gefällt, indem die Nachrichtenfaktoren Elite und Ethnozentrismus herangezogen werden. Personen, die über dieselbe Nationalität wie die RezipientInnen verfügen und sportlich sehr erfolgreich – im Vergleich zu ihren GegnerInnen – sind, treten als HaupthandlungsträgerInnen der Sportberichterstattung auf.<sup>134</sup> Auch hierfür gibt es zahlreiche empirische Belege: Im Zuge

**129** Vgl. Artur von Stein: »Die »Sport-Medien-Spirale.« - oder: Spitzensportler im Wirkungszentrum der Massenmedien.« In: »Sportmedien und Mediensport. Wirkungen – Nutzung – Inhalte der Sportberichterstattung.« Hackforth, Josef (Hrsg.). Berlin: Vistas Verlag, 1988. S. 38

**130** Vgl. Markovits, Andrei / Hellerman, Steven: »Die »Olympianisierung« des Fußballs in den USA: Von der Marginalisierung in der amerikanischen Mainstream-Kultur zur Anerkennung als ein alle vier Jahre stattfindendes Ereignis.« URL: <http://sug.ub.uni-bielefeld.de/index.php/sportundgesellschaft/article/viewFile/25/21>, Stand: 22.11.2014. S. 10

**131** Vgl. Klein, Marie-Luise: »Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Sportberichterstattung.« Bochum: Studienverlag Brockmeyer, 1986. S. 146-147

**132** Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik-WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 28

**133** Vgl. TZ Online (Hrsg.): »TV-Quoten: Die Top-Sendungen 2012/13. Sport oder Show? Was vorn liegt.« URL: <http://www.tz.de/tv/tv-quoten-top-sendungen-saison-2012-2013-tz-3077632.html>, Stand: 22.11.2014

**134** Vgl. Beck, Daniel / Kolb, Steffen: »Die Darstellung von SportlerInnen und Sportlern in und neben dem Wettkampf – eine Analyse der Berichterstattung über die Ski- und Leichtathletik-Weltmeisterschaften.« In: »Die Sexualisierung des Sports in den Medien.« Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2011. S. 176

der Berichterstattung, die von den deutschen Tageszeitungen *Bild* und *FAZ* (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*) anlässlich der Olympischen Spiele 2004 durchgeführt worden ist, stehen die deutschen MedaillensiegerInnen im Mittelpunkt der Berichterstattung.<sup>135</sup> Auch für Leichtathletik-Weltmeisterschaften<sup>136</sup> und Tennis-Turniere wie die French Open<sup>137</sup> konnte nachgewiesen werden, dass die deutschen Tageszeitungen insbesondere sportlich erfolgreiche deutsche AthletInnen als HaupthandlungsträgerInnen bevorzugen.

Dass sich die AkteurInnen im Sportraum dieses Selektionsprozesses bewusst sind, zeigen exemplarisch Interviews, die von FRITZ mit in Deutschland aktiven Fußballspielerinnen geführt worden sind. Im Zuge dieser Interviews haben zahlreiche Spielerinnen auf die Frage hin, warum der Frauenfußball in Deutschland eine positive Entwicklung genommen hat, geantwortet, dass die zahlreichen sportlichen Erfolge der Frauen-Nationalmannschaft zu einer erhöhten medialen Aufmerksamkeit geführt hätten.<sup>138</sup>

Während bezüglich der Anwendung dieses doppelten Selektionsprozesses bei den auf-lagenstarken deutschen Sportredaktionen Konsens zu herrschen scheint, führen andere Fragestellungen innerhalb der Landschaft der Sportprintmedien zu heftigen Debatten. Diese diskursive und kontroverse Ebene entspricht der schöpferischen Seite in Bourdieus Menschenbild.

Subjektivismus und Objektivismus sind bei Bourdieu nicht mehr länger zwei sich widersprechende erkenntnistheoretische Positionen.<sup>139</sup> Stattdessen lassen sie sich in einem Sozialraummodell, das den Namen *Praxeologie* bzw. *Theorie der Praxis* trägt, miteinander vereinen.<sup>140</sup> Bei allem Konsens, der zwischen den Sportredaktionen vorherrscht, ist es zwingend notwendig, dass zwischen den Tageszeitungen auch Dissens vorherrscht. Immerhin wollen laut Bourdieu alle AkteurInnen im Feld der Orthodoxie angehören. Nur die Zugehörigkeit zu dieser Gruppe garantiert eine ausreichende Ausstattung mit symbolischer Macht und die damit verbundene Möglichkeit, den hegemonialen Diskurs mitzugestalten. Da das Kapital aber begrenzt ist, können nicht alle Sportprintmedien der Orthodoxie angehören. Deshalb muss jedes Printmedium darum bemüht sein, sich im positiven Sinne von den anderen Printmedien abzuheben, damit mittels dieser Abgren-

**135** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Germany. The 2004 Olympic Games in German Newspapers – Gender Equitable Coverage?« In: »Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage.« Bruce, Toni / Hovden, Jorid / Markula, Pirkko (Hrsg.). Rotterdam: Sense Publishers, 2010. S. 121-122

**136** Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik-WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 109

**137** Vgl. Krause, Lennart: »Sportprintmedien und Geschlecht. Die Berichterstattung zu den French Open 2012.« Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2013. S. 84 bzw. S. 97

**138** Vgl. Fritz, Sandra: »Männer spielen schnell und athletisch – Frauen technisch versierter.« In: »Auf den Spuren des Frauen- und Mädchenfußballs.« Sinning, Silke (Hrsg.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa, 2012. S. 186

**139** Vgl. Wissing, Hubert: »Intellektuelle Grenzgänge. Pierre Bourdieu und Ulrich Beck zwischen Wissenschaft und Politik.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. S. 87

**140** Vgl. Czech, Gerald: »Die Theorien Pierre Bourdieus. Textfragment zur Diplomarbeit über Sozialstrukturen im Roten Kreuz.« URL: <http://blog.rotekreuz.at/sociologist/files/2009/12/Theorien-Pierre-Bourdieu.pdf>, Stand: 20.10.2014, S. 5

zung der Zugang zur elitären Gruppe der Orthodoxie realisiert werden kann. Welches Kapital muss aber akkumuliert werden und in welcher Zusammensetzung, um sich im positiven Sinne von anderen Redaktionen abheben und infolgedessen den Zugang zur Orthodoxie im Bereich Sportprintmedien realisieren zu können? Diese Fragestellung soll unter Zuhilfenahme eines Modells beantwortet werden, welches von der Kommunikationswissenschaftlerin Stefanie Hauer speziell für das sportjournalistische Feld entwickelt worden ist.

### 5.2.3

#### Optimale Kapitalzusammensetzung im sportjournalistischen Feld

##### 5.2.3.1

#### Ökonomisches und sportjournalistisches Kapital als zentrale Größen im Koordinatensystem

HAUER verwendet ein Koordinatensystem, um das Wesen der im sportjournalistischen Feld stattfindenden Macht- und Positionskämpfe zu erläutern. Das von HAUER entwickelte Koordinatensystem erscheint im zweidimensionalen Raum. Sowohl für die Abszissen- als auch für die Ordinatenachse reicht es aus, diejenigen Achsenbereiche einzuzeichnen, welche positive Werte beinhalten. Die x-Werte sollen darstellen, über wie viel ökonomisches Kapital die AkteurInnen im Feld verfügen, während mit Hilfe der y-Werte das zur Verfügung stehende *sportjournalistische Kapital* angezeigt werden soll. Als AkteurInnen im Feld fungieren auf der Mikroebene freiberufliche JournalistInnen, auf der Mesoebene Sportredaktionen. Diejenigen AkteurInnen, denen es gelingt, die höchsten x- und y-Werte zu erreichen, entscheiden die Macht- und Positionskämpfe im Feld für sich und sichern sich den Zugang zur Orthodoxie.<sup>141</sup> Zunächst muss geklärt werden, was mit ökonomischem und sportjournalistischem Kapital gemeint ist.

Basierend auf Bourdieus Sozialtheorie, versteht HAUER unter *ökonomischem Kapital* die materielle Ausstattung einer Redaktion bzw. eines Mediums. Auf der Mikroebene müsste analog die finanzielle Ausstattung der freiberuflichen JournalistInnen überprüft werden. Das ökonomische Kapital nimmt innerhalb des Feldes die Rolle eines wichtigen Differenzierungsmerkmals ein, da AkteurInnen mit großen Mengen an ökonomischem Kapital innerhalb des Feldes einen Wettbewerbsvorteil genießen. Folgende Vorteile sind gemeint: Die Existenz des Mediums ist nicht gefährdet, es kann im Bereich Printmedien eine hohe tägliche Auflage erscheinen, die es ermöglicht, zahlreiche potentielle RezipientInnen zu

<sup>141</sup> Vgl. Hauer, Stefanie: »Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland.« Münster: LIT Verlag, 2012. S. 87

erreichen und damit einen Multiplikatoreffekt auszulösen, der den hegemonialen Diskurs beeinflusst. Außerdem kann das zur Verfügung stehende Geld genutzt werden, um neue JournalistInnen für das Medium zu gewinnen.<sup>142</sup>

Da die Einstellung neuer MitarbeiterInnen nicht ausschließlich von monetären Kriterien – etwa deren Gehaltsvorstellungen – abhängig ist, sondern auch Aspekte wie die Qualifikation und Erfahrung von BewerberInnen eine Rolle spielen, wird ersichtlich, dass die ökonomische Achse nicht ausreichend ist, um die Funktionsweisen im sportjournalistischen Feld vollumfänglich zu beschreiben. Deshalb hat HAUER mit dem *sportjournalistischen Kapital* eine  $y$ -Achse ins Modell integriert. Das Wesen dieser Kapitalform wird von HAUER folgendermaßen beschrieben:

*»Dabei handelt es sich um eine Kombination aus dem feldspezifischen kulturellen, sozialen und symbolischen Kapital. Der genaue Aufbau der neu definierten Kapitalsorte bleibt flexibel. Die Anteile der einzelnen Elemente des sportjournalistischen Kapitals sind gleich groß – von einer Bewertung im Hinblick auf ihre Dominanz wird allerdings abgesehen. Diese Tatsache fördert den berechtigten Einwand einer Unschärfe, was jedoch in Kauf genommen wird, da eine differenzierte Einordnung und Gewichtung der einzelnen Anteile am sportjournalistischen Kapital dem Vorwurf der Willkür nicht standhalten könnte.«<sup>143</sup>*

Die Begrifflichkeiten kulturelles und soziales Kapital sind bereits erklärt worden und werden von HAUER, den von Bourdieu getroffenen Erläuterungen folgend, angewandt. SportjournalistInnen, die über gute Kontakte zu ProfisportlerInnen verfügen, die im Mittelpunkt der Sportberichterstattung stehen, verfügen über eine große Ausstattung an sozialem Kapital. Das kulturelle Kapital der Sportredaktionen lässt sich, wie von Bourdieu gelernt, in drei Formen unterteilen: Objektiviertes (sachgemäßer Umgang mit der Redaktionsausstattung usw.), inkorporiertes (z.B. Fachwissen der Sportredaktionen) und institutionalisiertes (Anteil der HochschulabsolventInnen aus dem Bereich Journalismus in den Redaktionen, erhaltene Medienpreise usw.) kulturelles Kapital.<sup>144</sup>

HAUER kommt auch auf das *symbolische Kapital* zu sprechen. Eine Kapitalform, der in Bourdieus Sozialraummodell eine übergeordnete Bedeutung zukommt, da ohne den Besitz dieser Ressource die drei zentralen Kapitalformen wertlos sind. Das von einem Individuum akkumulierte kulturelle, soziale und ökonomische Kapital bedarf, um wirkmächtig werden zu können, zuvor der Anerkennung des gesellschaftlichen Umfeldes. Liegt eine entsprechende Anerkennung vor, verfügt eine Person über *symbolisches Kapital*.<sup>145</sup> Ein Beispiel: Unterhält ein Individuum Sozialbeziehungen, die derart ausgeprägt sind, dass die SozialpartnerInnen diese Beziehungen nicht wertschätzen, kann das Individuum aus

**142** Vgl. Ebenda S. 89

**143** Ebenda S. 91

**144** Vgl. Ebenda S. 92-94

**145** Vgl. Tieben, Remda: »Theorien der Frühen Neuzeit. Modernisierung – Zivilisierung – Disziplinierung. Habitustheorie und Kapitalbegriff (Pierre Bourdieu). Kapital.« URL: <http://www.uni-muenster.de/FNZ-Online/theorien/modernisierung/unterpunkte/kapital.htm>, Stand: 8.12.2014.

diesen Kontakten kein symbolisches Kapital generieren. Folglich kann auch kein soziales Kapital aus den unterhaltenen Kontakten hervorgehen.

Dem *symbolischen Kapital* kommt nach Bourdieu die Rolle einer unabhängigen Variable zu, die den Wert der abhängigen Variablen soziales, ökonomisches und kulturelles Kapital beeinflusst. Deshalb ist es nicht nachvollziehbar, warum HAUER das symbolische Kapital innerhalb des sportjournalistischen Kapitals auf eine Stufe mit dem sozialen und kulturellen Kapital stellt. In dieser Arbeit wird deshalb HAUERS Modell derart abgewandelt, dass lediglich das soziale und das kulturelle Kapital als Bestandteile des sportjournalistischen Kapitals angesehen werden. Dem symbolischen Kapital wird, wie von Bourdieu vorgesehen, die Rolle einer übergeordneten Ressource bzw. unabhängigen Variable zugeschrieben, die sowohl über den Wert des sportjournalistischen als auch des ökonomischen Kapitals entscheidet.

### 5.2.3.2

#### Symbolisches Kapital – Die methodische Erfassung von Anerkennung

Im Folgenden soll geklärt werden, wie sich empirisch erfassen lässt, ob und in welchem Ausmaß die Sportredaktionen gesellschaftliche Anerkennung für ihre Arbeit erhalten. Diese Erfassung ist wichtig, da diejenigen Redaktionen, welche die meiste gesellschaftliche Anerkennung erhalten, zugleich über das meiste feldspezifische Kapital verfügen und folglich die Orthodoxie des sportjournalistischen Feldes bilden.

Nach HAUER gibt es mehrere externe Einflüsse, die auf das sportjournalistische Feld einwirken. Für die Feldautonomie bedeutet dies konkret:

*»Dieses externe Eingreifen kommt einer Eingrenzung der Feldautonomie gleich. Der Ansatz, wonach ein Feld als gesellschaftlicher Handlungsraum autonom existiert, wird durch die externen Einflüsse relativiert. Der Journalismus im Allgemeinen und der Sportjournalismus im Speziellen sind dieser Beeinflussung zunehmend ausgesetzt, da die Möglichkeit, den gesellschaftlichen Willensbildungsprozess mitzugestalten, ein großes Potenzial für Instrumentalisierungsversuche bietet. Das sportjournalistische Feld sowie seine Akteure sind demzufolge vielfältigen Einflüssen ausgesetzt. [...] Hinsichtlich der externen Einflüsse kristallisieren sich für das sportjournalistische Feld am deutlichsten die Sportkultur und die Rezipientenfreiheit sowie die ökonomischen Interessen und die journalistischen Qualitätsmaßstäbe heraus.«<sup>146</sup>*

<sup>146</sup> Hauer, Stefanie: »Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland.« Münster: LIT Verlag, 2012. S. 96

Diesen Einflüssen müssen die Sportredaktionen gerecht werden, sofern sie sich der gesellschaftlichen Anerkennung und dem damit einhergehenden sportjournalistischen und ökonomischen Kapital vergewissern wollen. Diesen angeführten Einflüssen gerecht zu werden, gestaltet sich schwierig. Die vier aufgeführten externen Einflüsse gehen Wechselwirkungen miteinander ein, verfolgen dabei jedoch nicht immer die gleichen, sondern teilweise entgegengesetzte Ziele.<sup>147</sup> Ein Beispiel: Teuer erworbene Sportübertragungsrechte müssen refinanziert werden. Zu diesem Zweck werden Gewinnspiele und Werbeblöcke in Fernsehübertragungen eingebaut. So auch geschehen beim Superbowl – es handelt sich hierbei um das Finalspiel der amerikanischen Football-Profiliga *NFL* (*National Football League*) – 2014, der in Deutschland vom Privatsender *Sat.1* übertragen wurde. Ein Touchdown der *New England Patriots* gegen die *New York Giants* konnte nicht live gezeigt werden, da der Sender nach einem Werbeblock zu spät ins Stadion zurückgeschaltet hatte.<sup>148</sup> Dem journalistischen Qualitätsmaßstab, umfassend informieren zu wollen, konnte der Sender nicht gerecht werden, da den ökonomischen Interessen des Senders zu viel Sendezeit eingeräumt worden war.

Das soeben angeführte Beispiel ist, Stefanie Hauers Ausführungen folgend, kein Einzelfall, sondern ein Strukturmerkmal des sportjournalistischen Feldes geworden. HAUER spricht davon, dass unter den vier externen Einflüssen die ökonomischen Interessen inzwischen eine dominierende Stellung eingenommen hätten. Medienhäuser würden inzwischen zunehmend wie Wirtschaftsunternehmen agieren, für die zu ihnen gehörenden Sportredaktionen hätte dies zur Folge, dass sie ihre publizistische Vielfalt aufgeben und sich zunehmend an Renditezielen orientieren müssten.<sup>149</sup> Diese Entwicklung, von der alle Ressorts der Medienhäuser betroffen sein können, wird als eine Kommerzialisierung der Medienbranche beschrieben. Mit der zunehmenden Kommerzialisierung geht einher, dass die Vielfalt des sozialen Raums im Rahmen der Medienberichterstattung immer weniger abgedeckt werden kann. Stattdessen erfolgt eine monothematische Fokussierung auf Themen, die den Redaktionen rentabel zu sein scheinen.<sup>150</sup>

Dass sich auch Teile des Sportkulturraums zunehmend an ökonomischen Prämissen orientieren, zeigt folgendes Beispiel aus der Motorsportserie *Formel 1*: In einem Meeting der *Formula One Commission* und der *F 1 Strategy Group* war beschlossen worden, dass im letzten Rennen der Saison 2014 doppelte Punkte für FahrerInnen – bei der *Formel 1* handelt es sich um eine geschlechtergemischte Motorsportklasse, wobei im Jahr 2014 Frauen nur als Test- und nicht als Stammfahrerinnen eingesetzt worden sind<sup>151</sup> – verge-

**147** Vgl. Ebenda S. 96-97

**148** Vgl. Möthe, Alexander / Linde, Désirée: »Kritik der Zuschauer. Sat.1 verpatzt die Super-Bowl-Übertragung.« URL: <http://www.handelsblatt.com/sport/sonstige-sportarten/kritik-der-zuschauer-sat-1-verpatzt-die-super-bowl-uebertragung/6166982.html>, Stand: 8.12.2014

**149** Vgl. Hauer, Stefanie: »Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland.« Münster: LIT Verlag, 2012. S. 98

**150** Vgl. Winter, Sabine: »Sexismus in deutschen Nachrichtenmagazinen. Geschlechtsspezifische Darstellungskonventionen in SPIEGEL und Focus.« Münster: LIT Verlag, 2001. S. 36-37

**151** Vgl. Bild Online (Hrsg.): »Pannen-Start für sexy Susie.« URL: <http://www.bild.de/sport/motorsport/susie-wolff/mit-pannen-start-beim-training-in-silverstone-36674482.bild.html>, Stand: 8.12.2014

ben werden sollten. Diese Entscheidung war getroffen worden, um den übertragenden Fernsehanstalten bis zum Ende der Saison hohe Einschaltquoten zu garantieren.<sup>152</sup>

KEPPLINGER vertritt den Standpunkt, dass die Ziele und Zwecke, die mit der Auswahl und Aufbereitung von Medienbeiträgen verfolgt werden, durchaus von den MedienakteurInnen selbst festgelegt werden können. Dieser Gedankengang gehört zum Konzept der *instrumentellen Aktualisierung* dazu. KEPPLINGER sagt in diesem Zusammenhang auch, dass die MedienakteurInnen u.a. danach streben würden, ihr eigenes Produkt zu optimieren. Die Bewertung, ob die Optimierung des eigenen Produkts gelungen sei, werde, wie KEPPLINGER weiter ausführt, zunehmend davon abhängig gemacht, ob das eigene Produkt ein Verkaufserfolg und damit ein kommerzieller Erfolg sei.<sup>153</sup> Daher deckt sich diese Sichtweise, die von einem führenden Vertreter der Nachrichtenwerttheorie geäußert worden ist, mit der Wahrnehmung Stefanie Hauers.

Anknüpfend an Stefanie Hauers theoretische Annahme, dass die Sportredaktionen zunehmend ihre Berichterstattung an ökonomischen Prämissen ausrichten müssen, wird in dieser Arbeit die verkaufte tägliche Auflage an Tageszeitungen als Indikator herangezogen, um zu überprüfen, in welchem Ausmaß die Sportredaktionen gesellschaftliche Anerkennung und damit symbolisches Kapital erhalten. Eine hohe tägliche Verkaufszahl hat unmittelbar hohe Einnahmen zur Folge, die es dem Medium erlauben, große Mengen an ökonomischem Kapital zu generieren. Da die RezipientInnen auch andere Medien kaufen könnten, lässt sich der Erwerb des Mediums als Akt der Anerkennung einordnen. Dem ökonomischen Kapital geht, wie vorhin beschrieben, das symbolische Kapital voraus.

Der RezipientInnenfreiheit kommt bei diesem Anerkennungsprozess eine hohe Bedeutung zu. Die RezipientInnen können sich zwischen zahlreichen Medien in Deutschland entscheiden. Durch die bewusste Entscheidung für eine Tageszeitung bringen sie in Analogie zu Stefanie Hauers Modell zum Ausdruck, dass sie diese Form der Berichterstattung anerkennen und finanziell honorieren wollen.<sup>154</sup> Der Kauf einer Tageszeitung hat deshalb für das entsprechende Medium nicht nur einen Gewinn an ökonomischem, sondern auch an sportjournalistischem Kapital - Bestätigung einer richtig gesetzten thematischen Schwerpunktsetzung und inhaltlichen Ausgestaltung im Sportteil durch die Kaufentscheidung – zur Folge. Große Verkaufszahlen ermöglichen die Zugehörigkeit zur Orthodoxie im sportjournalistischen Feld.

Die theoretische Annahme, dass sich in den hohen Verkaufszahlen einer Tageszeitung die gesellschaftliche Anerkennung und Wertschätzung für dieses Medium widerspiegelt, folglich die Printmedien primär das Ziel verfolgen, hohe Verkaufszahlen zu generieren, um

**152** Vgl. Schajer, Philipp / Zörweg, Markus: »Budgetgrenze, Wunschstartnummern & neue Strafen.« URL: <http://www.motorsportmagazin.com/formel1/news-185356-regelaenderung-doppelte-punkte-fuer-saisonfinale/>, Stand: 8.12.2014

**153** Vgl. Kepplinger, Hans Mathias: »Journalismus als Beruf. Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011. S. 151

**154** Vgl. Hauer, Stefanie: »Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland.« Münster: LIT Verlag, 2012. S. 99

den Zugang zur Orthodoxie zu sichern, ist für die weitere Arbeit von zentraler Bedeutung. In den Literaturwissenschaften wird ähnlich gedacht, so wird in diesem Forschungszweig häufig der Standpunkt vertreten, dass es Büchern, die hohe Verkaufszahlen generiert haben, gelungen ist, den Zeitgeist einer Gesellschaft zu treffen.<sup>155</sup>

Die Wechselwirkungen, die sich zwischen den RezipientInnen und den Printmedien vollziehen, umfassen viele Facetten. Bei der Kaufentscheidung für oder gegen ein bestimmtes Printmedium handelt es sich lediglich um eine Facette dieses Prozesses. Im nächsten Kapitel werden weitere zentrale Facetten vorgestellt. Zunächst wird theoretisch begründet, warum in dieser Arbeit davon ausgegangen wird, dass alle sich zwischen RezipientInnen und Printmedien vollziehenden Wechselwirkungen auf einem kulturellen Fundament basieren, das eine Synthese aus dem *totalitätsorientierten* und dem *bedeutungs-/wissensorientierten Kulturbegriff* darstellt. Im Anschluss wird erklärt, was mit *reziproke Effekte* gemeint ist und warum es diese Effekte den Printmedien ermöglichen, ihren jeweiligen redaktionellen Habitus in den Wahrnehmungs- und Denkschemata ihrer StammlerInnen zu internalisieren. Auch wird im nächsten Kapitel auf die wichtigsten Rezeptionstheorien aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaft eingegangen. In diesem Zusammenhang wird insbesondere darauf eingegangen, welche empirischen Erkenntnisse die *Nachrichtenwerttheorie* und der *Agenda-Setting-Ansatz* über die Rezeption von Medieninhalten gesammelt haben.

**155** Vgl. Maus, Eva: »Von abwesenden Muggelvätern und fürsorglichen Hexenmüttern. Geschlechterforschung in der Literaturwissenschaft.« In: »Anecken und Weiterdenken. Aktuelle Beiträge zur Geschlechterforschung.« Boehm, Susanne / Kämpfe, Friederike (Hrsg.). Hamburg: Argument Verlag, 2013. S. 106



# 6

## **Wechselwirkungen zwischen RezipientInnen und Printmedien**

Eine theoretische  
Einordnung mit Hilfe des  
Kulturbegriffs und unter  
Einbeziehung zentraler  
Rezeptionstheorien

# 6

## WECHSELWIRKUNGEN ZWISCHEN REZIPIENTINNEN UND PRINTMEDIEN

### - EINE THEORETISCHE EINORDNUNG MIT HILFE DES KULTURBEGRIFFS UND UNTER EINBEZIEHUNG ZENTRALER REZEPTIONSTHEORIEN

#### 6.1

#### Vielfalt des Kulturbegriffs

Es ist bereits thematisiert worden, dass der Bereich Sportjournalismus zum Feld der Produktion kultureller Güter gehört. Doch was ist überhaupt mit Kultur gemeint? Bedingt durch den *Cultural Turn* – dieser Terminus soll zum Ausdruck bringen, dass der Bereich der Kulturforschung seit den 1980er Jahren an Relevanz gewonnen hat – ist es schwieriger geworden, eine universelle Definition zu finden. Diejenige Definition, die vom Menschen Hervorgebrachtes in seiner materiellen (Gebäude, Kunstwerke usw.) und immateriellen (z.B. geistige Leistungen) Form unter Kultur versteht, wird inzwischen als unzureichend eingestuft.<sup>156</sup>

RECKWITZ hat, ausgehend von dieser generellen Definition, vier Kulturbegriffe entwickelt, die im Folgenden kurz dargestellt werden sollen: Der *normative Kulturbegriff* geht davon aus, dass der Naturzustand per se problematisch ist, weshalb kulturelle Errungenschaften in ihrer materiellen und immateriellen Form als erstrebenswert angesehen werden. Der *differenztheoretische Kulturbegriff* versucht insbesondere eine Binnendifferenzierung der kulturellen Errungenschaften vorzunehmen. Dabei wird zwischen Hoch- und Populärkultur unterschieden. Zum Bereich der Hochkultur gehören etwa künstlerische und

<sup>156</sup> Vgl. Dangendorf, Sarah: »Kleine Mädchen und High Heels. Über die visuelle Sexualisierung frühadoleszenter Mädchen.« Bielefeld: Transcript Verlag, 2012. S. 28

intellektuelle Aktivitäten, die nicht allen Gesellschaftsgruppen zugänglich sind.<sup>157</sup> In Analogie zu Bourdieus Sozialraummodell würde es sich hierbei um Tätigkeiten handeln, die nur ausgeübt werden können, sofern zuvor große Mengen von Kapital akkumuliert worden sind. Beim Bereich der Populärkultur handelt es sich hingegen um Alltagspraktiken, die der Mehrheit zugänglich sind, da der Zugang zu diesen Praktiken nicht große Mengen an Kapital erfordert. Außerdem stellt RECKWITZ dem *totalitätsorientierten Kulturbegriff* den *bedeutungs- und wissensorientierten Kulturbegriff* gegenüber. Während der *totalitätsorientierte Kulturbegriff* davon ausgeht, dass die Symbole und Zeichen einer Kultur für die Individuen identische bzw. ähnliche Bedeutungen haben, wodurch innerhalb einer Gesellschaft eine gemeinsame Lebensweise entsteht, geht der *bedeutungs- und wissensorientierte Kulturbegriff* davon aus, dass die Individuen den Symbolen und Zeichen unterschiedliche Bedeutungen zuschreiben.<sup>158</sup>

Der *normative* und der *differenztheoretische Kulturbegriff* sind für diese Arbeit nicht geeignet. Aus folgenden Gründen: Es handelt sich beim Geschlecht primär um eine sozial konstruierte Kategorie und die von den Sportmedien dargestellten Inhalte spiegeln nicht die natürliche Vielfalt des Sportraums wider, sondern sind das Produkt von Selektionsprozessen, welche von den AkteurInnen im Feld getroffen werden. Dementsprechend ist der Naturzustand, dem beim *normativen Kulturbegriff* in der vergleichenden Perspektive eine hohe Bedeutung zukommt, für diese Arbeit von untergeordneter Bedeutung. Stattdessen stehen von Menschen entwickelte Kategorien und Prozesse im Mittelpunkt des Forschungsinteresses. Da außerdem in einem vorangegangenen Kapitel festgestellt worden ist, dass die Sportmedien u.a. deshalb so populär sind, weil sie für Geselligkeit und Gemeinschaftsgefühl zwischen den unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen sorgen, können die Sportmedien eindeutig dem Bereich der Populärkultur zugeordnet werden. Die RezipientInnen müssen keine hohen Opportunitätskosten aufbringen, um Zugang zum Feld und seinen Diskursen zu erhalten. Der Bereich der Hochkultur kann deshalb für diese Arbeit ausgeklammert werden, die Unterteilung in Hoch- und Populärkultur – wie im *differenztheoretischen Kulturbegriff* vorgenommen – ist für das Forschungsvorhaben nicht relevant.

Offen bleibt die Frage, ob in dieser Arbeit von einem *totalitätsorientierten* oder einem *bedeutungs- und wissensorientierten Kulturbegriff* ausgegangen werden sollte. Im Folgenden wird begründet, warum eine Synthese aus beiden Begrifflichkeiten am besten das zwischen RezipientInnen und Sportprintmedien bestehende Verhältnis beschreibt.

157 Vgl. Ebenda S. 28-29

158 Vgl. Ebenda S. 30-31

## 6.2

### Die Synthese aus totalitätsorientiertem und bedeutungs-/wissensorientiertem Kulturbegriff

#### 6.2.1

#### Encoding-Decoding-Modell

Stuart Hall geht in seinem *Encoding-Decoding-Modell* von der Grundannahme aus, dass die in den Texten erscheinenden Botschaften von den LeserInnen auf unterschiedliche Weisen decodiert werden können. Insbesondere zwischen drei grundlegenden Lesarten differenziert HALL.<sup>159</sup>

Bei der *Vorzugslesart* orientieren sich die LeserInnen an den hegemonialen Diskursen einer Gesellschaft. Die Bedeutungen, die bestimmten Kategorien im hegemonialen Diskurs zugeschrieben werden, werden von den LeserInnen im Zuge der Decodierung von Texten herangezogen und beeinflussen ihr Textverständnis fundamental.<sup>160</sup> Würden sich alle Individuen bei ihrem Textverständnis ausschließlich an den hegemonialen Begriffsdeutungen orientieren, wäre ein totalitätsorientierter Kulturbegriff die Folge.

Dieser Kulturbegriff ist aber nur bedingt mit der *ausgehandelten Lesart* vereinbar. Hierbei akzeptieren die RezipientInnen zwar im Wesentlichen die dominanten Definitionen von Situationen und Ereignissen, wie sie dem hegemonialen Diskurs innewohnen, aber auch soziale Erfahrungen, die durchaus im Widerspruch zu den vorherrschenden dominanten Ideologien stehen können, finden bei der Interpretation der Texte Berücksichtigung.<sup>161</sup> Damit kann diese Lesart als eine Synthese aus *totalitäts-* und *bedeutungs-/wissensorientiertem Kulturbegriff* eingestuft werden.

Als dritte zentrale Lesart wird die *oppositionelle Lesart* angeführt. Die RezipientInnen verstehen die Vorzugslesart eines Textes und die ihm innewohnenden hegemonialen Deutungen. Diese hegemonialen Codes werden aber von den LeserInnen abgelehnt und die Texte ausschließlich im Kontext individueller Erfahrungen interpretiert.<sup>162</sup> Diese Lesart steht im Einklang mit dem *bedeutungs- und wissensorientierten Kulturbegriff*. Wie die den Texten innewohnenden Symbole und Zeichen von den DecodiererInnen gedeutet werden, kann im Vorfeld nicht pauschal beantwortet werden.

**159** Vgl. Daalman, Angela: »Fussball und Nationalismus. Erscheinungsformen in Presse- und Fernsehberichten in der Bundesrepublik Deutschland und den Vereinigten Staaten von Amerika am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 1994.« Berlin: Verlagsgesellschaft Tischler GmbH, 1999. S. 17

**160** Vgl. Ebenda S. 17

**161** Vgl. Ebenda S. 17

**162** Vgl. Ebenda S. 18

Da HALL des Weiteren davon ausgeht, dass jeder Text, unabhängig von seiner Struktur, in jeder dieser drei Lesarten decodiert werden kann, entspricht der Grundgedanke des *Encoding-Decoding-Modells* am ehesten dem *bedeutungs- und wissensorientierten Kulturbegriff*. Jede Komponente im Bereich der Massenkommunikation muss als autonomes Geschehen betrachtet werden. Dies betrifft alle Vorgänge des Encodierens und Decodierens. Für jeden Einzelfall muss überprüft werden, ob die von den EncodiererInnen verwendeten Bedeutungen von den DecodiererInnen akzeptiert oder abgelehnt werden.<sup>163</sup>

Diesem theoretischen Ansatz folgend, wäre es bei einer Zeitungsanalyse nicht ausreichend, die Inhalte der Berichterstattung zu analysieren. Stattdessen müsste in einem weiteren Arbeitsschritt überprüft werden, wie die gelesenen Texte bzw. angeschauten Bilder von den RezipientInnen gedeutet werden. Methodisch könnte dies mit Hilfe von Interviews, die mit den RezipientInnen durchgeführt werden, überprüft werden.

Dass im methodischen Teil dieser Arbeit nur eine Medieninhaltsanalyse erfolgen wird, während auf die Befragung von LeserInnen verzichtet wird, hat folgenden Grund: Es wird davon ausgegangen, dass zwischen den Zeitungen und ihren regelmäßigen LeserInnen ein hohes Maß an Übereinstimmung besteht, wie gewisse Kategorien gedeutet werden müssen. Diese Annahme wird im nächsten Abschnitt theoretisch begründet.

## 6.2.2

### Theorie der kognitiven Dissonanz

Im Forschungsbereich Verhaltenspsychologie ist die *Theorie der kognitiven Dissonanz* entwickelt worden. Die Theorie setzt sich mit der Tatsache auseinander, dass Menschen im Alltag mit unterschiedlichen Kognitionen bzw. Meinungen konfrontiert werden. Sich für eine Meinung zu entscheiden, bedeutet zugleich, sich von anderen Ansichten zu distanzieren. Zwischen Personen, die unterschiedliche Ansichten vertreten, entstehen Dissonanzen. Diese Dissonanzen werden von Menschen als unangenehm empfunden. Deshalb erfolgen häufig Verhaltens- und Meinungsänderungen in Richtung desjenigen Musters, das vermeintlich die geringste Dissonanz mit sich bringt.<sup>164</sup>

Übertragen auf die deutsche Printmedienlandschaft bedeutet dies: Die RezipientInnen werden sich bei dem bestehenden großen Angebot an täglich erscheinenden Printmedien für diejenige Zeitung entscheiden, deren Nachrichten- und Themenwahl am ehesten ihren Vorstellungen entspricht. Bezüglich der Deutung von Kategorien soll ein möglichst großes Maß an Übereinstimmung zwischen Printmedium und Leser bzw. Leserin bestehen. Das Auftreten von Dissonanzen beim Zeitungsstudium wird durch diese Form der Selektion vermieden. Den Individuen ist es nämlich, ausgehend von der *Theorie der kognitiven*

<sup>163</sup> Vgl. Ebenda S. 18-19

<sup>164</sup> Vgl. Pfister, Gertrud: »Geschlechtsspezifische Sozialisation und Koedukation im Sport.« Berlin: Bartels und Wernitz, 1983. S. 150

*Dissonanz*, wichtig, den Alltag spannungs- und konfliktfrei zu erleben. Spannungslinderung wird herbeigeführt, indem konsonante Kognitionen addiert und/oder dissonante Kognitionen subtrahiert werden.<sup>165</sup> Das Studium von Zeitungen, die vom individuellen Weltbild abweichende Deutungen und damit dissonante Kognitionen vertreten, könnte nämlich bei den LeserInnen zur Infragestellung des eigenen Wesens und der eigenen alltäglichen Praxen führen, was dauerhaft mit intrapsychischen Konflikten einhergehen könnte. Deshalb gehen die LeserInnen diesen Medien aus dem Weg. Dieser Denkansatz entspricht dem Hysteresis-Begriff in Bourdieus Sozialraummodell. Der internalisierte Habitus möchte nicht modifiziert werden, sondern tendiert zur Trägheit.

Nicht nur hinsichtlich dieses Aspekts lässt sich die *Theorie der kognitiven Dissonanz* auf Bourdieus Sozialraummodell übertragen. Bourdieu geht davon aus, dass der von einer Person internalisierte Habitus dazu führt, dass diese Person gewisse distinktive Präferenzen entwickelt. Diese Präferenzen werden bei Bourdieu mit dem Begriff *Geschmack* umschrieben. Unter Heranziehung des Hilfsmittels der Kategorie *Geschmack* lassen sich die sozialen Gruppen voneinander unterscheiden. Da innerhalb der sozialen Gruppen ein ähnlicher *Geschmack* vorherrscht, wird es bei der Deutung von Begriffen und Kategorien zu keinen größeren Dissonanzen kommen.<sup>166</sup> Da das Ausbleiben von Dissonanzen als harmonisch empfunden wird, werden die sozialen Gruppen im Zuge kultureller Kämpfe versuchen, ihren Geschmack - im normierenden Sinne - als den richtigen Geschmack durchzusetzen.<sup>167</sup>

Übertragen auf die Zeitungslandschaft bedeutet dies: Indem eine Entscheidung für den Kauf einer bestimmten Tageszeitung getroffen wird, erfährt diese Zeitung vom Leser bzw. der Leserin eine doppelte Anerkennung. Es wird dem Medium signalisiert, dass es den Geschmack einer Person getroffen hat und zugleich erhält das Medium durch die Kaufentscheidung einen weiterführenden Auftrag. Im normierenden Sinne soll die Zeitung durch die Form ihrer Berichterstattung andere Leute von der Richtigkeit dieses Geschmacks, den die regelmäßigen LeserInnen dieses Printmediums bereits internalisiert haben, überzeugen. Dieser Auftrag kann am besten von den Leitmedien erfüllt werden, da sie die meiste Anerkennung (in Form symbolischen Kapitals) und damit einhergehend eine hohe Ausstattung mit ökonomischem und sportjournalistischem Kapital erhalten, wodurch die Zugehörigkeit zur Orthodoxie gesichert wird.

Die *Theorie der kognitiven Dissonanz* passt aber nicht nur zu Bourdieus Sozialraummodell, sondern sie lässt sich auch sehr gut mit den Ansichten der *Nachrichtenwerttheorie* vereinbaren. Die *Nachrichtenwerttheorie* verfolgt nämlich auch das Ziel, Aussagen über die Rezeption von Medieninhalten treffen zu können. Bereits Lippmann, der Begründer der

**165** Vgl. Kleinert, Jens: »Motivation zum und gegen Doping: Zur Struktur und Ausprägung von Gründen und Barrieren.« In: »Doping – kulturwissenschaftlich betrachtet.« Sankt Augustin: Academia Verlag, 2013. S. 175-176

**166** Vgl. Wissing, Hubert: »Intellektuelle Grenzgänge. Pierre Bourdieu und Ulrich Beck zwischen Wissenschaft und Politik.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. S. 103-104

**167** Vgl. Schoon, Wiebke: »Gendering im Berufsfeld Journalismus. Ein Überblick über Empirie und Theorie sowie die Integration der Sozialtheorie Pierre Bourdieus.« Berlin: LIT Verlag, 2009. S. 117

*Nachrichtenwerttheorie*, hat die Ansicht vertreten, dass die RezipientInnen Medieninhalte derart auswählen und interpretieren, so dass sie sich mit dem Weltbild der RezipientInnen vereinbaren lassen. GALTUNG und RUGE haben diesen Gedanken fortgeführt und die sogenannte *Radio-Metapher* entwickelt. Die *Radio-Metapher* besagt, dass Menschen mit zahlreichen Nachrichten konfrontiert werden. Diese Nachrichten gehen über unterschiedliche Frequenzen bei den RezipientInnen ein. Jede Frequenz steht sozusagen für ein anderes Medienangebot. Letztlich stellen die RezipientInnen, so GALTUNG und RUGE, diejenige Frequenz ein, wählen also dasjenige Medienangebot aus, welches ihren persönlichen Einstellungen am ehesten entspricht.<sup>168</sup> Auch die *Radio-Metapher* möchte damit aussagen, dass die RezipientInnen dissonanten Kognitionen aus dem Weg gehen wollen.

### 6.2.3

#### Zusammenführung beider Kulturbegriffe

Es bleibt festzuhalten: Um das zwischen RezipientInnen und Printmedien bestehende Verhältnis adäquat beschreiben zu können, muss sowohl auf den *totalitätsorientierten* als auch auf den *bedeutungs- und wissensorientierten Kulturbegriff* zurückgegriffen werden.

Stuart Halls *Encoding-Decoding-Modell* hat die Relevanz des *bedeutungs- und wissensorientierten Kulturbegriffs* akzentuiert. Die RezipientInnen begegnen den medialen Inhalten nicht gleich, sondern greifen auf unterschiedliche Lesarten zurück. Identische Inhalte erhalten infolgedessen unterschiedliche Deutungen. Stuart Hall spitzt diesen Ansatz zu, indem er des Weiteren von der Fragmentierung der Identitäten in der Postmoderne spricht. Damit ist gemeint, dass Individuen nicht nur über eine, sondern über mehrere Identitäten verfügen können. Eine Identität ist nichts biologisch Determiniertes, sondern ein historisches und kulturelles Produkt. Demzufolge können sich vollziehende kulturelle und gesellschaftliche Veränderungsprozesse eine Veränderung der menschlichen Identität bewirken.<sup>169</sup>

Auch GALTUNG und RUGE sprechen im Zuge ihrer *Radio-Metapher* davon, dass sich die Identität eines Individuums verändern kann. Dieser Identitäts- bzw. Einstellungswechsel führt im Sprachgebrauch der *Radio-Metapher* dazu, dass die RezipientInnen die bisher genutzte Frequenz wechseln und einem anderen Medienangebot bzw. einer neuen Frequenz folgen.<sup>170</sup> Das bei den RezipientInnen bestehende Bedürfnis, ein und denselben Sachverhalt unterschiedlich deuten zu lassen, zeigt sich exemplarisch daran, dass es ein

<sup>168</sup> Vgl. Stengel, Karin / Marschall, Joachim / Maier, Michaela: »Entwicklung der Nachrichtenwertforschung.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 34

<sup>169</sup> Vgl. Daalman, Angela: »Fussball und Nationalismus. Erscheinungsformen in Presse- und Fernsehberichten in der Bundesrepublik Deutschland und den Vereinigten Staaten von Amerika am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 1994.« Berlin: Verlagsgesellschaft Tischler GmbH, 1999. S. 15

<sup>170</sup> Vgl. Stengel, Karin / Marschall, Joachim / Maier, Michaela: »Entwicklung der Nachrichtenwertforschung.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 34

großes Angebot an unterschiedlichen Tageszeitungen in Deutschland gibt. Dass sich diese Zeitungen in ihren Deutungen und Inhalten voneinander unterscheiden müssen, ist laut Bourdieu eine Notwendigkeit. Der Zugang zur Orthodoxie ist beschränkt und nur denjenigen Medien im Printbereich vorbehalten, denen es gelingt, mit ihrer Berichterstattung den Geschmack möglichst vieler Menschen zu treffen.

Dass sich bestimmte Tageszeitungen in Deutschland über einen langen Zeitraum hohe Verkaufszahlen und damit den Zugang zur Orthodoxie gesichert haben, lässt sich mit dem *totalitätsorientierten Kulturbegriff* erklären: Diese Medien haben über längere Zeit den Geschmack der Menschen in Deutschland getroffen. Zwischen diesen Leitmedien und den langjährigen LeserInnen bestehen stabile Bindungen, die von Harmonie geprägt sind. Bezüglich der Deutung von Ereignissen bestehen zwischen StammleserInnen und Printmedien lediglich geringe Disharmonien. Personen, die einer Zeitung ablehnend gegenüberstehen, diese aber dennoch käuflich erwerben, um sie unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten zu analysieren, müssen berücksichtigen, dass sie durch ihre Kaufentscheidung die Zeitung mit ökonomischem Kapital ausstatten, was es dem Medium erleichtert, weiterhin zur Orthodoxie zu gehören.

Die vielfältigen Facetten, die im Verhältnis zwischen RezipientInnen und Printmedien bestehen, lassen sich dementsprechend am besten mit einem Kulturverständnis erklären, das sowohl auf den *totalitätsorientierten* - hohen Grad an Übereinstimmung bezüglich der Deutung von Symbolen und Zeichen zwischen StammleserInnen und ihren bevorzugten Printmedien – als auch auf den *bedeutungs-/wissensorientierten Kulturbegriff* – unterschiedlicher Geschmack der RezipientInnen und daraus resultierende Vielfalt an Printmedien mit variierenden Deutungsmustern – rekurriert.

## **6.3**

### Lösung auftretender Disharmonien zwischen RezipientInnen und MedienvertreterInnen

#### **6.3.1**

#### Einflussmöglichkeiten der RezipientInnen

Dass zwischen RezipientInnen und Printmedien feste Bindungen entstehen, wenn beide Seiten ähnliche Vorstellungen von der Deutung bestimmter Zeichen und Begrifflichkeiten haben, ist ausführlich erläutert worden. Doch was passiert, wenn das harmonische Verhältnis zunehmend von Dissonanzen überlagert wird? Eine deutliche Zunahme der Dissonanzen wird in Analogie zur *Theorie der kognitiven Dissonanz* dazu führen, dass die LeserInnen von ihrer RezipientInnenfreiheit Gebrauch machen und das Printmedium wechseln werden. Da sich weder die RezipientInnen nach zunehmenden Dissonanzen sehnen noch die Printmedien ein Interesse daran haben, LeserInnen und damit mögli-

cherweise auch die Zugehörigkeit zur Orthodoxie zu verlieren, werden beide Seiten in einem frühen Stadium versuchen, die aufgetretenen Unstimmigkeiten zu lösen. Hierbei stellt sich die Frage, wie es um das Kräfteverhältnis zwischen RezipientInnen und Printmedien bestellt ist. Haben die Printmedien mehr Möglichkeiten, ihren redaktionellen Habitus in den Köpfen ihrer LeserInnen zu internalisieren, sodass sich die LeserInnen dazu bereit erklären, die Deutungen ihres Printmediums zu übernehmen, oder können die LeserInnen mit Hilfe der ihnen zu Verfügung stehenden RezipientInnenfreiheit in stärkerem Maße eine Veränderung, was den redaktionellen Habitus ihres bisherigen Lieblingsprintmediums anbelangt, herbeiführen?

Der aktuelle Erkenntnisstand im Bereich Medienwirkungsforschung lässt den Schluss zu, dass die RezipientInnen im Vergleich zu den JournalistInnen weniger Einfluss ausüben können. In qualitativen Interviews, die sowohl mit JournalistInnen als auch mit den HaupthandlungsträgerInnen bzw. ProtagonistInnen der Medienberichterstattung durchgeführt worden sind, vertreten beide Personengruppen den Standpunkt, dass von Seiten der JournalistInnen mehr Wirkungspotential, was die Durchsetzung von Deutungen anbelangt, ausgeht.<sup>171</sup> Dass sich zumindest Teile der RezipientInnen mit dieser schwachen Stellung arrangiert haben, belegen repräsentative Telefoninterviews, die mit FernsehzuschauerInnen im Auftrag des *Ministeriums für die Gleichstellung von Frau und Mann des Landes Nordrhein-Westfalen* durchgeführt worden sind. Viele RezipientInnen, die sich an sexistischen Medieninhalten stören, werden nicht in Form einer Beschwerde aktiv, so ein Ergebnis der Studie.<sup>172</sup>

### 6.3.2

#### Mittelbare Beeinflussung der LeserInnen über die reziproken Effekte

Doch warum können die JournalistInnen im Vergleich zu den LeserInnen mehr Wirkungspotential entfalten? Zunächst ist es wichtig, zu betonen, dass nicht nur der Eintritt ins sportjournalistische Feld, sondern auch der Eintritt in eine bestimmte Sportredaktion mit der Anpassung an bestimmte feld- bzw. redaktionsspezifische Regeln einhergeht. Innerhalb der Redaktionen gilt ein bestimmter Nachrichtenstil, der als objektiv richtig eingestuft wird und von den in die Redaktionen neu eintretenden JournalistInnen zunächst weitgehend kritiklos übernommen werden muss. Für die Richtigkeit dieser These, die nicht nur für das Sportressort gilt, gibt es mehrere empirische Belege.<sup>173</sup> Diese empirischen Belege stehen auch im Einklang mit der Feststellung der *Gatekeeping-Forschung*,

**171** Vgl. Bernhart, Silke: »Reziproke Effekte durch Sportberichterstattung. Eine empirische Untersuchung von Spitzensportlern.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. S. 27

**172** Vgl. Röser, Jutta / Kroll, Claudia: »Was Frauen und Männer vor dem Bildschirm erleben. Rezeption von Sexismus und Gewalt im Fernsehen.« Hamm: Griebisch & Rochol Druck GmbH, 1995. S. 72

**173** Vgl. Prenner, Andrea: »Die Nachricht ist »männlich«. Zur Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien.« In: »Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Kommunikation: Ein Textbuch zur Einführung.« Dorer, Johanna / Angerer, Marie-Luise (Hrsg.). Wien: Wilhelm Braumüller, 1994. S. 157-158

dass die JournalistInnen bei der Nachrichtenauswahl sehr stark von der organisationalen Ebene gesteuert bzw. beeinflusst werden.

Übertragen auf das sportjournalistische Feld bedeutet dies unter Gender-Aspekten: Obwohl der Frauenanteil bei den SportjournalistInnen in Deutschland schrittweise angestiegen ist, insbesondere in den jüngeren Alterskohorten<sup>174</sup>, lässt sich aus dieser Entwicklung nicht automatisch ableiten, dass die Berichterstattung geschlechtergerechter geworden wäre. Immerhin müssen sich die Journalistinnen an den vorherrschenden Redaktionsstil anpassen. Und für die Beeinflussung der LeserInnen durch die Medien, wofür es insbesondere in diesem Abschnitt gehen soll, bedeutet dies konkret: Die LeserInnen werden nicht primär durch das Weltbild einzelner JournalistInnen, sondern vor allem durch übergeordnete redaktionelle Richtlinien beeinflusst.

Diese redaktionellen Richtlinien werden insbesondere mit Hilfe der sogenannten *reziproken Effekte* im Habitus der LeserInnen internalisiert. BERNHART definiert *reziproke Effekte* folgendermaßen:

»Reziproke Effekte beschreiben direkte Einflüsse von Medienberichten auf die Personen, die im Zentrum der Medienberichterstattung stehen. Diese Personen können sowohl Prominente sein, zum Beispiel Politiker, Unternehmer, Künstler oder Sportler, als auch Unbekannte, zum Beispiel Kriminalitätsopfer. In herkömmlichen Modellen der Wirkungsforschung tauchen diese Einflüsse bisher nur als indirekte Effekte auf, vermittelt durch die Reaktionen der Rezipienten.«<sup>175</sup>

Laut KEPPLINGERS *Basis-Feedback-Modell* ist es bei den reziproken Effekten notwendig, zwischen *direkten* und *indirekten Effekten* zu unterscheiden. *Direkte Effekte* erfassen, wie sich die Berichterstattung der Medien unmittelbar auf die HaupthandlungsträgerInnen dieser Berichterstattung auswirkt. Wie Personen, die mit den Reaktionen der HaupthandlungsträgerInnen auf diese Form der Berichterstattung konfrontiert werden, durch diese Auseinandersetzung mittelbar beeinflusst werden, untersuchen die *indirekten Effekte*.<sup>176</sup>

### 6.3.2.1 Direkte Effekte

Die soeben vorgestellten Effekte unterscheiden sich hinsichtlich des Zeitpunkts ihres Wirkens. Für die direkten Effekte hat dies zur Folge, dass sie in *interaktive*, *pro-aktive* und *reaktive Effekte* unterteilt werden müssen. Übertragen auf die SpitzensportlerInnen, die HaupthandlungsträgerInnen der Sportberichterstattung sind, soll der Terminus *reak-*

<sup>174</sup> Vgl. Bernhart, Silke: »Reziproke Effekte durch Sportberichterstattung. Eine empirische Untersuchung von Spitzensportlern.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. S. 58

<sup>175</sup> Ebenda S. 25

<sup>176</sup> Vgl. Ebenda S. 26

*tive Effekte* zum Ausdruck bringen, dass **nach** der Sportberichterstattung und verursacht durch diese Verhaltensänderungen bei den SpitzensportlerInnen stattfinden.<sup>177</sup> Ein Beispiel: SpitzensportlerInnen, die bedingt durch eine negative Presseberichterstattung einen Imageverlust erleiden und diesen mit Hilfe gezielter Maßnahmen korrigieren wollen, unterliegen *reaktiven Effekten*.

*Interaktive Effekte* würden bezogen auf die Personengruppe der SpitzensportlerInnen bedeuten, dass die SpitzensportlerInnen im Zuge der Interaktion mit Medienschaffenden ihr Verhalten anpassen.<sup>178</sup> Fotomotive, die beispielsweise entstanden sind, weil die FotografInnen die SportlerInnen gezielt zu bestimmten Posen aufgefordert haben, können als Produkte *interaktiver Effekte* eingestuft werden.

Verhaltensänderungen, die hingegen der Berichterstattung zeitlich **vorausgehen**, werden als *pro-aktive Effekte* eingestuft.<sup>179</sup> In dem Wissen, dass im Bereich Printmedien institutionelle Spielregeln vorherrschen, die von den SpitzensportlerInnen erfüllt werden müssen, damit sie von den Medien überhaupt thematisiert werden bzw. ein gutes Image von den Redaktionen erhalten, passen die SportlerInnen ihr Verhalten an diese Regeln an.

Von BERNHART durchgeführte Interviews mit Persönlichkeiten, die nach dem Kriterium ausgewählt worden sind, dass sie als Aktive im deutschen Sportraum in den letzten 40 Jahren herausragende Erfolge erzielt haben und deshalb intensiv medial thematisiert worden sind, kommen zu folgendem Ergebnis: Die SportlerInnen verhalten sich gegenüber den Medien selten *pro-aktiv*. Im Zuge von Interviews mit SportjournalistInnen – damit betrifft dieses Forschungsergebnis auch die *interaktive* Phase – reagieren die SportlerInnen fast ausschließlich auf die Fragen der JournalistInnen. Der Versuch, das Gespräch in eine bestimmte Richtung zu lenken und von sich aus Themen anzuschneiden, was einen *pro-aktiven* Effekt darstellen würde, wird kaum unternommen.<sup>180</sup> Während sich selbst diejenigen unter den deutschen SpitzensportlerInnen, die in den letzten Jahrzehnten herausragende Leistungen erbracht haben, gegenüber den Medien primär *reaktiv* verhalten, zeigen repräsentative Interviews mit deutschen SportjournalistInnen, dass knapp 85 Prozent dieser Berufsgruppe davon ausgehen, die öffentliche Meinung über SportlerInnen stark bzw. sehr stark beeinflussen zu können.<sup>181</sup>

Doch warum können die Medien einen starken Einfluss auf die SpitzensportlerInnen ausüben und sie zu Verhaltensänderungen bewegen? Anknüpfend an die *Sozialisations*theorie gilt, dass auch SpitzensportlerInnen einem Sozialisationsprozess unterliegen. Innerhalb dieses Prozesses sind die Begriffe *Rollenselbstdeutung*, *Rollenerwartung* und *Rollenverhalten* von Bedeutung. Die *Rollenerwartung* fungiert als externer Stimulus, der

<sup>177</sup> Vgl. Ebenda S. 31

<sup>178</sup> Vgl. Ebenda S. 31

<sup>179</sup> Vgl. Ebenda S. 31

<sup>180</sup> Vgl. Ebenda S. 86-88 bzw. S. 171-172

<sup>181</sup> Vgl. Ebenda S. 61

von den Individuen perzipiert und als normativ wahrgenommen wird. Die *Rollenselbstdeutung* ist hingegen ein interner Stimulus, wobei eigene Erfahrungen, die im Laufe des Sozialisationsprozesses gesammelt worden sind, herangezogen werden. Das *Rollenverhalten* umschreibt das Verhaltensmuster, welches im Alltag von Personen praktiziert wird. Sofern die *Rollenselbstdeutung* der *Rollenerwartung* entspricht, muss sich das Individuum keinen inneren Konflikten stellen.

Was passiert aber, wenn zwischen *Rollenselbstdeutung* und *Rollenerwartung* Diskrepanzen auftreten? In diesem Fall besteht eine Option darin, dass das Individuum eine Verhaltensänderung in Richtung der gesellschaftlich erwünschten *Rollenerwartung* vornimmt. Wird das *Rollenverhalten* an die *Rollenerwartung* angepasst, wird von *Rollenkonformität* gesprochen. Individuen, die in dieser Situation ihrem internen Stimulus folgen und externe *Rollenerwartungen* ablehnen, praktizieren ein *abweichendes Rollenverhalten*.<sup>182</sup>

Ausgehend von den vorgestellten Begrifflichkeiten, stellt sich die Anschlussfrage, warum Individuen sich konform bzw. abweichend verhalten. In der *Sozialisierungstheorie* wird dies damit erklärt, dass jede Form von Verhalten Sanktionen zur Folge hat. Die Bandbreite der sozialen Reaktionen, die ein Individuum erfährt, nachdem es sich für ein bestimmtes Verhaltensmuster entschieden hat, wird mit dem Begriff Sanktionen umschrieben. Sanktionen können negativer oder positiver Art sein. Eine Belohnung wäre ein Beispiel für eine positive, eine Bestrafung ein Beispiel für eine negative Sanktion.<sup>183</sup> Erst durch die Koppelung an Sanktionen und die damit einhergehenden Konsequenzen, werden aus sozialen Werten soziale Normen. Ferner wird in verhaltenstheoretischen Ansätzen davon ausgegangen, dass die Individuen in der Lage sind, positive und negative Sanktionserwartungen gegeneinander aufzurechnen, bevor sie sich für ein Rollenverhalten entscheiden. In Analogie zur *Theorie der kognitiven Dissonanz* wird des Weiteren davon ausgegangen, dass sich das Individuum für das Verhaltensmuster entscheiden wird, welches den höchsten positiven Sanktionswert verspricht.<sup>184</sup>

Doch auf welche SozialisationspartnerInnen achtet das Individuum, wenn es darum geht, abzuwägen, ob mit der Entscheidung für ein Verhaltensmuster primär negative oder positive Sanktionen einhergehen werden? Welche externen Meinungen werden Berücksichtigung finden und welche nicht? FREY hat zur Beantwortung dieser Forschungsfrage ein theoretisches Modell entwickelt. Laut FREY richten die Individuen ihr Verhalten primär an diejenigen SozialisationspartnerInnen aus, die über die größte *Kontrollkapazität* verfügen. *Kontrollkapazität* wird definiert als das Ausmaß, in dem die SozialisationspartnerInnen in der Lage sind, Maßnahmen zu ergreifen, die für die Individuen mit positiven oder negativen Sanktionen verbunden sind. FREY bescheinigt der Kontrollkapazität ein dreidimensionales Wesen. Individuen achten bei den sie umgebenden SozialisationspartnerInnen darauf, wie deren *Informations-*, *Positions-* und

**182** Vgl. Pfister, Gertrud: »Geschlechtsspezifische Sozialisation und Koedukation im Sport.« Berlin: Bartels und Wernitz, 1983. S. 148

**183** Vgl. Ebenda S. 149

**184** Vgl. Ebenda S. 143 bzw. S. 150

*Emotionsstatus* aussehen. Erreichen diese drei Statusbeschreibungen einen bestimmten Wert, was zur Folge hat, dass die SozialisationspartnerInnen entscheidenden Einfluss auf die Verhaltensentscheidungen von Individuen nehmen können, so entstehen *Informations-, Positions- und Emotionsmacht*.<sup>185</sup>

*Informationsmacht* geht von SozialisationspartnerInnen aus, die über die Möglichkeit verfügen, Informationen, die für das Individuum bedeutend sind, weiterzuleiten oder zurückzuhalten.<sup>186</sup> STEIN hat im Zuge der Befragung von deutschen HochleistungssportlerInnen herausgefunden, dass die SportlerInnen primär aus Selbstzufriedenheits-, Anerkennungs- und monetären Motiven sportliche Höchstleistungen erbringen. Außerdem haben die befragten SportlerInnen angegeben, dass es für sie von untergeordneter Bedeutung ist, ob sie mit Hilfe ihrer sportlichen Exzellenz an medialer Aufmerksamkeit und gesellschaftlicher Popularität gewinnen.<sup>187</sup>

Dieser Forschungsergebnisse eingedenk, scheinen die Medien gegenüber den HochleistungssportlerInnen über wenig Informationsmacht zu verfügen. Der erste Blick täuscht aber. Insbesondere im Bereich Hochleistungssport sind die SportlerInnen nämlich auf ein intensives Sponsoring angewiesen, um sportliche Höchstleistungen erbringen zu können. Die SponsorInnen haben kein unmittelbares Interesse an den SportlerInnen, sondern wollen mit Hilfe des Sponsorings die ZuschauerInnen des Hochleistungssports als neue Kunden und Kundinnen gewinnen. Dementsprechend werden von den Wirtschaftsunternehmen nur diejenigen Ligen und Wettbewerbe als interessante Kommunikationsplattformen angesehen, die - bedingt durch ein hohes Medien- und ZuschauerInneninteresse - viel Aufmerksamkeit generieren können.<sup>188</sup> Diese zunehmende Verflechtung der Bereiche Sport, Medien und Wirtschaft wird häufig mit dem Schlagwort *magisches Dreieck* umschrieben.<sup>189</sup> Dementsprechend verfügen die Medien gegenüber den SportlerInnen über große Mengen an Informationsmacht. Ohne entsprechende mediale Berichterstattung werden die SportlerInnen nicht für Wirtschaftsunternehmen interessant.

Durch den daraus resultierenden Mangel an monetären Mitteln, wird es den SportlerInnen kaum gelingen, sportliche Höchstleistungen zu erbringen. Hierbei wird von einer Definition des Leistungsbegriffs ausgegangen, die Leistung als das Produkt von Begabung, Übung, Kenntnissen und Motivation ansieht. Wobei eine ausreichende Motivation nur entstehen kann, sofern das eine Person umgebende Umfeld unterstützend einwirkt.<sup>190</sup>

**185** Vgl. Frey, Hans-Peter: »Theorie der Sozialisation. Integration von system- und rollentheoretischen Aussagen in einem mikrosoziologischen Ansatz.« Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag, 1974. S. 88-89

**186** Vgl. Ebenda S. 89

**187** Vgl. Artur von Stein: »Die »Sport-Medien-Spirale« - oder: Spitzensportler im Wirkungszentrum der Massenmedien.« In: »Sportmedien und Mediensport. Wirkungen – Nutzung – Inhalte der Sportberichterstattung.« Hackforth, Josef (Hrsg.). Berlin: Vistas Verlag, 1988. S. 42 bzw. S. 46

**188** Vgl. Zimmermann, Cathrin: »Vermarktung des Mädchen- und Frauenfußballs.« In: »Auf den Spuren des Frauen- und Mädchenfußballs.« Sinning, Silke (Hrsg.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa, 2012. S. 221

**189** Vgl. Ebenda S. 221

**190** Vgl. Haug, Frigga: »Leistung muß sich wieder lohnen.« In: »Hat die Leistung ein Geschlecht? Erfahrungen von Frauen.« Wollmann, Eva / Haug, Frigga (Hrsg.). Hamburg: Argument-Verlag, 1993. S. 29

Da sich insbesondere die Symbiose zwischen ökonomischen und sportlichen Interessen immer mehr ausweitet – Sportvereine agieren zunehmend wie Wirtschaftskonzerne, so sind beispielsweise Mitte des Jahres 2014 weltweit 31 Fußballvereine börsennotiert gewesen<sup>191</sup> –, muss die Unterstützung primär monetärer Art sein.

Es bleibt festzuhalten: Die HochleistungssportlerInnen können viele ihrer leistungsorientierten Motive nur unter der Voraussetzung erfüllen, dass sie mediale Unterstützung erhalten. Deshalb verfügen die Medien gegenüber den SportlerInnen über große Mengen an Informationsmacht. Da mit dem Begriff *Positionsmacht* die mit einer sozialen Position einhergehenden Ressourcen und Attribute (Prestigefaktoren) gemeint sind<sup>192</sup> und bereits auf den Multiplikatoreffekt eingegangen worden ist, den die der Orthodoxie angehörenden Printmedien auslösen können, wird ersichtlich, dass die Printmedien gegenüber den HochleistungssportlerInnen auch über große Mengen *Positionsmacht* verfügen.

### 6.3.2.2

#### Indirekte Effekte

Indem die Medien Macht über die SportlerInnen haben, können sie zugleich Einfluss auf die RezipientInnen der Sportberichterstattung ausüben. Damit dieser Gedankengang nachvollzogen werden kann, muss zunächst der Begriff *Emotionsmacht* erläutert werden. SozialisationspartnerInnen, die intensive emotionale Beziehungen zu anderen Personen unterhalten, können diese Emotionen nutzen, um diese Personen von der Zweckmäßigkeit gesellschaftlicher Normen zu überzeugen. Scheitert der Überzeugungsversuch, kann dies mittels Gefühlsentzug sanktioniert werden. Gelungene Versuche können analog mit intensiverer Zuneigung belohnt werden.<sup>193</sup>

Die von WENNER und GANTZ durchgeführte Befragung von RezipientInnen televisionärer Sportsendungen hat ergeben, dass *Fantum* – gemeint ist die Identifikation mit bestimmten SportlerInnen und/oder Sportvereinen – und die damit einhergehende emotionale Teilhabe an Sieg und Niederlage, ein zentrales Motiv für den Konsum von Sportveranstaltungen darstellt.<sup>194</sup> BOSSHART sieht das Identifikationsmotiv ebenfalls als zentralen Grund dafür an, warum es medienübergreifend und damit auch im Printbereich ein hohes gesellschaftliches Interesse an der Sportberichterstattung gibt.<sup>195</sup> Die hohe Identifikation der RezipientInnen mit »ihren« SportlerInnen spiegelt sich auch

**191** Vgl. Kirsch, Sebastian: »Diese Fußball-Aktien bieten Siegchancen.« URL: <http://www.wiwo.de/finanzen/boerse/boersennotierte-vereine-diese-fussball-aktien-bieten-siegchancen-seite-all/10113700-all.html>, Stand: 3.1.2015

**192** Vgl. Wiswede, Günter: »Soziologie konformen Verhaltens.« Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 1976. S. 93

**193** Vgl. Ebenda S. 93

**194** Vgl. Schwier, Jürgen / Schauerte, Thorsten: »Soziologie des Mediensports.« Köln: Sportverlag Strauß, 2008. S. 190

**195** Vgl. Borngesser, Wibke: »Die Frauenfußball-WM 2003 in ausgewählten Printmedien. Eine quantitative Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung.« Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2008. S. 15

in den Sportarenen wider, etwa in Form ausgeklügelter Choreografien und Gesänge.<sup>196</sup> Diesen hohen Identifikationsgrad macht sich u.a. die Werbeindustrie zunutze, indem die populärsten AkteurInnen des Hochleistungssports sehr häufig als Gesichter von Werbekampagnen eingesetzt werden. Die SportlerInnen sollen in ihrer Rolle als Werbefiguren als Bindeglied wirken. Die zwischen SportlerInnen und Fans bestehenden Bindungen sollen die Fans dazu animieren, die von ihren HeldInnen beworbenen Produkte zu kaufen.<sup>197</sup>

Da bei der Entwicklung von Geschlechterrollen ferner davon ausgegangen wird, dass Identifikation – Identifikation verstanden als das Bemühen einer Person, das eigene Handeln und die internalisierten Werturteile an Menschen mit vorbildhafter Funktion anzupassen – eine entscheidende Rolle spielt<sup>198</sup>, können die Sportprintmedien mit Hilfe der von ihnen konstruierten SportlerInnen-Darstellungen entscheidenden Einfluss auf die Entwicklung der Geschlechterrollenbilder bei den SportkonsumentInnen nehmen.

Die Sportprintmedien verfügen also über geeignete Instrumentarien, um ihren redaktionellen Habitus in den Köpfen ihrer LeserInnen zu implementieren. Mittels Informations- und Positionsmacht, die gegenüber den SpitzenathletInnen ausgeübt werden und in ihrer Funktion als wirkungsmächtige Sanktionsmechanismen die SportlerInnen unmittelbar beeinflussen, werden indirekt auch die LeserInnen in ihrem Denken und Tun gesteuert. Das hohe Maß an Identifikation, das die Sportfans gegenüber ihren LieblingssportlerInnen aufbringen, ist dafür ursächlich, dass das eigene Rollenverhalten und die subjektive Wahrnehmung von geschlechterkonformem Verhalten, an die von den Sportprintmedien entworfenen Geschlechterrollenbilder angepasst werden. Diese Anpassungsprozesse zeigen exemplarisch, dass von den reziproken Effekten nicht nur direkte, sondern auch indirekte Effekte ausgehen. Da die LeserInnen über kein Instrumentarium verfügen, das es ihnen in gleicher Weise ermöglichen würde, Einfluss auf den redaktionellen Habitus der Sportprintmedien zu nehmen, muss das Verhältnis zwischen Sportprintmedien und RezipientInnen als asymmetrisch bezeichnet werden. Disharmonien, die zwischen diesen beiden Gruppen auftreten, werden meistens beigelegt, indem sich die LeserInnen an den redaktionellen Habitus ihres Leitmediums anpassen. Auf der anderen Seite haben die LeserInnen die Möglichkeit, sich ein neues Leitmedium zu suchen, das ihrem internalisierten Habitus eher entspricht.

**196** Vgl. Schwier, Jürgen / Schauerte, Thorsten: »Soziologie des Mediensports.« Köln: Sportverlag Strauß, 2008. S. 194

**197** Vgl. Zurstiege, Guido: »Männliche Attraktivität. Zur persuasiven Codierung eines Faszinationstyps.« In: »Die Sexualisierung des Sports in den Medien.« Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2011. S. 146-147

**198** Vgl. Pfister, Gertrud: »Geschlechtsspezifische Sozialisation und Koedukation im Sport.« Berlin: Bartels und Wernitz, 1983. S. 162

## 6.4 Empirische Erkenntnisse der Rezeptionsforschung

Die empirischen Erkenntnisse, die von der Rezeptionsforschung gesammelt worden sind, können erklären, warum es nur selten zu den soeben beschriebenen Disharmonien kommt. Lippmann, Galtung, Ruge und Östgaard, Personen, welche die Weiterentwicklung der *Nachrichtenwerttheorie* entscheidend vorangetrieben haben, sind sich dahingehend einig gewesen, dass die Nachrichtenfaktoren auch die Rezeption der LeserInnen beeinflussen, da alle Menschen – und eben nicht nur die Medienschaffenden – auf bestimmte Reize (gemeint sind die Nachrichtenfaktoren) reagieren. Diese Reize würden ferner darüber entscheiden, welchen Themen die Menschen ihre Aufmerksamkeit schenken wollen. Dementsprechend seien sowohl die Medienschaffenden als auch die RezipientInnen mit einer faktorengestützten Aufmerksamkeitsverteilung in der Berichterstattung zufrieden bzw. würden diese nicht kritisch hinterfragen.<sup>199</sup> Dass JournalistInnen und RezipientInnen ihre Umwelt sehr ähnlich wahrnehmen, wird von SHOEMAKER biologisch erklärt. Menschen würden generell, so SHOEMAKER, nach Informationen suchen, welche für sie relevant seien. Relevant seien dabei per se alle Informationen, die einen Überlebensvorteil mit sich bringen würden.<sup>200</sup>

Der aktuelle empirische Forschungsstand, die Rezeptionsforschung betreffend, steht im Widerspruch zu dem soeben beschriebenen Konsens. MAIER und MARSCHALL halten fest, dass die *selektive Auswahl* – dieses Konzept will erklären, warum sich die RezipientInnen bevorzugt bestimmten Medieninhalten zuwenden – der RezipientInnen, wie aktuelle Forschungsarbeiten zeigen, primär von formalen Merkmalen abhängt.<sup>201</sup>

EILDERS hat in diesem Zusammenhang eindeutig nachweisen können, dass sich die RezipientInnen stark am Umfang und der Platzierung eines Medieninhalts orientieren, wenn sie für sich entscheiden, welchem Medieninhalt sie Aufmerksamkeit schenken wollen. Während umfangreiche und gut platzierte Inhalte viel Aufmerksamkeit von den RezipientInnen erhalten haben, hat sich, so EILDERS, mit den Nachrichtenfaktoren nicht hinreichend erklären lassen, warum bestimmte Entscheidungen bei der Beitragsauswahl von den RezipientInnen getroffen worden sind. Aus diesen empirischen Erkenntnissen leitet EILDERS die Schlussfolgerung ab, dass die journalistischen Vorstrukturierungen von den RezipientInnen größtenteils unhinterfragt hingenommen bzw. als angemessen einge-

**199** Vgl. Maier, Michaela: »Gegenstandsbereich und Grundzüge der Nachrichtenwerttheorie.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 25-26

**200** Vgl. Shoemaker, Pamela: »Hardwired for news: Using biological and cultural evolution to explain the surveillance function.« *Journal of Communication*, 46(3). S. 32

**201** Vgl. Marschall, Joachim / Maier, Michaela: »Forschungsdesigns und empirische Befunde der Schlüsselstudien zur Nachrichtenwerttheorie.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 93

stuft werden.<sup>202</sup> Der internalisierte Habitus, der zur Trägheit neigt, um erneut Bourdieu aufzugreifen, hat im Zuge einer jahrelangen Auseinandersetzung mit dem Mediensystem gelernt, dass sich bedeutsame bzw. wichtige Beiträge durch eine gute Platzierung, große Umfänge und große Überschriften auszeichnen.

Dass die formalen Merkmale von Medieninhalten nicht nur auf die Auswahlentscheidungen der RezipientInnen, sondern auch auf die Einstellungen der RezipientInnen Einfluss nehmen, zeigen die empirischen Erkenntnisse der *Agenda-Setting-Forschung*. Beim *Agenda-Setting-Ansatz* handelt es sich um eine Rezeptionstheorie, die wissen möchte, ob JournalistInnen auf den öffentlichen Meinungsbildungsprozess Einfluss nehmen können. BRETTSCHEIDER, der diesem Forschungsansatz gefolgt ist, hat mittels RezipientInnen-Befragungen nachweisen können, dass sich die in Deutschland lebenden MediennutzerInnen bei der Beantwortung der Frage, welches das wichtigste Problem im Land sei, daran orientieren, wie viel in den Medien über ein Thema berichtet wird. Themen, über die in den Medien sehr viel kritisch berichtet worden ist, werden, so BRETTSCHEIDER, als die wichtigsten nationalen Probleme eingestuft.<sup>203</sup> Auch RUHRMANN, WOELKE, SIX und GIMMLER haben Forschungsarbeiten vorgelegt, aus denen eindeutig hervorgeht, dass sich die RezipientInnen, sobald sie die Wichtigkeit von Meldungen beurteilen müssen, stark an der formalen Aufmachung dieser Meldungen orientieren.<sup>204</sup> Außerdem ist nachgewiesen worden, dass ein Berichterstattungsthema, je länger es in den Medien präsent ist, den RezipientInnen umso bedeutender erscheint.<sup>205</sup>

Des Weiteren ist die Rezeptionsforschung auch der Frage nachgegangen, wovon die *selective Beitragserinnerung* der RezipientInnen abhängt. Es soll also geklärt werden, warum sich die RezipientInnen nach einer bestimmten Zeit noch an einige Nachrichten erinnern können, während andere Meldungen in Vergessenheit geraten sind.

Hinsichtlich der Beantwortung dieser Fragestellung vertritt die Nachrichtenwertforschung weiterhin den Standpunkt, dass bestimmte Nachrichtenfaktoren in einer Meldung vorkommen müssen, damit sich die RezipientInnen später an diese Meldung erinnern können.<sup>206</sup> SCHULZ ist z.B. zu dem Forschungsergebnis gekommen, dass die Nachrichtenfaktoren Aggression, Werte, Konsequenz, Emotionen, Unsicherheit und Überraschung die Beitragserinnerung der RezipientInnen stark beeinflussen. Andere Studien aus dem Bereich der *Nachrichtenwertforschung*, die sich ebenfalls mit der Erinnerungsleistung der

**202** Vgl. Eilders, Christiane: »Nachrichtenfaktoren und Rezeption: Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen.« Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997. S. 211

**203** Vgl. Marschall, Joachim / Stengel, Karin: »Verwandte und konkurrierende Ansätze.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 124

**204** Vgl. Marschall, Joachim / Maier, Michaela: »Forschungsdesigns und empirische Befunde der Schlüsselstudien zur Nachrichtenwerttheorie.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 90

**205** Vgl. Marschall, Joachim / Stengel, Karin: »Verwandte und konkurrierende Ansätze.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 126

**206** Vgl. Marschall, Joachim / Maier, Michaela: »Forschungsdesigns und empirische Befunde der Schlüsselstudien zur Nachrichtenwerttheorie.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 88

RezipientInnen auseinandergesetzt haben, benennen andere Nachrichtenfaktoren als relevant. Dass die Bedeutung, die bestimmten Nachrichtenfaktoren bei der Erinnerungsleistung zukommt, zwischen den Studien sehr stark variiert, erklären neuere Studien folgendermaßen: Individuelle Einstellungen, welche die RezipientInnen entwickelt haben, entscheiden darüber, welche Themen von den RezipientInnen als relevant eingestuft werden. Nur an diese Themen, die für die RezipientInnen persönlich wichtig sind, können sich die RezipientInnen später noch erinnern.<sup>207</sup>

RUHRMANN und WOELKE, die auf Grundlage der vorliegenden Forschungsergebnisse aus den Bereichen Nachrichtenselektion und RezipientInnen-Wahrnehmung ein theoretisches Modell für die Analyse von Nachrichten entwickelt haben, kommen in diesem Modell zu der Feststellung, dass sich die JournalistInnen bei der Nachrichtenauswahl stark an den Bedürfnissen der RezipientInnen orientieren.<sup>208</sup> Die Entwicklung, dass sich die JournalistInnen bei der Nachrichtenauswahl zunehmend an den Präferenzen und Wünschen der RezipientInnen und immer weniger an journalistischen Gütekriterien, welche eine qualitativ hochwertige Berichterstattung sicherstellen sollen, orientieren, wird in der Kommunikationswissenschaft als zunehmende *Infotainment-Orientierung* der Medien bezeichnet.<sup>209</sup> Dass eine entsprechende Entwicklung stattfindet, spricht auch gegen die statische Bedeutung, welche bestimmten Nachrichtenfaktoren im Kausalmodell der Nachrichtenwerttheorie zugeschrieben wird.

Im Feld der Sportprintmedien können die Redaktionen, indem sie auf die Fernseh-Einschaltquoten achten, ganz genau abschätzen, welche Wünsche und Präferenzen die sportinteressierten LeserInnen haben, wenn es darum gehen soll, welche Leistungsklassen im Mittelpunkt der Sportberichterstattung stehen sollen. Die zunehmende *Infotainment-Orientierung* der Medien steht auch im Einklang mit Bourdieus Sozialtheorie und mit Hauers Modell vom sportjournalistischen Feld. Die AkteurInnen im sportjournalistischen Feld streben nach dem Zugang zur Orthodoxie. Dafür muss möglichst viel symbolisches Kapital akkumuliert werden. Gesellschaftliche Anerkennung gibt es insbesondere dann, wenn es gelingt, eine Berichterstattung zu generieren, welche auf die Wünsche und Bedürfnisse vieler potentieller LeserInnen eingeht. Mit dieser Zielsetzung, die von den AkteurInnen im sportjournalistischen Feld verfolgt wird, lässt sich auch erklären, warum es relativ selten zu Disharmonien zwischen den Redaktionen und ihren StammleserInnen kommt.

**207** Vgl. Ebenda S. 90-92

**208** Vgl. Woelke, Jens / Ruhrmann, Georg: »Der Wert von Nachrichten. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren.« In: »Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren.« Ruhrmann, Georg / Woelke, Jens / Maier, Michaela / Diehlmann, Nicole (Hrsg.). Opladen: Leske + Budrich, 2003. S. 14-15

**209** Vgl. Stengel, Karin / Marschall, Joachim / Maier, Michaela: »Entwicklung der Nachrichtenwertforschung.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 48







# 7

## **Forschungsstand**

Darstellung von  
Sportlerinnen und Sport-  
lern in den Printmedien

# 7

## FORSCHUNGSSTAND

### - DARSTELLUNG VON SPORTLERINNEN UND SPORTLERN IN DEN PRINTMEDIEN

In diesem Kapitel soll der bisherige Forschungsstand, die Darstellung von Sportlerinnen und Sportlern in deutschen Printmedien betreffend, veranschaulicht werden. Anknüpfend an das vorherige Kapitel, soll überprüft werden, welche hegemonialen Geschlechterrollenbilder in den letzten Jahrzehnten von Seiten der Sportprintmedien an die SportkonsumentInnen übermittelt worden sind.

#### 7.1

##### Marginalisierung von Sportlerinnen

Viele Forschungsarbeiten zu diesem Themenkomplex, welche die Aufmerksamkeitsverteilung zwischen Sportlern und Sportlerinnen für die visuelle und die sprachliche Ebene untersucht haben, indem sie die absoluten Zahlen und/oder die Flächeninhalte der Texteinheiten über bzw. Fotos von SportlerInnen miteinander verglichen haben, kommen zu folgendem Ergebnis: Bezogen auf die gesamte alltägliche Sportberichterstattung werden Sportlerinnen eindeutig marginalisiert.

Marie-Luise Klein – von ihr ist die erste umfangreiche empirische Untersuchung zur Darstellung von Geschlecht in deutschen Sportprintmedien publiziert worden - hat bereits für die Sportberichterstattung des Jahres 1979 – es sind die Tageszeitungen *Bild*, *Welt*, *Frankfurter Rundschau* und *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* als Untersuchungsgegenstand herangezogen worden – festgestellt, dass sich 90 Prozent der Berichterstattungsfläche mit Sportlern, aber lediglich sechs Prozent mit Sportlerinnen befassen.<sup>210</sup> In derselben Untersuchung ist auch herausgekommen, dass über Sportler, absolut gesehen, wesentlich mehr Fotos erscheinen und die Artikel über Sportler im Mittel deutlich länger sind.<sup>211</sup>

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt SCHULZ, von dem am Stichtag 9. Mai 1994 126 aus

<sup>210</sup> Vgl. Klein, Marie-Luise: »Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Sportberichterstattung.« Bochum: Studienverlag Brockmeyer, 1986. S. 114-116

<sup>211</sup> Vgl. Ebenda S. 125-126 bzw. S. 128

Deutschland stammende sportpublizistische Einheiten untersucht worden sind. Für diesen Stichtag ist u.a. festgestellt worden, dass die HaupthandlungsträgerInnen der Sportberichterstattung zu mehr als 90 Prozent männlich sind und auf Fotos Männer dominieren, die innerhalb der *Fußball-Bundesliga* aktiv sind.<sup>212</sup>

Dass sich an dieser asymmetrischen geschlechtlichen Aufmerksamkeitsverteilung in der alltäglichen Sportberichterstattung bis zum Ende des 20. Jahrhunderts bzw. bis zum Beginn des 21. Jahrhunderts wenig geändert hat, belegt folgende Forschungsarbeit: HARTMANN-TEWS, den Großteil von Marie-Luise Kleins Untersuchungsdesign übernehmend, ist für die Zeitungsjahrgänge 1999 und 2000 u.a. zu dem Ergebnis gekommen, dass sich 12 Prozent der Berichterstattungsfläche im Untersuchungszeitraum mit Sportlerinnen befasst haben.<sup>213</sup> Dementsprechend sind die Sportlerinnen weiterhin – trotz einer Verdoppelung ihres Berichterstattungsanteils seit 1979 – marginalisiert worden.

Insbesondere neuere Forschungsarbeiten haben als Untersuchungsgegenstand aber nicht länger die gesamte alltägliche Sportberichterstattung, sondern lediglich die Berichterstattung über einzelne Ereignisse aus dem Bereich des Hochleistungssports (vgl. Berichterstattungsanalyse zur Fußball-Weltmeisterschaft der Männer anno 2006 durch SCHEDIWIY<sup>214</sup>, zur Leichtathletik-WM 1999 durch RULOFS<sup>215</sup>, zu den French Open 2012 durch KRAUSE<sup>216</sup> oder zu den Olympischen Spielen 2004 durch HARTMANN-TEWS und RULOFS<sup>217</sup>) herangezogen, um die geschlechtliche Aufmerksamkeitsverteilung in deutschen Printmedien zu überprüfen.

Das Heranziehen eines einzelnen Ereignisses als Untersuchungsgegenstand bringt den Vorteil mit sich, dass die Form der Berichterstattung in Bezug zur Sportrealität gesetzt werden kann. Dies ist insofern ein großer Vorteil, weil die Form der Berichterstattung von der Sportrealität abhängt. Es sind bereits in einem früheren Kapitel empirische Belege dafür aufgelistet worden, dass, ausgehend von der hohen Bedeutung der Nachrichtenfaktoren Elite und Ethnozentrismus, die Sportprintmedien im sportjournalistischen Feld geschlechterübergreifend erfolgreiche deutsche AthletInnen in den Mittelpunkt der Berichterstattung rücken. Dementsprechend lassen sich geschlechtliche Asymmetrien in der Aufmerksamkeitsverteilung teilweise mit geschlechtlich variierenden Erfolgsbilanzen erklären.

**212** Vgl. Wernecken, Jens: »Wir und die anderen ...: Nationale Stereotypen im Kontext des Mediensports.« Berlin: Vistas Verlag, 2000. S. 58

**213** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Die Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Sportkommunikation.« In: »Die Visualisierung des Sports in den Medien.« Schierl, Thomas (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2008. S. 115

**214** Vgl. Schediwy, Dagmar: »Sommermärchen im Blätterwald. Die Fußball-WM 2006 im Spiegel der Presse.« Marburg: Tectum Verlag, 2008. S. 14

**215** Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 97

**216** Vgl. Krause, Lennart: »Sportprintmedien und Geschlecht. Die Berichterstattung zu den French Open 2012.« Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2013. S. 43

**217** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Germany. The 2004 Olympic Games in German Newspapers – Gender Equitable Coverage?« In: »Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage.« Bruce, Toni / Hovden, Jorid / Markula, Pirkko (Hrsg.). Rotterdam: Sense Publishers, 2010. S. 119-120

Ein Beispiel: In der Diplomarbeit, die von mir geschrieben worden ist, konnte für die Berichterstattung von den French Open 2012 festgestellt werden, dass im Untersuchungszeitraum – wie vom 25. Mai 2012 bis zum 12. Juni 2012 in elf deutschen Tageszeitungen über dieses Tennisturnier berichtet worden ist, ist Gegenstand dieser Arbeit gewesen - 41 Fotos von deutschen Tennisspielerinnen erschienen sind. Im gleichen Zeitraum sind nur zwölf Fotos von deutschen Tennisspielern erschienen. Diese Ungleichverteilung der Aufmerksamkeit auf der visuellen Ebene, die im konkreten Fall zu Gunsten der Sportlerinnen ausgefallen ist, konnte mit dem sportlich erfolgreicherem Abschneiden der deutschen Tennisspielerinnen – im Vergleich zu den deutschen Männern – erklärt werden. 33 der 41 Fotos von deutschen Tennisspielerinnen haben Angelique Kerber als primäres Bildmotiv und damit diejenige Sportlerin, die bei diesem Turnier bis ins Viertelfinale des Frauenwettbewerbs kam, gezeigt. Während bei der Spielerin Kerber die mediale Aufmerksamkeit mit zunehmendem sportlichem Erfolg zunahm, scheiterten im Männerwettbewerb alle deutschen Teilnehmer spätestens in der dritten Runde und damit weit vor dem Viertelfinale.<sup>218</sup>

Unabhängig davon, ob in den Forschungsarbeiten zu einzelnen Sportereignissen die geschlechtlichen Erfolgsbilanzen der deutschen AthletInnen miteinander verglichen worden sind, zeigt sich bei diesen Forschungsarbeiten häufig folgende Tendenz: Die geschlechtliche Asymmetrie in der Aufmerksamkeitsverteilung ist wesentlich geringer ausgeprägt als im Kontext der gesamten alltäglichen Sportberichterstattung. HARTMANN-TEWS und RULOFS kommen beispielsweise, nachdem alle Fotos und Artikel analysiert worden sind, die vom 7. August 2004 bis zum 1. September 2004 in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* und der *Bild Zeitung* die *Olympischen Spiele von Athen* thematisiert bzw. visualisiert haben, zu folgendem Ergebnis: Im Untersuchungszeitraum sind 44 Prozent der Texteinheiten über Athletinnen, 56 Prozent über Athleten gewesen. 55 Prozent der untersuchten Fotos haben Athleten, 45 Prozent Athletinnen gezeigt.<sup>219</sup>

Die leichten geschlechtlichen Asymmetrien in der Aufmerksamkeitsverteilung, die im Zuge der Berichterstattung über geschlechterübergreifende Großereignisse auftreten, können auch den Sportlerinnen zum Vorteil gereichen: Beispielsweise sind im Zuge der Berichterstattung über die French Open 2012 in deutschen Tageszeitungen - den Untersuchungsgegenstand bildeten elf auflagenstarke deutsche Tageszeitungen - mehr Fotos von Sportlerinnen – 55,6 Prozent aller Fotos von SportlerInnen zeigten Frauen – erschienen.<sup>220</sup>

Ausgehend von den vorliegenden Forschungsarbeiten, kann bezüglich des Themenkomplexes *Marginalisierung von Sportlerinnen* folgendes Zwischenfazit gezogen werden:

**218** Vgl. Krause, Lennart: »Sportprintmedien und Geschlecht. Die Berichterstattung zu den French Open 2012.« Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2013. S. 96-97

**219** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Germany. The 2004 Olympic Games in German Newspapers – Gender Equitable Coverage?« In: »Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage.« Bruce, Toni / Hovden, Jorid / Markula, Pirkko (Hrsg.). Rotterdam: Sense Publishers, 2010. S. 120

**220** Vgl. Krause, Lennart: »Sportprintmedien und Geschlecht. Die Berichterstattung zu den French Open 2012.« Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2013. S. 95

Sofern die gesamte alltägliche Sportberichterstattung als Untersuchungsgegenstand herangezogen wird, liegt eine klare Marginalisierung der Sportlerinnen auf der visuellen und sprachlichen Ebene vor.

Die vorliegenden Forschungsarbeiten zur gesamten alltäglichen Sportberichterstattung haben es aber versäumt, dieses Forschungsergebnis in Bezug zur Sportrealität zu setzen. Es ist nicht überprüft worden, ob das Übergewicht des Männersports im Sportteil dadurch bedingt gewesen ist, dass in den entsprechenden Untersuchungszeiträumen deutlich mehr Wettkämpfe im Bereich Männersport stattgefunden haben. Diese Vermutung ist insbesondere für ältere Forschungsarbeiten nicht abwegig, so waren z.B. bei den *Olympischen Sommerspielen 1964* nur 13,3 Prozent der TeilnehmerInnen weiblich und 20 Prozent der Wettbewerbe für Frauen.<sup>221</sup> Außerdem ist in den Forschungsarbeiten zur gesamten alltäglichen Sportberichterstattung nicht kontrolliert worden, wie sich in den Untersuchungszeiträumen die geschlechtlichen Erfolgsbilanzen der deutschen AthletInnen voneinander unterscheiden haben und das, obwohl bekannt ist, dass die Nachrichtenfaktoren Elite und Ethnozentrismus starken Einfluss auf die Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil nehmen.

Forschungsarbeiten zu einzelnen Sportereignissen, die insbesondere aus forschungspragmatischen Gründen – es ist schwierig, für alle im Sportteil thematisierten Ereignisse die TeilnehmerInnen-Anzahlen und die Erfolgsbilanzen zu erfassen – die Kontrollvariablen »Erfolgsbilanzen deutscher AthletInnen« und »Anzahl der ausgetragenen Wettbewerbe/Spiele« erfassen konnten, kommen zu anderen Ergebnissen: Von einer klaren Marginalisierung einer Geschlechtskategorie im Sportteil kann nicht länger die Rede sein. Diese Feststellung gilt sowohl für die visuelle als auch für die sprachliche Berichterstattungsebene. Außerdem lassen sich festgestellte geschlechtliche Asymmetrien in der Aufmerksamkeitsverteilung, die im Zuge von Forschungsarbeiten zu einzelnen geschlechterübergreifenden Sportgroßereignissen ermittelt worden sind, häufig mit den soeben angeführten Kontrollvariablen ausreichend erklären. Da diese Kontrollvariablen für beide Geschlechter in gleichem Maße gelten, kann die Sportberichterstattung unter diesem Gesichtspunkt als geschlechtergerecht eingestuft werden.

## 7.2

### Ungleichheit der Geschlechter

In dieser Arbeit ist bereits thematisiert worden, dass die in Deutschland vorherrschenden Geschlechterstereotype die Andersartigkeit der beiden Geschlechtskategorien akzentuieren. Während die idealisierte Frau *schwach, passiv, emotional* und *weich* zu sein hat, werden an den Mann mit *Stärke, Aktivität, Rationalität und Härte* konträre Anforderungen gestellt. Diese Geschlechterdichotomie wird von großen Teilen der Geschlechterforschung als

<sup>221</sup> Vgl. Anders, Georg: »Geschlechterbezogene Partizipation im Spitzensport.« In: »Handbuch Sport und Geschlecht.« Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina (Hrsg.). Schorndorf: Hofmann Verlag, 2006. S. 165

problematisch angesehen, da mit dieser Dichotomie eine Geschlechterhierarchie einhergeht. Die männlichen Attribute werden zum kulturellen Maßstab erhoben und folglich idealisiert. Da Frauen vermeintlich anders sind, können sie diesem Ideal nur bedingt entsprechen und werden im Vergleich zu den Männern als minderwertig eingestuft.<sup>222</sup>

Das Konzept der disparitären Konnexionen bringt laut LIESENHOFF einen weiteren Nachteil mit sich: Personen, deren geschlechtliche Rollenselbstdeutung sich nicht bzw. nur teilweise mit den Rollenerwartungen des sie umgebenden Umfelds vereinbaren lässt, müssen sich im Zweifel anpassen, um zu große negative Sanktionen zu vermeiden. Dies kommt einer teilweisen Selbstdeformierung gleich, da gewünschte Entwicklungsmöglichkeiten aufgegeben werden müssen.<sup>223</sup> Wer diese negativen Sanktionen in Kauf nimmt und an der abweichenden Rollenselbstdeutung festhält, gehört laut PFISTER zur Gruppe der *Gender trouble makers*.<sup>224</sup> Offen bleibt die Frage, ob die deutschen Sportprintmedien durch die Art ihrer Berichterstattung zur Fortschreibung dieser Geschlechterhierarchie beigetragen haben.

Im Folgenden werden die wichtigsten Erkenntnisse derjenigen Forschungsarbeiten zusammengefasst, die sich mit der Frage auseinandergesetzt haben, wie SportlerInnen in deutschen Printmedien unter den Gesichtspunkten *Aktivität/Leistungsfähigkeit*, *Attraktivität* und *Sexualisierung* inszeniert werden. Da im empirischen Teil dieser Arbeit nicht alle potentiellen Facetten geschlechtlicher Ungleichheit überprüft werden sollen und sich für diese drei Bereiche, ausgehend vom vorliegenden Forschungsstand, die interessantesten weiterführenden Fragestellungen ergeben, ist eine bewusste Schwerpunktsetzung vorgenommen worden. Die detaillierte Analyse weniger Bereiche wird einer oberflächlichen Analyse zahlreicher Bereiche vorgezogen. Daraus ergibt sich die Einschränkung, dass diese Arbeit nicht über alle Facetten geschlechtlicher Ungleichheit, die unter Umständen Wirkmächtigkeit in den deutschen Sportprintmedien entfalten, Auskunft erteilen kann. Auf diese Einschränkung ist schon im Arbeitstitel hingewiesen worden. Dort steht, dass lediglich »ausgewählte visuelle und sprachliche Darstellungsformen« im Rahmen einer vergleichenden Inhaltsanalyse überprüft werden sollen.

## 7.2.1

### Aktivität/Leistungsfähigkeit

Der aus dem Bereich der Werbeindustrie bekannte Umstand, dass Modekonzerne wie *Zara* männliche Models überwiegend aktiv und damit in Bewegung darstellen, während

<sup>222</sup> Vgl. Kugelmann, Claudia: »Starke Mädchen – schöne Frauen? Weiblichkeitszwang und Sport im Alltag.« Butzbach-Griedel: Afra Verlag, 1996. S. 30

<sup>223</sup> Vgl. Liesenhoff, Carin: »Geschlechtsmythen und Utopien im Sport.« In: »Sport und Geschlecht.« Klein, Michael (Hrsg.). Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1983. S. 96

<sup>224</sup> Vgl. Pfister, Gertrud: »Warum ist Fußball Männersache? - Fußballspielerinnen sind »trouble makers«.« In: »Auf den Spuren des Frauen- und Mädchenfußballs.« Sinning, Silke (Hrsg.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa, 2012. S. 49

weibliche Models im Zuge der Werbekampagnen häufiger passiv – beispielsweise liegend oder sitzend – visualisiert werden<sup>225</sup>, trifft in ähnlicher Weise für das Feld der deutschen Sportprintmedien zu.

KLEIN hat für das Jahr 1979 nachweisen können, dass die Sportprintmedien Sportlerinnen seltener als Sportler in einem von Aktivität geprägten sportlichen Kontext visualisieren.<sup>226</sup> RULOFS, die anlässlich der Leichtathletik-Weltmeisterschaft 1999 die deutschen Tageszeitungen *Bild*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)*, *Frankfurter Rundschau (FR)*, *Süddeutsche Zeitung (SZ)*, *taz* und *Welt* untersucht hatte, kam zu folgendem Forschungsergebnis: Absolut gesehen wurden die Sportler im Untersuchungszeitraum mehr als doppelt so oft wie die Sportlerinnen bei aktiven Sportausübungen gezeigt.<sup>227</sup> HARTMANN-TEWS und RULOFS, die deutsche Zeitungsberichterstattung über die Olympischen Spiele 2004 zum Untersuchungsgegenstand machend, können hinsichtlich des Aktivitätsgrades auf Fotos ebenfalls geschlechtliche Unterschiede nachweisen: 36,9 Prozent aller Fotos, die im Untersuchungszeitraum Athleten visualisieren, zeigen die Athleten beim Ausüben einer aktiven sportlichen Aktion. Im selben Zeitraum zeigen aber nur 28,3 Prozent aller Fotos, auf denen Athletinnen abgebildet sind, diese bei der aktiven Sportausübung.<sup>228</sup> Auch für die Berichterstattung anlässlich der French Open 2012 ist nachgewiesen worden, dass die deutschen Sportprintmedien Tennisspielerinnen häufiger als Tennisspieler in einem von Passivität geprägten sportlichen Kontext visualisiert haben.<sup>229</sup>

Dieser geschlechtliche Unterschied, den Anteil der aktiven visuellen Darstellungen betreffend, der sich in vielen Forschungsarbeiten gezeigt hat<sup>230</sup>, ist problematisch, weil es sich beim Sportraum um ein körperzentriertes gesellschaftliches Teilsystem handelt. Die Leistungserbringung erfolgt, anders als in den meisten Bereichen der modernen westlichen Wissensgesellschaften, mit Hilfe des aktiven Körpers.<sup>231</sup> Dementsprechend trägt diese Form der visuellen Darstellung dazu bei, dass Frauen im Vergleich zu Männern als weniger leistungsfähig erscheinen.

Dass diese geschlechtliche Verzerrung bei der visuellen Kommunikation vermieden werden könnte, da es genug aktive Darstellungen von Sportlerinnen gibt, belegt eine von HART-

**225** Vgl. Holschbach, Susanne: »Posieren für die Heteronormativität – aktuelle Modefotografie im Gender-Mainstream.« In: »Sex/ismus und Medien.« Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika (Hrsg.). Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 209-211

**226** Vgl. Klein, Marie-Luise: »Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Sportberichterstattung.« Bochum: Studienverlag Brockmeyer, 1986. S. 217

**227** Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik-WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 58 bzw. S. 130

**228** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Germany. The 2004 Olympic Games in German Newspapers – Gender Equitable Coverage?« In: »Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage.« Bruce, Toni / Hovden, Jorid / Markula, Pirkko (Hrsg.). Rotterdam: Sense Publishers, 2010. S. 123

**229** Vgl. Krause, Lennart: »Sportprintmedien und Geschlecht. Die Berichterstattung zu den French Open 2012.« Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2013. S. 106

**230** Vgl. Rulofs, Bettina / Hartmann-Tews, Ilse: »Zur sozialen Konstruktion von Geschlecht in der medialen Vermittlung von Sport.« In: »Handbuch Sport und Geschlecht.« Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina (Hrsg.). Schorndorf: Hofmann Verlag, 2006. S. 234

**231** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse: »Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport und in den Sportwissenschaften.« In: »Handbuch Sport und Geschlecht.« Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina (Hrsg.). Schorndorf: Hofmann Verlag, 2006. S. 41

MANN-TEWS und RULOFS vor wenigen Jahren durchgeführte Analyse der Homepages bekannter SportlerInnen. Es ist festgestellt worden, dass sich die SportlerInnen auf ihren Homepages ähnlich häufig wie die Sportler in einem aktiven sportlichen Kontext abbilden lassen.<sup>232</sup> An diesem Beispiel zeigt sich, dass Fotos nicht nur mechanische Aufzeichnungen darstellen, sondern die ausgewählten Bildausschnitte und Motive auch die Sichtweisen der dahinterstehenden FotografInnen bzw. Redaktionen widerspiegeln.<sup>233</sup> Da die Medien nicht in der Lage sind, die komplette Vielfältigkeit des sozialen Raumes in ihren Publikationen darzustellen, muss eine gezielte Vorauswahl bei den Bildmotiven getroffen werden, wobei diese Vorauswahl zu einer verzerrten Darstellung der Realität führen kann.<sup>234</sup> Hinsichtlich der *settings* von Fotos<sup>235</sup> muss deshalb kritisch überprüft werden, ob sie zu einer Hierarchisierung hinsichtlich der Leistungsfähigkeit der beiden Geschlechtskategorien beitragen könnten.

Da es sich beim Sportraum um ein körperzentriertes System handelt, bei dem die SportlerInnen ihre sportlichen Leistungen unter Zuhilfenahme ihres Körpers erbringen und Ganzkörperaufnahmen u.a. von NIEBERLE als Indikator für eine Verkörperlichung von Personen angesehen werden<sup>236</sup>, stellt sich für die visuelle Ebene die Frage, ob es hinsichtlich des Anteils von Ganzkörperaufnahmen geschlechtliche Unterschiede bei den visualisierten AthletInnen gibt. KLEIN ist, nachdem die Kategorien »Ganzkörperaufnahme«, »Porträts« und »Brustbilder/Halbkörperaufnahmen« gebildet worden sind, für die Sportberichterstattung des Jahres 1979 zu dem Ergebnis gekommen, dass Sportler wesentlich häufiger als SportlerInnen im Kontext von Ganzkörperaufnahmen visualisiert werden. Dieses Forschungsergebnis hat KLEIN dahingehend gedeutet, dass die Sportprintmedien eine gezielte *Entsportlichung* der SportlerInnen vornehmen wollen.<sup>237</sup> RULOFS macht in ihrer Arbeit zur Leichtathletik-WM 1999 eine ähnliche Feststellung: SportlerInnen sind während der Weltmeisterschaft prozentual häufiger als Sportler in Form von Porträtaufnahmen – 15,7 zu 9,8 Prozent – in den deutschen Sportprintmedien visualisiert worden.<sup>238</sup> Durch eine derartige Form der Bildauswahl rückt der weibliche Körper und die mit ihm einhergehende Leistungsfähigkeit in den Hintergrund.

Während sich für den Themenkomplex *Aktivität/Leistungsfähigkeit* auf visueller Ebene eindeutige geschlechtliche Verzerrungen nachweisen lassen, ergibt sich auf sprachlicher Ebene ein anderes Bild. Da die Leistung im Sportraum primär mit dem Körper erbracht

**232** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Die Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Sportkommunikation.« In: »Die Visualisierung des Sports in den Medien.« Schierl, Thomas (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2008. S. 121

**233** Vgl. Berger, John: »Sehen. Das Bild der Welt in der Bilderwelt.« Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1974. S. 10

**234** Vgl. Embacher, Serge: »Selbstverschuldete Unmündigkeit. Überlegungen zu den normativen Grundlagen einer Kritik der Öffentlichkeit.« Berlin: Dissertation zur Erlangung des Grades eines Doktors der Philosophie am Fachbereich Politische Wissenschaft der Freien Universität Berlin, 2001. S. 6

**235** Vgl. Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika: »Einleitung.« In: »Sex/ismus und Medien.« Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 22

**236** Vgl. Nieberle, Sigrid: »Feldbusch-Kerner-Schwarzer und die Medialität sexistischer Rede.« In: »Sex/ismus und Medien.« Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika (Hrsg.). Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 58

**237** Vgl. Klein, Marie-Luise: »Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Sportberichterstattung.« Bochum: Studienverlag Brockmeyer, 1986. S. 214-216

**238** Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik-WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 130

wird, würde eine geschlechtergerechte Darstellung von Leistungsfähigkeit auf der sprachlichen Ebene bedeuten, dass Sportler und Sportlerinnen ähnlich häufig hinsichtlich ihrer körperlichen Leistungsfähigkeit thematisiert werden. Dass die Berichterstattung deutscher Sportprintmedien unter diesem Gesichtspunkt lange Zeit nicht als geschlechtergerecht bezeichnet werden konnte, belegt eine Forschungsarbeit von PFISTER. Von PFISTER ist die Olympia-Berichterstattung der *FAZ* von 1952 bis 1980 ausgewertet worden. PFISTER hat nachweisen können, dass im Untersuchungszeitraum die Athleten häufiger als die Athletinnen hinsichtlich ihres sportlichen Tuns thematisiert worden sind. Beispielsweise befassten sich anlässlich der *FAZ*-Berichterstattung über die *Olympischen Spiele 1964* 73 Prozent der Artikel über Athletinnen überwiegend mit dem sportlichen Tun der Athletinnen, während sich zeitgleich 93 Prozent der Artikel über Sportler überwiegend mit dem sportlichen Tun der Athleten befassten.<sup>239</sup>

Jüngere Forschungsarbeiten kommen zu dem Ergebnis, dass diese von PFISTER festgestellte Form der geschlechtlichen Verzerrung nicht mehr länger in deutschen Sportprintmedien auftaucht. Die Themenstruktur anlässlich der Berichterstattung über die Leichtathletik-WM 1999 zeichnete sich u.a. dadurch aus, dass geschlechterübergreifend in mehr als 80 Prozent der Texteinheiten über SportlerInnen über die sportlichen Leistungen der AthletInnen berichtet worden war.<sup>240</sup>

HARTMANN-TEWS und RULOFS kommen für die Olympia-Berichterstattung des Jahres 2004 zu ähnlichen Ergebnissen: Sportliche Leistungen, Erfolge und Misserfolge stehen bei den Texteinheiten über Athleten fast genauso oft wie bei den Texteinheiten über Athletinnen thematisch im Mittelpunkt der Untersuchungseinheiten. 73,6 Prozent aller Texteinheiten über Athleten haben einen sportlichen Schwerpunkt gehabt, bei den Texteinheiten über Athletinnen sind es 73,9 Prozent gewesen.<sup>241</sup> Dass die SportlerInnen primär in ihrer Rolle als AthletInnen beleuchtet werden, während geschlechterübergreifend Aspekte des Privatlebens eine untergeordnete Rolle spielen, signalisiert, dass die deutschen Sportprintmedien den athletischen Leistungen ihrer HaupthandlungsträgerInnen geschlechterübergreifend eine hohe Bedeutung zuschreiben. Ein derartiges Vorgehen führt laut den Geschlechterforscherinnen GREENDORFER und KANE dazu, dass die in den Sportmedien lange Zeit praktizierte Trivialisierung des weiblichen Hochleistungssports schrittweise aufgelöst wird und einem gleichberechtigten Nebeneinander von weiblichem und männlichem Hochleistungssport Platz macht.<sup>242</sup>

**239** Vgl. Pfister, Gertrud: »Die Darstellung von Frauen im Mediensport – Kontinuitäten und Veränderungen.« In: »Die Sexualisierung des Sports in den Medien.« Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2011. S. 64

**240** Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik-WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 115

**241** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Germany. The 2004 Olympic Games in German Newspapers – Gender Equitable Coverage?« In: »Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage.« Bruce, Toni / Hovden, Jorid / Markula, Pirkko (Hrsg.). Rotterdam: Sense Publishers, 2010. S. 122-123

**242** Vgl. Greendorfer, Susan L. / Kane, Mary Jo: »The media's role in accommodating and resisting stereotyped images of women in sport.« In: »Women, media and sport: challenging gender values.« Creedon, Pamela (Hrsg.). London: Sage Publications, 1994. S. 31 bzw. S. 41

Dass sportliche Leistungen geschlechterübergreifend im Mittelpunkt der Berichterstattung stehen, sagt aber noch nichts darüber aus, ob die deutschen Sportprintmedien identische Leistungsanforderungen an die Sportler und Sportlerinnen stellen. Konsens in der Forschungsliteratur ist, dass die Sportmedien generell sehr hohe Leistungsanforderungen an die AthletInnen stellen. NIELAND und IHLE sehen diese fordernde Haltung der Sportmedien als einen der zentralen Gründe an, warum Doping im Bereich Hochleistungssport zugenommen hat. Ihrer Meinung nach handelt es sich bei der ausufernden Dopingpraxis im Spitzensport um kein individuelles ethisches Versäumnis einzelner AthletInnen, sondern um ein systematisches Problem. Indem sich die Sportmedien im Zuge ihrer Berichterstattung stark auf besonders erfolgreiche AthletInnen und deren Rekorde konzentrieren, erhöhen sie den Erfolgsdruck auf alle AthletInnen.<sup>243</sup> Der Sportpädagoge MEINBERG teilt diese Sichtweise und spricht in diesem Zusammenhang davon, dass die Sportmedien im Bereich Spitzensport eine Art von Hochleistungsgigantismus einfordern, indem sie von den SportlerInnen permanente Weiterentwicklungen ihrer sportlichen Fähigkeiten verlangen, was zu neuen Rekorden führen soll.<sup>244</sup>

Dass die Forderung nach Hochleistungsgigantismus keine exklusive Forderung der Sportmedien ist und stattdessen auch von den WerbepartnerInnen der SportlerInnen und Sportvereine aufgegriffen wird, zeigt der folgende Werbespot der *Commerzbank*: In diesem Werbefilm, der insbesondere während des Sommers 2014 im deutschen Fernsehen lief, sind Spieler der deutschen Herren-Fußballnationalmannschaft beim Joggen zu sehen. Zu hören ist die Stimme ihres Trainers, bei dem es sich um Joachim Löw handelt. Löw sagt: »Wann sind wir schon mal zufrieden?« Diese Frage fungiert im Werbespot als rhetorische Frage und wird von Joachim Löw, der Ideologie des Hochleistungsgigantismus folgend, derart beantwortet: »Eigentlich nie. Es gibt immer einen nächsten Schritt. Da kennst du keine Kompromisse.«<sup>245</sup>

Der negativen Entwicklungen eingedenk, die mit dem hohen Erfolgsdruck im Bereich Spitzensport einhergehen, hat die Psychologin HIGHLEN als Alternative zum bestehenden System das *Co-Essence Model of Sport* entwickelt. Ihr Grundgedanke lautet folgendermaßen:

*»Commercialization, wealth, status and competitiveness no longer drive the sport world and the media that cover it. Sport is now recognized as a performing art, along with music, theater, art and dance. Athletes value cooperation, compromise, teamwork, synergism and something new called co-essence. Co-essence, the athlete's co-creation with self and with competitors, allows sport to be a total experience, »a way in« to heightened awareness.*

**243** Vgl. Nieland, Jörg-Uwe / Ihle, Holger: »Dopingaufklärung in der Unterhaltungsfalle? Überlegungen zum Umgang mit Doping im medialisierten Sport.« In: »Doping – kulturwissenschaftlich betrachtet.« Meinberg, Eckhard / Körner, Swen (Hrsg.). Sankt Augustin: Academia Verlag, 2013. S. 156-157

**244** Vgl. Meinberg, Eckhard: »Über Dopingaktive, Selbstformung und Lebensführung. Das Paradebeispiel: Lance Armstrong. Ein anthropologischer Zugang.« In: »Doping – kulturwissenschaftlich betrachtet.« Körner, Swen / Meinberg, Eckhard (Hrsg.). Sankt Augustin: Academia Verlag, 2013. S. 28-29

**245** Vgl. Commerzbank-Blog (Hrsg.): »DFB-Kampagne: Der neue Spot der Commerzbank.« URL: <https://blog.commerzbank.de/verantwortung-erleben/14q2/dfb-making-of.html>, Stand: 13.07.2014

*Force, conflict, aggression and a win-lose mentality in sport have given way to creativity, effortless movement, beauty and grace.*«<sup>246</sup>

Dass die deutschen Sportprintmedien dem von HIGHLEN entwickelten Konzept bisher nicht folgen und stattdessen geschlechterübergreifend bevorzugt erfolgreiche deutsche AthletInnen in den Mittelpunkt der Texteinheiten rücken, belegen die folgenden Forschungsergebnisse: HARTMANN-TEWS und RULOFS haben festgestellt, dass bei den *Olympischen Spielen 2004* 53,1 Prozent der deutschen MedaillengewinnerInnen männlich und 46,9 Prozent weiblich waren. Bezogen auf die Texteinheiten mit deutschen MedaillengewinnerInnen als HaupthandlungsträgerInnen, zeigte sich, dass 54,5 Prozent dieser Texteinheiten eine Haupthandlungsträgerin, aber nur 45,5 Prozent einen Haupthandlungsträger hatten.<sup>247</sup> Damit waren die Medaillengewinnerinnen in den entsprechenden Texteinheiten sogar überrepräsentiert. Dementsprechend ist es für beide Geschlechter ähnlich wichtig gewesen, eine Medaille zu gewinnen, um von Seiten der deutschen Sportprintmedien thematisiert zu werden.

Dass zunehmender sportlicher Erfolg geschlechterübergreifend nicht nur zu mehr Texteinheiten, sondern auch zu einer besseren Ausschmückung – größere Überschrift, größerer Flächeninhalt der Texteinheit usw. – dieser Texteinheiten führt, belegt die Zeitungsanalyse, welche von mir anlässlich der French Open 2012 durchgeführt worden ist: Der durchschnittliche Flächeninhalt der Überschriften von Texteinheiten, in denen auf deutsche SportlerInnen Bezug genommen worden ist, die an den Einzelwettbewerben der French Open 2012 teilgenommen haben, ist sowohl bei den deutschen Tennisspielerinnen als auch bei den deutschen Tennisspielern kontinuierlich angestiegen, sofern die TennisspielerInnen im Turnier eine Runde weiter gekommen sind.<sup>248</sup> Da, basierend auf den empirischen Erkenntnissen der Rezeptionsforschung, bekannt ist, dass die RezipientInnen bei ihrer Entscheidung, welchen Medieninhalten sie sich zuwenden wollen, insbesondere auf formale Merkmale der Medienbeiträge achten, bedeutet dies zugleich: Die besonders erfolgreichen deutschen AthletInnen werden die meiste Aufmerksamkeit von den RezipientInnen erhalten.

Es bleibt festzuhalten: Die neueren Forschungsarbeiten kommen übereinstimmend zu dem Ergebnis, dass sich die deutschen Sportprintmedien auf der sprachlichen Ebene geschlechterübergreifend auf das sportliche Tun besonders erfolgreicher deutscher AthletInnen konzentrieren. Was als sportlicher Erfolg zu gelten hat, kann nicht universell beantwortet werden. Stattdessen muss die Kategorie »*Sportlicher Erfolg*« an den Untersu-

**246** Highlen, Pamela: »Reawakening to the Co-Essence Model of Sport. Stanford's Tara Van Derveer leads the way.« In: »Women, media and sport: challenging gender values.« Oaks: Sage Publications, 1994. S. 314

**247** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Germany. The 2004 Olympic Games in German Newspapers – Gender Equitable Coverage?« In: »Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage.« Bruce, Toni / Hovden, Jorid / Markula, Pirkko (Hrsg.). Rotterdam: Sense Publishers, 2010. S. 122

**248** Vgl. Krause, Lennart: »Sportprintmedien und Geschlecht. Die Berichterstattung zu den French Open 2012.« Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2013. S. 84

chungsgegenstand – bei Olympischen Spielen definiert sich sportlicher Erfolg am ehesten über das Gewinnen einer Medaille, bei einem Tennisturnier ist hingegen die erreichte Spielrunde relevant – angepasst werden.

## 7.2.2 Attraktivität

### 7.2.2.1 Wirkungsmechanismen eines attraktiven Äußeren

Während die Fokussierung auf den Bereich *Aktivität/Leistungsfähigkeit* naheliegend ist, da in der Sportberichterstattung die aktive Leistungserbringung von AthletInnen im Mittelpunkt steht, scheint es im Bezug auf den Themenbereich *Attraktivität* erklärungsbedürftig zu sein, warum dieser Aspekt detailliert in einer geschlechtervergleichenden Perspektive berücksichtigt werden soll.

Von Attraktivität geht eine feldübergreifende Wirkungsweise aus, die alle sozialen Felder und damit auch das sportjournalistische Feld beeinflusst. Es ist Konsens in der Attraktivitätsforschung, dass attraktive Menschen leichter einen neuen Job finden oder mehr Gehalt als weniger attraktive KollegInnen mit gleicher beruflicher Qualifikation erhalten.<sup>249</sup> Attraktive SchülerInnen und StudentInnen erhalten im Vergleich zu ihren weniger attraktiven KlassenkameradInnen und KommilitonInnen bessere Noten, selbst wenn die Leistungen objektiv betrachtet identisch gewesen sind.<sup>250</sup> Es lassen sich zahlreiche weitere wissenschaftliche Ergebnisse anführen, die alle auf dieselbe Feststellung hinauslaufen: Es liegt ein *Attractiveness Competition Advantage* vor, mit diesem Begriff soll zum Ausdruck gebracht werden, dass attraktive Menschen gegenüber weniger attraktiven Personen Wettbewerbsvorteile genießen.<sup>251</sup> In Analogie zu Bourdieus Sozialraummodell führen diese Vorteile dazu, dass die sozial erwünschten Ressourcen, die den Zugang zur Orthodoxie ermöglichen, häufiger an attraktive Individuen gehen.<sup>252</sup> Ergo handelt es sich bei der Attraktivität um eine Determinante sozialer Ungleichheit.

**249** Vgl. Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus: »Physical attractiveness and monetary success in German Bundesliga.« URL: <https://www.researchgate.net/requests/r15522443> (Der Artikel kann nur geöffnet werden, sofern zuvor ein Account bei Researchgate erstellt worden ist und Herr Prof. Dr. Rosar eine Nutzungserlaubnis erteilt hat), Stand: 10.01.2016, S. 1

**250** Vgl. Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus: »Sind Sportreporter die objektiveren Beobachter? Eine vergleichende Untersuchung zur Beeinflussung professioneller Leistungsurteile durch die physische Attraktivität von Spitzenfußballern.« URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12662-013-0306-8> (Zugang ist käuflich erworben worden), Stand: 29.12.2015, S. 206

**251** Vgl. Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus: »Physische Attraktivität und individuelles Leistungsverhalten. Oder: Warum und wann unattraktive Männer die besseren Fußballer sind.« URL: [http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt\\_10\\_01.pdf](http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt_10_01.pdf), Stand: 29.12.2015, S. 53

**252** Vgl. Price, Michael / Brown, Stuart / Dukes, Amber / Kang, Jinsheng: »Bodily attractiveness and egalitarianism are negatively related in males.« URL: [https://www.researchgate.net/publication/272096965\\_Bodily\\_Attractiveness\\_and\\_Egalitarianism\\_are\\_Negatively\\_Related\\_in\\_Males](https://www.researchgate.net/publication/272096965_Bodily_Attractiveness_and_Egalitarianism_are_Negatively_Related_in_Males), Stand: 30.12.2015, S. 141

Diejenigen Wirkungsmechanismen, die dazu führen, dass von Attraktivität feldübergreifend soziale Ungleichheit ausgehen kann, sind von der Attraktivitätsforschung detailliert herausgearbeitet worden. Den Ausgangspunkt bildet der *Attractiveness Consensus*. Damit soll zum Ausdruck gebracht werden, dass es ein hohes Maß an Übereinstimmung zwischen RaterInnen gibt, wenn diese dazu aufgefordert werden, ihren Mitmenschen bestimmte Attraktivitätslevels zuzuordnen. Der Effekt von Geschmacksunterschieden, die zu variierenden Attraktivitätsbeurteilungen führen, wird in der Attraktivitätsforschung als marginal und vernachlässigbar beschrieben. Das hohe Maß an Übereinstimmung wird damit erklärt, dass es klar benennbare objektive Merkmale gibt, anhand derer davon gesprochen werden kann, ob Männer bzw. Frauen attraktiv sind.<sup>253</sup> Da es diesen gesamtgesellschaftlichen Konsens im Hinblick auf die Attraktivitätsbeurteilungen gibt, lässt sich klar sagen, wem die weiteren Wirkungsmechanismen physischer Attraktivität zum Vorteil bzw. Nachteil gereichen werden.

Ein weiterer Vorteil eines attraktiven Äußeren besteht im *Attractiveness Attention Boost*. Attraktive Menschen bekommen von ihrem sozialen Umfeld mehr Aufmerksamkeit geschenkt, ihre Aussagen und Handlungen werden von ihren Mitmenschen intensiver und länger memoriert.<sup>254</sup> Für Säuglinge konnte beispielsweise in mehreren Studien nachgewiesen werden, dass sie attraktive Gesichter länger betrachten.<sup>255</sup> Außerdem ist in zwei von MANER et al. durchgeführten Studien festgestellt worden, dass insbesondere *sexuell uneingeschränkte Individuen* – gemeint sind Personen, die kurzfristige körperliche Beziehungen ohne emotionale Bindungen präferieren - dazu neigen, Gesichter von attraktiven Personen des anderen Geschlechts signifikant länger zu betrachten.<sup>256</sup> Ausgehend von den Forschungsergebnissen, die von MANERS et al. erzielt worden sind, lässt sich Folgendes ableiten: Dem *Attractiveness Attention Boost* kann keine universelle Wirkmächtigkeit bescheinigt werden. Stattdessen variiert die Wahrnehmung anderer Personen auch in Abhängigkeit von sozialen Einstellungsmustern.

Außerdem existiert ein *Halo-Effekt*. Basierend auf dem ersten Eindruck, der bedingt durch das äußere Erscheinungsbild einer Person gewonnen wird, werden alle weiteren Informationsverarbeitungsprozesse beeinflusst. Das bei einer Person wahrgenommene Attraktivitätslevel führt dazu, dass dieser Person bestimmte Persönlichkeitsmerkmale zugeordnet werden, ohne dass man diese Person richtig kennt. Dieser Prozess wird auch als *Attractiveness Stereotype* umschrieben. Dabei ist entscheidend, dass attraktiven Menschen überwiegend positive Eigenschaften – sie gelten als intelligenter, durchsetzungsfähiger,

**253** Vgl. Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus: »Physical attractiveness and monetary success in German Bundesliga.« URL: <https://www.researchgate.net/requests/r15522443> (Der Artikel kann nur geöffnet werden, sofern zuvor ein Account bei Researchgate erstellt worden ist und Herr Prof. Dr. Rosar eine Nutzungserlaubnis erteilt hat), Stand: 10.01.2016, S. 5-6

**254** Vgl. Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus: »Physische Attraktivität und individuelles Leistungsverhalten. Oder: Warum und wann unattraktive Männer die besseren Fußballer sind.« URL: [http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt\\_10\\_01.pdf](http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt_10_01.pdf), Stand: 29.12.2015, S. 53

**255** Vgl. Salin, Sarah: »Schöne Menschen sind klar im Vorteil.« URL: <http://www.welt.de/gesundheit/psychologie/article13418959/Schoene-Menschen-sind-klar-im-Vorteil.html>, Stand: 19.01.2016

**256** Vgl. Maner, Jon / Gailliot, Matthew / Rouby, Aaron / Miller, Saul: »Can't take my eyes off you: Attentional adhesion to mates and rivals.« In: »Journal of Personality and Social Psychology.«, Vol. 93, No. 3, 2007. S. 390-392 und S. 394-395

leistungsfähiger, sozialer usw. – zugeschrieben werden, während weniger attraktiven Menschen überwiegend negative Eigenschaften zugeschrieben werden.<sup>257</sup>

Der erste positive Eindruck, der bedingt durch das attraktive Aussehen einer Person entstanden ist, wird durch Formen des Fehlverhaltens, die im Widerspruch zu dieser positiven Wahrnehmung stehen, nur bedingt revidiert. Dies hängt mit dem *Attractiveness Glamour Effect* zusammen. Fehler attraktiver Menschen werden häufiger auf externe Faktoren zurückgeführt oder bagatellisiert.<sup>258</sup>

Außerdem wird attraktiven Personen, sofern sie einen Fehler begangen haben, häufiger Hilfe bzw. Unterstützung von ihren Mitmenschen angeboten. Dieses Phänomen heißt *Attractiveness Treatment Advantage* und führt u.a. dazu, dass Personen mit einem guten Aussehen in Alltagssituationen höflicher begegnet wird.<sup>259</sup>

Diese Wirkungsmechanismen führen für sich alleine und indem sie Wechselwirkungen miteinander eingehen, zu dem oben beschriebenen *Attractiveness Competition Advantage*.

### 7.2.2.2

## Operationalisierung von Attraktivität

Es ist wichtig zu verstehen, welche Merkmale ein attraktives Äußeres bei Männern und Frauen ausmachen, damit überprüft werden kann, ob diejenigen Forschungsarbeiten, die untersucht haben, wie die Attraktivitätslevels von SportlerInnen die Sportberichterstattung beeinflussen, mit sinnvollen Operationalisierungen der unabhängigen Variable »*physische Attraktivität*« gearbeitet haben.

Da Attraktivität inzwischen auch als ein Persönlichkeitsmerkmal angesehen wird, das die Chancen auf dem Arbeitsmarkt verbessert<sup>260</sup>, verwundert es angesichts dieser feldübergreifenden Bedeutung, die dem Merkmal Attraktivität zugeschrieben wird, nicht, dass die sogenannte *Science of Beauty* hinsichtlich der Anzahl ihrer wissenschaftlichen Publikationen deutlich zugenommen hat. 1974 gab es nur 50 diesem Themenbereich zuzuordnende

**257** Vgl. Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus: »Physical attractiveness and monetary success in German Bundesliga.« URL: <https://www.researchgate.net/requests/r15522443> (Der Artikel kann nur geöffnet werden, sofern zuvor ein Account bei Researchgate erstellt worden ist und Herr Prof. Dr. Rosar eine Nutzungserlaubnis erteilt hat), Stand: 10.01.2016, S. 3

**258** Vgl. Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus: »Sind Sportreporter die objektiveren Beobachter? Eine vergleichende Untersuchung zur Beeinflussung professioneller Leistungsurteile durch die physische Attraktivität von Spitzenfußballern.« URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12662-013-0306-8> (Zugang ist käuflich erworben worden), Stand: 29.12.2015, S. 209

**259** Vgl. Ebenda S. 209

**260** Vgl. Dangendorf, Sarah: »Kleine Mädchen und High Heels. Über die visuelle Sexualisierung frühadoleszenter Mädchen.« Bielefeld: Transcript Verlag, 2012. S. 54

wissenschaftliche Publikationen, 1997 waren es bereits knapp 1000.<sup>261</sup> Dementsprechend gibt es zahlreiche unterschiedliche Ansätze, um sich dem Begriff *Attraktivität* anzunähern. Die Vielfältigkeit dieses Begriffes zeigt sich u.a. daran, dass die Kriterien, die Schönheit bzw. Attraktivität auszeichnen, in Abhängigkeit vom Untersuchungsgegenstand stark variieren, so unterliegt eine schöne Landschaft z.B. gänzlich anderen Kriterien als eine schöne Physiognomie.<sup>262</sup>

In einem ersten Schritt werden die wichtigsten Argumente derjenigen VertreterInnen aus dem Bereich der Attraktivitätsforschung vorgestellt, die davon ausgehen, dass sich Attraktivität nicht adäquat operationalisieren lässt.

DEUFLHARD etwa, sich der Forschungsfrage widmend, welche Kriterien ein schönes Gesicht ausmachen, kommt, nachdem von ihm die Forschungsdisziplinen Philosophie, Psychologie, Anthropologie und Evolutionsbiologie untersucht worden sind, zu folgendem Ergebnis: Es gibt keinen universellen Schönheitsbegriff, der unabhängig vom sozialen und historischen Kontext greift.<sup>263</sup> Welche Bedeutung beim Schönheitsdenken dem sozialen und historischen Kontext zukommt, veranschaulicht RUBNER am Beispiel der *Venus von Willendorf*. Diese Figur einer korpulenten Frau, die vor knapp 25.000 Jahren entstanden ist, spiegelt das weibliche Schönheitsideal der damaligen Zeit wider. In einer Zeit, die von einer sehr hohen Sterblichkeit geprägt war, wirkten die für Fruchtbarkeit und Vitalität stehenden Rundungen der *Venus von Willendorf* attraktiv auf Zeitgenossen.<sup>264</sup> Für die postindustriellen Gesellschaften ergibt sich zu Beginn des 21. Jahrhunderts ein gänzlich anderes Schönheitsideal, das PENZ mit dem Begriff *pluralistische Schönheitsdemokratie* umschreibt.<sup>265</sup> Darunter versteht PENZ Folgendes:

*»Der Individualisierungsprozeß, in dem das »autonome Ich« zur wichtigsten sozialen Instanz aufsteigt, zeigt sich auch auf dem Gebiet der körperlichen Ästhetisierung in mehrfacher Hinsicht, etwa in der breiten Auffächerung von Schönheitsbildern. Der relativ einfache beziehungsweise homogene Schönheitskanon des Körpers der ersten Jahrhunderthälfte löst sich auf. An seine Stelle tritt eine popularkulturelle Vielfalt an Schönheitsikonen: Der androgyne Popstar, das feenhafte Model oder die großbusige Porno-Queen werden zu ernsthaften Konkurrenten traditioneller Schönheit, wobei die neuen Idole auch Nachahmungsprozesse in*

**261** Vgl. Deuffhard, Peter: »Was ist ein schönes Gesicht? Auf der Suche nach Kriterien.« In: »Ist Schönheit messbar? Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. Jahrgang 38. Heft 152.« Klein, Wolfgang / Schnell, Ralf / Haubrichs, Wolfgang / Franceschini, Rita (Hrsg.) Stuttgart – Weimar: Verlag J.B. Metzler, 2008. S. 56

**262** Vgl. Klein, Wolfgang: »Einleitung.« In: »Ist Schönheit messbar? Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. Jahrgang 38. Heft 152.« Klein, Wolfgang / Schnell, Ralf / Haubrichs, Wolfgang / Franceschini, Rita (Hrsg.) Stuttgart – Weimar: Verlag J.B. Metzler, 2008. S. 6

**263** Vgl. Deuffhard, Peter: »Was ist ein schönes Gesicht? Auf der Suche nach Kriterien.« In: »Ist Schönheit messbar? Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. Jahrgang 38. Heft 152.« Klein, Wolfgang / Schnell, Ralf / Haubrichs, Wolfgang / Franceschini, Rita (Hrsg.) Stuttgart – Weimar: Verlag J.B. Metzler, 2008. S. 67

**264** Vgl. Rubner, Jeanne: »Die Verheißung von Glück. Schönheitsideal im Wandel.« URL: <http://www.sueddeutsche.de/leben/schoenheitsideal-im-wandel-die-verheissung-von-glueck-1.1257395>, Stand: 11.04.2015

**265** Vgl. Penz, Otto: »Metamorphosen der Schönheit. Eine Kulturgeschichte moderner Körperlichkeit.« Wien: Verlag Turia + Kant, 2001. S. 215

*Gang setzen, wie zum Beispiel aus der Selbststilisierung verschiedener Musikfangemeinden, etwa der »Hip Hop«-Szene, ersichtlich wird.«<sup>266</sup>*

Im Bereich der Attraktivitätsforschung überwiegen aber diejenigen Stimmen, die in Analogie zum *Attractiveness Consensus* davon ausgehen, dass sich Attraktivität anhand von zwei Dimensionen eindeutig erfassen lässt. Hierbei handelt es sich um die Dimensionen Gesichtsstruktur und Körperbau. Da in diesem Zweig der Attraktivitätsforschung häufig der Standpunkt vertreten wird, dass zwischen Körperbau- und Gesichtsmerkmalen keine Gewichtung vorgenommen werden darf, da beide Dimensionen für die Beurteilung der Gesamtattraktivität einer Person gleich wichtig sind, wobei diese Annahme empirisch bestätigt worden ist<sup>267</sup>, wird der Forschungsstand zu beiden Dimensionen physischer Attraktivität ausführlich beleuchtet. Zunächst soll geklärt werden, welche Merkmale ein attraktives Gesicht ausmachen.

Was die Beurteilung attraktiver Gesichter anbelangt, werden in der Attraktivitätsforschung zwei unterschiedliche Ansätze vertreten. Ein Ansatz besteht darin, dass Attraktivität mit Durchschnittlichkeit gleichgesetzt wird, die andere Variante geht derart vor, dass Schönheit über die Ausprägung bestimmter Merkmale erfasst wird.

VerfechterInnen der Durchschnittshypothese, zu denen u.a. der Anthropologe Francis Galton zählte, argumentieren häufig mit evolutionsbiologischen Ansätzen. Durchschnittlichkeit wird mit guten Genen, welche frei von Abnormalitäten und Krankheiten sind, gleichgesetzt.<sup>268</sup>

Häufig wird Symmetrie mit Durchschnittlichkeit gleichgesetzt. GRÜNDL et al. haben aber nachweisen können, dass Symmetrie kein wichtiger Faktor ist, wenn es darum geht, die Attraktivität männlicher und weiblicher Gesichter zu ermitteln.<sup>269</sup> Stattdessen entscheidet das Merkmal »*Ebenes Hautbild*« darüber, wie attraktiv eine Person perzipiert wird. Glatte und ebene Hautbilder werden als besonders attraktiv wahrgenommen.<sup>270</sup>

Der Sozialpsychologe Don Osborn kommt zu ähnlichen Ergebnissen. In einer von ihm publizierten Untersuchung ist überprüft worden, wie Frauen ihre Attraktivitätslevels mit Hilfe des Einsatzes von Makeup verändern können. OSBORN hat im Zuge seiner Untersuchung 100 RaterInnen – darunter 50 männliche und 50 weibliche StudentInnen – Fotos von 16 verschiedenen Frauen präsentiert. Dabei ist jede Stimulusperson einmal mit

**266** Ebenda S. 211

**267** Vgl. Osborn, Don: »Beauty is as beauty does? Makeup and posture effects on physical attractiveness judgements.« In: »Journal of Applied Social Psychology.« 26, 1, 1996. S. 33

**268** Vgl. Gründl, Martin / Braun, Christoph / Marberger, Claus / Scherber, Christoph: »Beautycheck. Ursachen und Folgen von Attraktivität.« URL: [http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty\\_mi\\_zensiert.pdf](http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty_mi_zensiert.pdf), Stand: 03.12.2015, S. 10

**269** Vgl. Ebenda S. 21-24 und S. 37-38

**270** Vgl. Ebenda S. 39-40

und einmal ohne Makeup präsentiert worden. Es hat sich gezeigt, dass die präsentierten Frauen, nachdem sie mit Makeup gezeigt worden sind, mehr positive Eigenschaftszuschreibungen erhalten – analog zum *Attractiveness Stereotype* werden sie als sozialer, durchsetzungsfähiger, intelligenter, gesünder und fruchtbarer eingestuft – und signifikant häufiger höhere Attraktivitätslevels von den RaterInnen zugewiesen bekommen haben. Auch dieses Forschungsergebnis lässt sich derart interpretieren, dass das Merkmal »*ebenes und glattes Hautbild*«, in diesem Fall induziert durch den Einsatz von Makeup, für die Beurteilung der Gesichtsattraktivität von hoher Bedeutung ist.<sup>271</sup>

OSBORN hat in seinem Forschungsdesign darauf geachtet, dass auf den präsentierten Fotos die strukturellen Faktoren der Attraktivitätsbeurteilung konstant gehalten worden sind. Die Fotopaare durften sich hinsichtlich der Merkmale Augenhöhe, Wangenbreite, Nasengröße und Breite des Lächelns nicht voneinander unterscheiden.<sup>272</sup> Indem OSBORN dieses Vorgehen gewählt hat und damit die Ausprägung von Einzelmerkmalen als entscheidend für die Attraktivitätsbeurteilung eines Gesichts ansieht, geht er mit CUNNINGHAMS *Theorie der Merkmalsausprägungen* konform.

Der Psychologe und Kommunikationswissenschaftler Michael R. Cunningham vertritt in dieser Theorie den Standpunkt, dass attraktive Gesichter aus der Kombination nicht durchschnittlicher Gesichtsmerkmale entstehen. Dabei akzentuiert CUNNINGHAM die Bedeutung der Bereiche *Kindchenschema*, *Reifezeichen* und *expressive Ausdrucksfeatures*. Sobald diese drei physiognomischen Variablen stark ausgeprägt sind, können Individuen damit rechnen, dass ihre Gesichter im sozial erwünschten Sinne als sehr attraktiv eingestuft werden.<sup>273</sup>

CUNNINGHAM führt große Augen, einen stark ausgeprägten Stirnbereich, breite Wangen, kleine Kinn- und Nasenpartien als wesentliche Merkmale des *Kindchenschemas* an. Mit diesen Merkmalen werden Jugendlichkeit, Gesundheit und Fruchtbarkeit assoziiert. Als *Reifezeichen* führt CUNNINGHAM u.a. kleine Stirn- und Augenpartien, sowie große Nasen und stark ausgeprägte Wangenknochen an.<sup>274</sup> Da sich die *Reifezeichen* insbesondere nach der Pubertät herausbilden und die Wirkungsrichtung der Pubertät geschlechtlich variiert, unterscheiden sich die Reifezeichen teilweise geschlechtsbedingt. So zählen nur bei Männern starker Bartwuchs und eine auffällige Kinnpartie zu den *Reifezeichen*.<sup>275</sup> Im Bezug auf die *Ausdrucksfeatures* gibt es keine geschlechtsspezifischen Unterschiede.

**271** Vgl. Osborn, Don: »Beauty is as beauty does? Makeup and posture effects on physical attractiveness judgements.« In: »Journal of Applied Social Psychology.« 26, 1, 1996. S. 35-36 und S. 40-41

**272** Vgl. Ebenda S. 36

**273** Vgl. Gründl, Martin / Braun, Christoph / Marberger, Claus / Scherber, Christoph: »Beautycheck. Ursachen und Folgen von Attraktivität.« URL: [http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty\\_mi\\_zensiert.pdf](http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty_mi_zensiert.pdf), Stand: 03.12.2015, S. 9

**274** Vgl. Cunningham, Michael: »Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty.« In: »Journal of Personality and Social Psychology.«, Volume 50, No. 5, 1986. S. 926

**275** Vgl. Gründl, Martin / Braun, Christoph / Marberger, Claus / Scherber, Christoph: »Beautycheck. Ursachen und Folgen von Attraktivität.« URL: [http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty\\_mi\\_zensiert.pdf](http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty_mi_zensiert.pdf), Stand: 03.12.2015, S. 8

Geschlechterübergreifend ist damit eine Mimik gemeint, die positive Emotionen zum Ausdruck bringt. Diese positive Mimik, die insbesondere mittels hochgezogener Augenbrauen, einem breiten Lächeln und vergrößerter Pupillen vermittelt wird, hat höhere Attraktivitätsbeurteilungen zur Folge.<sup>276</sup>

Dass die *Ausdrucksfeatures* geschlechterübergreifend eine bedeutende Rolle spielen, zeigt eine empirische Untersuchung, die von Harry Reis et al. durchgeführt worden ist. REIS et al. haben eine Versuchsanordnung gewählt, wobei StudentInnen Fotos von Frauen und Männern gezeigt worden sind, die einmal mit lachendem und einmal mit neutralem Gesichtsausdruck präsentiert worden sind. Dabei hat sich, bezogen auf die Stimulipersonen, geschlechterübergreifend auf allen Attraktivitätslevels – es sind die Attraktivitätslevels geringe, mittlere und hohe Attraktivität gebildet worden – nachweisen lassen, dass lachende Personen als attraktiver beurteilt werden und ihnen zugleich mehr positive Persönlichkeitsmerkmale (u.a. sozialer, kompetenter, unabhängiger) zugeschrieben werden.<sup>277</sup>

Es bleibt festzuhalten: Der aktuelle Forschungsstand lässt vermuten, dass Cunninghams *Theorie der Merkmalsausprägungen* korrekt ist. Geschlechterübergreifend werden Gesichter, die eine Kombination der von Cunningham als relevant beschriebenen Merkmale vorweisen können, als attraktiver beurteilt. Nun soll beleuchtet werden, was nach aktuellem Forschungsstand attraktive männliche und weibliche Körper ausmacht.

TOVÉE und CORNELISSEN haben sich damit auseinandergesetzt, was insbesondere die Attraktivität weiblicher Körper ausmacht. Hierfür haben sie eine Versuchsanordnung gewählt, bei der StudentInnen Fotos von Frauen gezeigt worden sind, deren Körper sowohl frontal als auch seitlich fotografiert worden waren. Auf diesen Ganzkörperfotos mussten die Frauen figurbetonte Kleidung, bestehend aus einem Trainingsanzug und einer Leggings, tragen. Um zu verhindern, dass die RaterInnen bei ihren Beurteilungen von den Gesichtern der Stimulipersonen beeinflusst werden, mussten die fotografierten Frauen Masken tragen. Im Zuge der Untersuchung ist festgestellt worden, dass sich mit Hilfe des sogenannten *WHR-Wertes (Waist-Hip-Ratio)* – dieser Wert gibt an, in welchem Verhältnis die Breite der Taille zur Breite der Hüfte steht – die körperliche Attraktivität einer Frau nur bedingt vorhersagen lässt. Zumindest eine schwache negative Korrelation zwischen dem *WHR-Wert* und dem Attraktivitätslevel einer Frau konnte festgestellt werden. Geringe WHR-Werte führen dazu, dass der weibliche Körperbau als besonders attraktiv eingestuft wird.<sup>278</sup>

**276** Vgl. Cunningham, Michael: »Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty.« In: »Journal of Personality and Social Psychology.«, Volume 50, No. 5, 1986. S. 927

**277** Vgl. Reis, Harry / Wilson, Ilona / Monestere, Carla / Bernstein, Stuart / Clark, Kelly / Seidl, Edward / Franco, Michelle / Gioioso, Ezia / Freeman, Lori / Radoane, Kimberly: »What is smiling is beautiful and good.« In: »European Journal of Social Psychology.« Vol. 20, 1990. S. 261 und S. 263-264

**278** Vgl. Tovée, Martin / Cornelissen, Piers: »Female and male perceptions of female physical attractiveness in front-view and profile.« In: »British Journal of Psychology.« Vol. 92, 2001. S. 393-394

Als optimaler Prädiktor für die körperliche Attraktivität von Frauen hat sich im Zuge der Studie aber der *BMI-Wert (Body-Mass-Index)* – hierbei wird die Größe eines Körpers in Beziehung zum Körpergewicht gesetzt – herauskristallisiert. Geschlechterübergreifend haben die RaterInnen insbesondere diejenigen Frauen, deren *BMI-Wert* zwischen 18 und 20 gelegen hat, als besonders attraktiv bewertet.<sup>279</sup>

Dass die RaterInnen geschlechterübergreifend zu ähnlichen Einschätzungen gekommen sind, bestätigt die *Theorie der PartnerInnenauswahl*. In dieser Theorie wird davon ausgegangen, dass Männer und Frauen sowohl die Attraktivität von Personen des eigenen Geschlechts als auch von Personen des anderen Geschlechts adäquat beurteilen können.<sup>280</sup>

Während TOVÉE und CORNELISSEN zumindest teilweise an der Zweckmäßigkeit des *WHR-Wertes* zweifeln, sehen zahlreiche Forschungsarbeiten aus dem Bereich der Attraktivitätsforschung den *WHR-Wert* als optimalen Prädiktor hinsichtlich der Beurteilung der körperlichen Attraktivität von Frauen an. Die Forschungsergebnisse der Psychologinnen Jaime M. Cloud und Carin Perilloux stützen diese Sichtweise. Nachdem heterosexuelle RaterInnen von CLOUD und PERILLOUX dazu aufgefordert worden waren, weibliche Körper zu zeichnen, die nach Ansicht der RaterInnen von Männern als besonders attraktiv wahrgenommen werden würden, wurden geschlechterübergreifend insbesondere weibliche Körper mit sehr geringen *WHR-Werten* gezeichnet.<sup>281</sup>

Dass es nicht nur ein hohes Maß an geschlechterübergreifender Übereinstimmung gibt, wenn RaterInnen die Attraktivität weiblicher Körper beurteilen sollen, sondern auch, wenn RaterInnen männlichen Körpern Attraktivitätslevels zuordnen sollen, lässt sich empirisch nachweisen. Als Beleg kann die soeben beschriebene Studie von CLOUD und PERILLOUX herangezogen werden. Die RaterInnen sollten auch attraktive männliche Körper zeichnen. Dabei hat sich geschlechterübergreifend gezeigt, dass von den RaterInnen insbesondere männliche Körper mit einem hohen *SHR-Wert (Shoulder-Hip-Ratio)* gezeichnet worden sind. Außerdem haben die RaterInnen männliche Körper mit hohen *WHR-* und geringen *WSR-Werten (Waist-Shoulder-Ratio)* als besonders attraktiv eingestuft. Die Forscherinnen haben diese Zahlenwerte, die bereits in früheren Studien von anderen ForscherInnen ermittelt werden konnten, damit erklärt, dass hohe *SHR-* und *WHR-Werte* bzw. geringe *WSR-Werte* insbesondere bei muskulösen Männern vorkommen.<sup>282</sup>

Die Attraktivitätsforschung versucht die weibliche Präferenz für muskulöse Männer insbesondere evolutionsbiologisch zu erklären. Da Männer im Vergleich zu Frauen durchschnittlich 75 Prozent mehr Muskelmasse in den Armen haben – bezogen auf den untrainierten Zustand – und deshalb mit Hilfe des Oberkörpers 90 Prozent mehr Kraft

**279** Vgl. Ebenda S. 394

**280** Vgl. Ebenda S. 397

**281** Vgl. Cloud, Jaime / Perilloux, Carin: »Drawing« conclusions about perceptions of ideal male and female body shapes.«  
URL: [https://www.researchgate.net/publication/276513535\\_Drawing\\_Conclusions\\_About\\_Perceptions\\_of\\_Ideal\\_Male\\_and\\_Female\\_Body\\_Shapes](https://www.researchgate.net/publication/276513535_Drawing_Conclusions_About_Perceptions_of_Ideal_Male_and_Female_Body_Shapes), Stand: 30.12.2015, S. 165-166

**282** Vgl. Ebenda S. 165-169

entfalten können, hätten Frauen insbesondere in früheren Jahrhunderten nach Schutz bei starken Partnern gesucht.<sup>283</sup> Wenn auch bezweifelt werden darf, dass die Suche nach Schutz weiterhin das primäre Motiv von Frauen ist, die in den westlichen postindustriellen Wissensgesellschaften des 21. Jahrhunderts nach potentiellen Partnern suchen, muss dennoch festgehalten werden, dass der aktuelle Forschungsstand eindeutig ist: Frauen bevorzugen Männer mit einem »umgekehrten Dreieck«. Dieser Terminus dient als Umschreibung für eine muskulöse Form des männlichen Körperbaus, wobei eine schmale Taille und ein breiter Brustkorb bzw. breite Schultern vorliegen.<sup>284</sup>

Abschließend lässt sich sagen, dass bei der Beurteilung männlicher und weiblicher Körper geschlechtlich variierende Bewertungskriterien herangezogen werden. Während männliche Körper insbesondere dann als attraktiv eingestuft werden, wenn sie über muskulöse Oberkörper verfügen, wird bei Frauen insbesondere auf den Unterkörper – genauer gesagt auf das Taillen-Hüften-Verhältnis – geachtet. Was die Attraktivitätsurteile über den männlichen und weiblichen Körperbau anbelangt, gibt es bei den RaterInnen ein hohes Maß an geschlechterübergreifender Übereinstimmung. Dieses hohe Maß an Übereinstimmung lässt sich mit dem *Attractiveness Consensus* und der *Theorie der PartnerInnenauswahl* erklären.

### 7.2.2.3

#### Attraktivitätsforschung im Feld der Sportprintmedien

Nun gilt es zu klären, welche Forschungsergebnisse, die Bedeutung von Attraktivität für AthletInnen im Feld der Sportprintmedien betreffend, vorliegen. Insbesondere gilt es zu überprüfen, ob entsprechende Forschungsarbeiten die wichtigsten Erkenntnisse der Attraktivitätsforschung ausreichend berücksichtigt haben. In diesem Kontext stellt sich die Anschlussfrage, ob die Sportredaktionen in Deutschland einen *Attractiveness Competition Advantage* zulassen. Oder um es anders zu formulieren: Gehen die Sportredaktionen mit attraktiven SportlerInnen anders um als mit weniger attraktiven AthletInnen?

In zahlreichen Forschungsarbeiten aus dem Bereich Frauen- und Geschlechterforschung wird die massenmediale Kommunikation in Deutschland nicht nur wegen der Verbindung von idealisierter Weiblichkeit mit Passivität<sup>285</sup>, sondern auch aufgrund der

**283** Vgl. Price, Michael / Brown, Stuart / Dukes, Amber / Kang, Jinsheng: »Bodily attractiveness and egalitarianism are negatively related in males.« URL: [https://www.researchgate.net/publication/272096965\\_Bodily\\_Attractiveness\\_and\\_Egalitarianism\\_are\\_Negatively\\_Related\\_in\\_Males](https://www.researchgate.net/publication/272096965_Bodily_Attractiveness_and_Egalitarianism_are_Negatively_Related_in_Males), Stand: 30.12.2015, S. 142

**284** Vgl. Tovée, Martin / Cornelissen, Piers / Maisey, D.S. / Vale, E.L.E.: »Characteristics of male attractiveness for women.« URL: [https://www.researchgate.net/publication/13066910\\_Characteristics\\_of\\_male\\_attractiveness\\_for\\_women](https://www.researchgate.net/publication/13066910_Characteristics_of_male_attractiveness_for_women), Stand: 30.12.2015, S. 1500

**285** Vgl. Cornelißen, Waltraud: »Die geschlechtsspezifische Rezeption von Männer- und Frauenbildern im deutschen Fernsehen.« In: »Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Kommunikation: Ein Textbuch zur Einführung.« Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (Hrsg.). Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, 1994. S. 181

Verknüpfung von Attraktivität mit idealisierter Weiblichkeit kritisiert.<sup>286</sup> Innerhalb des Feldes der *Produktion kultureller Güter* wird auch den Sportmedien vorgeworfen, dass sie Probleme damit hätten, Athletinnen jenseits der Attraktivitätsnorm zu inszenieren, da Neuformulierungen und Umdeutungen der bestehenden Geschlechternormen zu Quoten- und Absatzeinbrüchen führen könnten.<sup>287</sup>

In der Forschungsliteratur wird in diesem Zusammenhang häufig der Terminus *Kournikova-Syndrom* – bei Anna Kournikova handelt es sich um eine ehemalige russische Profi-Tennispielerin, die während ihrer aktiven Zeit aufgrund ihres sportlichen Leistungsvermögens weniger als eine Million Dollar an Prämien bei *Women's Tennis Association* (WTA) Turnieren eingenommen hat, aber im selben Zeitraum mehr als 15 Millionen Dollar mit Werbeverträgen verdient hat<sup>288</sup> – verwendet. Damit soll zum Ausdruck gebracht werden, dass für die Massenmedien und die SponsorInnen die physische Attraktivität einer Sportlerin von größerer Bedeutung ist als ihre sportlichen Fähigkeiten.<sup>289</sup>

Das *Kournikova-Syndrom* kann analog zum *Attractiveness Attention Boost* derart gedeutet werden, dass attraktive Sportlerinnen mehr Berichterstattungsfläche erhalten, als ihnen aufgrund ihrer sportlichen Leistungen objektiv zustehen würde. Da die SponsorInnen primär nach AthletInnen suchen, die möglichst viele potentielle KonsumentInnen ansprechen, würde mit diesem medialen *Attention Boost* einhergehen, dass die attraktiven Sportlerinnen zugleich einen *Competition Advantage* haben. Mit Hilfe der von den SponsorInnen zur Verfügung gestellten Gelder, können sie sich vollumfänglich auf die Optimierung ihrer sportlichen Fähigkeiten konzentrieren. Im Gegensatz zu Konkurrentinnen, die keine ausreichende Unterstützung von SponsorInnen erhalten und deshalb neben dem Sport anderen Berufen nachgehen müssen. CRAMER, GRANITZ und CREEDON verwenden in diesem Zusammenhang den Begriff *Hype*. Der sich um SportlerInnen herum aufbauende gesellschaftliche *Hype* sorgt dafür, dass die Sportveranstaltungen von *gehypten* AthletInnen gut besucht werden und diese von SponsorInnen gut dotierte Verträge erhalten.<sup>290</sup> Eine intensivere mediale Berichterstattung über attraktive Sportlerinnen würde dazu führen, dass diese von den Sportredaktionen mehr Unterstützung erhalten, wenn es darum geht, einen entsprechenden personenbezogenen *Hype* entstehen zu lassen.

**286** Vgl. Schmerl, Christiane: »Die schönen Leichen aus Chromdioxid und aus Papier: Frauenbilder in der Werbung.« In: »Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation: Ein Textbuch zur Einführung.« Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (Hrsg.). Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, 1994. S. 135

**287** Vgl. Diketmüller, Rosa: »10 Millionen vor den Fernsehern« – Frauenfußball in der medialen Darstellung.« In: »Auf den Spuren des Frauen- und Mädchenfußballs.« Sinning, Silke (Hrsg.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa, 2012. S. 190

**288** Vgl. Pfister, Gertrud: »Die Darstellung von Frauen im Mediensport – Kontinuitäten und Veränderungen.« In: »Die Sexualisierung des Sports in den Medien.« Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2011. S. 70-71

**289** Vgl. Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe: »Medienpräsenz von Sportlerinnen – Emanzipation oder Sexualisierung?« URL: <http://www.bpb.de/apuz/33339/medienpraesenz-von-sportlerinnen-emanzipation-oder-sexualisierung?p=0>, Stand: 11. April 2015, S. 5

**290** Vgl. Cramer, Judith / Granitz, Elizabeth / Creedon, Pamela: »Pandering or empowering? Economics and promotion of women's sports.« In: »Women, media and sport: challenging gender values.« Creedon, Pamela (Hrsg.). Thousand Oakes: SAGE Publications, 1994. S. 181

Als personifizierter Beleg dafür, dass auch bei den Sportlern die physische Attraktivität als Voraussetzung, um von den Medien thematisiert zu werden, an Bedeutung gewonnen hat, wird häufig der ehemalige englische Profifußballer David Beckham angeführt.<sup>291</sup> ZURSTIEGE stellt für den medialen Teilbereich der Werbeindustrie fest, dass in diesem Bereich eine Synthese aus Tradition und Moderne stattgefunden habe, wobei sowohl stereotype Vorstellungen von Männlichkeit (u.a. die Fokussierung auf die Leistungsfähigkeit) als auch die männliche Attraktivität bzw. der sexualisierte Blick auf den männlichen Körper thematisiert würden.<sup>292</sup> Es lässt sich, davon ausgehend, annehmen, dass auch bei den Sportlern die physische Attraktivität als Kriterium der Themen- und Bildauswahl im Bereich Sportprintmedien an Bedeutung zugenommen hat.

Einschränkend muss festgehalten werden, dass es sich beim *Kournikova-Syndrom* und beim *Beckham-Effekt* um empirisch nicht bestätigte Annahmen handelt. Es ist beispielsweise versäumt worden, RaterInnen die Attraktivität von Anna Kournikova und David Beckham bewerten zu lassen. Dabei hätten die entsprechenden Attraktivitätsscores mit Hilfe der *Truth of Consensus-Methode* leicht bestimmt werden können. KLEIN, ROSAR und HAGENAH erklären die Wirkungsweise dieser Methodik folgendermaßen:

*»Hierbei beurteilt eine Gruppe von so genannten Ratern unabhängig voneinander die Attraktivität der ihnen gezeigten Personen. Durch Verrechnung der Einzelbewertungen zu einem Mittelwert ergibt sich dann der Attraktivitätsscore der beurteilten Person. Grundlage dieses Verfahrens ist der bereits angesprochene Attraktivitätskonsens, also die Tatsache, dass die Attraktivität ein objektives Merkmal der betrachteten Person ist, das unterschiedliche Betrachter sehr ähnlich einschätzen [...]. Auf Grund der hohen intersubjektiven Übereinstimmung zwischen verschiedenen Betrachtern kann schon mit einer vergleichsweise kleinen Gruppe von Ratern eine zufriedenstellend reliable und valide Attraktivitätsmessung erfolgen. In der einschlägigen Literatur wird es gemeinhin als hinreichend erachtet, wenn die Attraktivitätsmessung auf den Urteilen von rund zwei Dutzend Ratern aufbaut. Bereits dann kann davon ausgegangen werden, dass der Attraktivitätsscore so stabil ist, dass sich auch mit einer größeren Anzahl von Ratern kaum ein anderes Ergebnis einstellen würde [...].«<sup>293</sup>*

Außerdem hätten nicht nur die Attraktivitätsscores von Kournikova und Beckham ermittelt werden müssen, sondern auch die Attraktivitätsscores derjenigen SportlerInnen, die zusammen mit Kournikova und Beckham an sportlichen Wettbewerben teilgenommen haben. Diese Notwendigkeit ergibt sich aus dem *Attractiveness Frog Pond Effect*. Damit

**291** Vgl. Zurstiege, Guido: »Männliche Attraktivität. Zur persuasiven Codierung eines Faszinationstyps.« In: »Die Sexualisierung des Sports in den Medien.« Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2011. S. 141

**292** Vgl. Ebenda S. 147-148

**293** Rosar, Ulrich / Hagenah, Jörg / Klein, Markus: »Physische Attraktivität und individuelles Leistungsverhalten. Oder: Warum und wann unattraktive Männer die besseren Fußballer sind.« URL: [http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt\\_10\\_01.pdf](http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt_10_01.pdf), Stand: 29.12.2015, S. 57

ist gemeint, dass attraktive Personen insbesondere dann aufgrund ihres guten Aussehens Vorteile genießen, wenn sie sich hinsichtlich ihrer physischen Attraktivität deutlich von ihrem sozialen Umfeld und potentiellen sozialen KonkurrentInnen abheben. Ist dies nicht möglich, weil auch das soziale Umfeld ein hohes Maß an physischer Attraktivität vorweisen kann, geht der entsprechende *Attractiveness Competition Advantage* verloren.<sup>294</sup>

Das aus dem Bereich der Werbeindustrie bekannte Prinzip, weibliche Attraktivität mit Schlankheit gleichzusetzen, weshalb im Zuge massenmedial verbreiteter Schönheitskampagnen überwiegend auf sehr schlanke weibliche Models gesetzt wird<sup>295</sup>, lässt sich in ähnlicher Weise für die visuellen Inhalte der deutschen Sportprintmedien ausmachen. KLEIN ist beispielsweise für die Sportberichterstattung des Jahres 1979 zu dem Ergebnis gekommen, dass der prozentuale Anteil der schlanken Sportlerinnen unter allen visualisierten Sportlerinnen deutlich größer ausfällt als der prozentuale Anteil der schlanken Sportler unter allen Sportlerdarstellungen. Während das Bild der Sportlerinnen in der Berichterstattung von Schlankheit geprägt ist, gibt es bei den Sportlern häufig auch muskulöse Darstellungen.<sup>296</sup> Gemäß ALFERMANN könnte dieses Forschungsergebnis wie folgt erklärt werden:

*»Männer und Frauen haben dabei unterschiedliche Standards zu erfüllen, um akzeptiert zu werden und erfolgreich zu sein. Und diese Standards sind das Resultat biologischer Prädispositionen und sozialer Normen, Erwartungen und Regeln, also von Stereotypen und Rollenerwartungen. Sie werden von früher Kindheit an vermittelt. Beispiele für geschlechtstypische Körpernormen sind: Männlich sein heißt groß, muskulös, athletisch, rau, kräftig, stark und durchsetzungsfähig. Weiblich sein heißt hübsch, zart, anmutig und schlank.«<sup>297</sup>*

Leider lassen KLEINS Forschungsergebnisse keinen Rückschluss zu, ob die Sportprintmedien 1979 gezielt Bilder von schlanken Sportlerinnen und muskulösen Sportlern bei der Bildauswahl bevorzugt haben. Dafür hätten die Forschungsergebnisse in Bezug zur Sportrealität gesetzt werden müssen. Wie hoch ist 1979 bspw. der Anteil der schlanken Sportlerinnen bei den im Sportraum aktiven Hochleistungssportlerinnen ausgefallen? Wie hoch war dieser Anteil schlanker Personen bei den Sportlern? Anhand von KLEINS Forschungsdaten lässt sich nicht hinreichend beantworten, welcher Aspekt für diese Form der geschlechtlichen Verzerrung ursächlich gewesen ist.

**294** Vgl. Rosar, Ulrich / Hagenah, Jörg / Klein, Markus: »Sind Sportreporter die objektiveren Beobachter? Eine vergleichende Untersuchung zur Beeinflussung professioneller Leistungsurteile durch die physische Attraktivität von Spitzenfußballern.« URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12662-013-0306-8> (Der Zugang zu diesem Artikel ist käuflich erworben worden), Stand: 29.12.2015, S. 209

**295** Vgl. Knopf, Kerstin: »Labeling Gender: HeteroSexismus und Calvin-Klein-Werbefotografie.« In: »Sex/ismus und Medien.« Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika (Hrsg.). Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 218

**296** Vgl. Klein, Marie-Luise: »Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Sportberichterstattung.« Bochum: Studienverlag Brockmeyer, 1986. S. 220

**297** Alfermann, Dorothee: »Geschlechterforschung im Sport. Stereotype, Vorurteile und Diskriminierung.« URL: [https://www.uni-leipzig.de/~fragen/uploads/media/Dorothee\\_Alfermann\\_Geschlechterforschung\\_im\\_Sport.pdf](https://www.uni-leipzig.de/~fragen/uploads/media/Dorothee_Alfermann_Geschlechterforschung_im_Sport.pdf), Stand: 18. April 2015, S. 3

BUBLITZ führt eine weitere körperreflexive Norm an, die im Kontext des hegemonialen massenmedialen Diskurses herangezogen wird, um idealisierte Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit zu konstruieren:

*»Der Geschlechtskörper erscheint als geschlechtlich kodierter und sexualisierter Körper, der nur solange sexuell attraktiv erscheint, als er Jugendlichkeit ausstrahlt, insofern also einem Verfallsdatum unterliegt. Besonders Frauen werden über sexuelle Attraktivität und körperliche Schönheit definiert. Der sexuell attraktive jugendliche Körper hat ein Geschlecht: es ist weiblich. Zunehmend rückt allerdings auch der männliche Körper ins medial inszenierte Blickfeld des sexuell attraktiven, schönen Körpers ein, während Männlichkeit als Geschlechternorm lange Zeit Darstellungen eines kraftvollen, mit Machtbewusstsein ausgestatteten männlichen Ideals unterworfen war. Der alternde, sexuell attraktive Körper hat auf jeden Fall ein Geschlecht; es ist männlich, während der alternde unattraktive Körper immer noch überwiegend weiblich kodiert ist. Als Elemente eines Geschlechterdispositivs unterliegen Geschlechtskörper der Verschiebung, was ihre gesellschaftliche Funktion betrifft.«<sup>298</sup>*

Ausgehend von dieser körperreflexiven Norm, wäre es zweckmäßig, auf der empirischen Ebene zu überprüfen, ob die im Sportteil visualisierten Sportlerinnen im Vergleich zu den visualisierten Sportlern über ein deutlich geringeres Durchschnittsalter verfügen. Natürlich müsste auch in diesem Fall der Ursprung einer potentiellen geschlechtlichen Verzerrung überprüft werden. Es müsste konkret untersucht werden, ob die im weiblichen Sportraum aktiven Sportlerinnen über ein geringeres Durchschnittsalter als die Aktiven im männlichen Sportraum verfügen.

Selbst diese Überprüfung würde aber nicht ausreichen, um die Frage, ob auftretende geschlechtliche Unterschiede beim Durchschnittsalter der in deutschen Sportprintmedien visualisierten SportlerInnen auf die Sportrealität oder die von BUBLITZ beschriebene körperreflexive Norm zurückzuführen sind, seriös beantworten zu können. Für eine seriöse Beantwortung dieser Frage wäre es ferner notwendig, zu ermitteln, ob die Sportlerinnen möglicherweise in jüngeren Jahren als die Sportler sportliche Erfolge erreichen.

Es lässt sich festhalten, dass die bisherigen empirischen Erkenntnisse, die hinsichtlich der Bedeutung der Attraktivität von SportlerInnen für die visuelle Ebene der Sportberichterstattung gesammelt worden sind, defizitär sind. Insbesondere im Vergleich zu den feldübergreifenden Erkenntnissen der Attraktivitätsforschung. Diese Defizite betreffen in erster Linie die Ebene der Operationalisierung.

Auf der Ebene der Körperbaumerkmale reicht es nicht aus, zu ermitteln, ob SportlerInnen über schlanke oder muskulöse Figuren verfügen, was häufig mittels der *BMI-Werte* fest-

**298** Bublitz, Hannelore: »Das Maß aller Dinge. Die Hinfälligkeit des (Geschlechts-)Körpers« In: »Medien – Körper – Geschlecht. Diskursivierungen von Materialität.« Riegra, Birgit / Spreen, Dierk / Mehlmann, Sabine (Hrsg.). Bielefeld: Transcript Verlag, 2012. S. 21-22

gestellt wird. Stattdessen muss, wie wir gesehen haben, detaillierter vorgegangen werden. Bei den SportlerInnen muss insbesondere auf das Taillen-Hüften-Verhältnis und bei den Sportlern auf die Struktur des Oberkörpers geachtet werden. Hierfür müssten die dazugehörigen *WHR*-, *SHR*-, *WSR*- und *WCR*-Werte berechnet werden.

Da in den Sportprintmedien aber Bilder präsentiert werden, die - anders als in der Attraktivitätsforschung üblich - keine klare Abgrenzung zwischen Körperbau- und Gesichtsmerkmalen vornehmen, funktioniert es nicht, mit Hilfe von Werten, die für gewisse Formen des Körperbaus stehen, den SportlerInnen Attraktivitätsscores zuzuordnen. Immerhin spielen auch die Gesichter der visualisierten SportlerInnen bei der Beurteilung ihrer Gesamtattraktivität eine entscheidende Rolle.

Außerdem darf nicht vergessen werden, dass die in den Sportprintmedien erscheinenden Fotos von SportlerInnen nicht standardisiert sind. Da es in der Attraktivitätsforschung Konsens ist, dass externe Stimuli wie Brillen, Ohringe oder Kleidungsstücke die Attraktivitätsbeurteilungen von Personen deutlich verändern können, wird in der Attraktivitätsforschung ausschließlich mit standardisierten Fotos operiert.<sup>299</sup> Da in den Sportprintmedien keine standardisierten Fotos auftauchen, ergibt sich daraus folgende Schlussfolgerung: Anhand der Fotos von SportlerInnen, die in den Printmedien auftauchen, lässt sich nicht sagen, wie attraktiv die SportlerInnen wirklich sind, sondern es lässt sich nur die Attraktivität des Settings ermitteln, in das die Sportredaktionen die SportlerInnen durch gezielte Bildauswahl einbetten.

Den Sportredaktionen stehen zahlreiche Instrumentarien zur Verfügung, wenn es darum geht, die Attraktivität der Settings festzulegen. Sollen die SportlerInnen bspw. lächelnd oder mit neutralem Gesichtsausdruck gezeigt werden? Ein weiteres Beispiel: OSBORN hat nachweisen können, dass dieselben Frauen, die zuvor in normaler und militärischer Körperhaltung gezeigt worden waren, als weniger attraktiv beurteilt wurden, sobald sie eine zusammengesackte Körperhaltung einnahmen.<sup>300</sup> Andere Studien zeigen, dass die Beurteilung der physischen Attraktivität von Männern ebenfalls von deren Körperhaltung abhängt.<sup>301</sup> Für die visualisierten Darstellungen in den Sportprintmedien bedeutet dies: Indem die Sportredaktionen Bilder auswählen, die zusammengesackte und erschöpfte SportlerInnen nach dem Wettkampf zeigen, reduzieren sie die Attraktivitätsscores der Bildmotive.

Für den methodischen Teil dieser Arbeit ergibt sich folgende Schlussfolgerung: Die durchschnittliche Attraktivität von Settings, in die SportlerInnen von den Redaktionen gerückt werden, kann unter Heranziehung der *Truth of Consensus-Methode* ermittelt

**299** Vgl. Gründl, Martin / Braun, Christoph / Marberger, Claus / Scherber, Christoph: »Beautycheck. Ursachen und Folgen von Attraktivität.« URL: [http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty\\_mi\\_zensiert.pdf](http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty_mi_zensiert.pdf), Stand: 03.12.2015, S. 16

**300** Vgl. Osborn, Don: »Beauty is as beauty does? Makeup and posture effects on physical attractiveness judgements.« In: »Journal of Applied Social Psychology.« 26, 1, 1996. S. 36 bzw. S. 42

**301** Vgl. Ebenda S. 34

werden. Es macht hingegen keinen Sinn, den visualisierten SportlerInnen bestimmte Attraktivitätsscores zuzuordnen, indem zuvor bestimmte Werte wie der *WHR*- oder der *WCR-Wert* berechnet werden. Ursächlich hierfür ist, dass in den Sportprintmedien keine standardisierten Fotos abgedruckt werden. Ergo könnten nicht alle relevanten Stimuli konstant gehalten werden.

Abschließend wäre noch zu klären, welche Bedeutung der Attraktivität von SportlerInnen auf der sprachlichen Berichterstattungsebene zukommt: KLEIN hat in ihrer Forschungsarbeit die SportlerInnen, die im Zuge der Sportberichterstattung des Jahres 1979 in Texteinheiten thematisiert worden sind, in Altersgruppen unterteilt. Dabei ist festgestellt worden, dass es bezüglich der Verteilung der Altersgruppen signifikante Unterschiede zwischen SportlerInnen und Sportlern gibt. Die thematisierten Sportler gehören im Vergleich zu den SportlerInnen viel häufiger älteren Alterskohorten an, was zur Folge hat, dass das Durchschnittsalter der Sportler deutlich über dem der SportlerInnen liegt. Dieser festgestellte geschlechtliche Unterschied fiel für alle untersuchten Zeitungen signifikant aus. KLEIN hat dieses Forschungsergebnis mit der Sportrealität des Jahres 1979 erklärt. Laut KLEIN hat sich die Sportrealität des Jahres 1979 u.a. dadurch ausgezeichnet, dass SportlerInnen im Vergleich zu Sportlern früher den Höhepunkt ihrer physiologischen Leistungsfähigkeit erreicht haben.<sup>302</sup>

KLEINS Anmerkung impliziert, dass gutes Aussehen allein nicht ausreichend ist, um von den Sportprintmedien thematisch aufgegriffen zu werden. Lediglich in Verbindung mit sportlicher Exzellenz kann gutes Aussehen hilfreich sein. Abgesehen davon, muss es, ausgehend von den Erkenntnissen der Attraktivitätsforschung, kritisch betrachtet werden, ob die Feststellung des Alters der thematisierten AthletInnen ausreicht, um diesen ein bestimmtes Attraktivitätslevel zu bescheinigen.

DUNCAN, WILLMS und MESSNER greifen KLEINS Schlussfolgerung auf und stellen für die amerikanischen Sportmedien fest, dass das *Kournikova-Syndrom* inzwischen seine Wirkmächtigkeit verloren habe und durch das *Sharapova-Syndrom* ersetzt worden sei. Die AutorInnen möchten damit zum Ausdruck bringen, dass SportlerInnen inzwischen leistungsfähig **und** gut aussehend – bei Maria Sharapova handelt es sich um eine russische TennisspielerIn, die häufig aufgrund ihrer sportlichen Erfolge in den Sportmedien thematisiert wird, wobei in vielen dieser Berichte auch auf das gute Aussehen Sharapovas eingegangen wird - sein müssen, um in den Mittelpunkt der Berichterstattung über Frauensport gerückt zu werden.<sup>303</sup> Es stellt sich die Frage, ob diese Entwicklung auch in den deutschen Sportprintmedien stattgefunden hat und geschlechterübergreifend gilt.

**302** Vgl. Klein, Marie-Luise: »Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Sportberichterstattung.« Bochum: Studienverlag Brockmeyer, 1986. S. 182-183

**303** Vgl. Duncan, Margaret / Willms, Nicole / Messner, Michael: »The Revolution Is Not Being Televised.« In: »Out of Play. Critical Essays on Gender and Sport.« Messner, Michael (Hrsg.). New York: States University of New York, 2007. S. 159

STÄMPFLI sieht es in diesem Zusammenhang als problematische Entwicklung an, dass Frauen im Gegensatz zu Männern in allen Feldern der westlichen Welt einen doppelten Standard zu erfüllen hätten, während Männer sich ausschließlich auf ihre berufliche Leistung konzentrieren könnten:

*»Denn zur Leistung einer erfolgreichen Frau gehört nicht nur ihre Kompetenz, sondern ihr gutes, d.h. schlankes Aussehen. Es gibt nirgendwo in der westlichen Welt eine erfolgreiche Managerin, Politikerin, Intendantin, Chefredakteurin, welche den natürlichen Zerfall des Alters locker, leicht und akzeptabel leben kann. Zum Leistungsausweis aller erfolgreichen Frauen gehört der Zwang, sich einigermaßen attraktiv, das heißt auch medien- und bildkonform zu erhalten.«<sup>304</sup>*

Doch werden unter den erfolgreichen SportlerInnen wirklich diejenigen besonders intensiv thematisiert, denen es gelingt, die hegemonialen Kriterien idealisierten männlichen bzw. weiblichen Aussehens zu erfüllen? Und falls dieser Standard tatsächlich Wirkmächtigkeit entfalten sollte, gilt er dann geschlechterübergreifend oder nur für die Sportlerinnen? Bisher gibt es für das Feld der deutschen Sportprintmedien nur sehr wenige Forschungsarbeiten, die eine empirische Beantwortung dieser Fragen ermöglichen würden. Auch beim *Sharapova-Syndrom* handelt es sich in erster Linie um eine Vermutung.

Aus denjenigen Forschungsarbeiten, die vorliegen, lassen sich lediglich folgende Erkenntnisse ableiten: Während in den 1970er Jahren Beschreibungen des Aussehens bei Sportlerinnen signifikant häufiger als bei Sportlern vorkamen, lassen sich seit der Jahrtausendwesende keine signifikanten geschlechtlichen Unterschiede feststellen. KLEIN kam für die Sportberichterstattung des Jahres 1979 zu dem Ergebnis, dass in 22 Prozent der Texteinheiten über Sportlerinnen das äußere Erscheinungsbild der Athletinnen thematisiert worden war. Im selben Untersuchungszeitraum befassten sich lediglich 10 Prozent der Texteinheiten über Sportler mit dem Aussehen der Athleten.<sup>305</sup>

HARTMANN-TEWS konnte für die Sportberichterstattung der Jahre 1999 und 2000 nur einen geringen geschlechtlichen Unterschied, den Anteil der Texteinheiten mit Äußerungen zum Aussehen der AthletInnen betreffend, feststellen, dieser Unterschied fiel jedoch nicht signifikant aus.<sup>306</sup>

BORNGESSER, die überprüft hat, wie in deutschen Sportprintmedien – u.a. sind die Tageszeitungen *FAZ*, *Bild*, *SZ*, *Rheinpfalz*, *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)* und *Kölner Express* untersucht worden<sup>307</sup> – über die Frauen-Fußballweltmeisterschaft 2003

**304** Stämpfli, Regula: »Die Vermessung der Frau. Von Botox, Hormonen und anderem Irrsinn.« Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus, 2013. S. 109

**305** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Germany. The 2004 Olympic Games in German Newspapers – Gender Equitable Coverage?« In: »Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage.« Bruce, Toni / Hovden, Jorid / Markula, Pirkko (Hrsg.). Rotterdam: Sense Publishers, 2010. S. 119

**306** Vgl. Ebenda S. 119

**307** Vgl. Borngesser, Wibke: »Die Frauenfußball-WM 2003 in ausgewählten Printmedien. Eine quantitative Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung.« Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2008. S. 35-40

berichtet worden ist, kommt zu dem Ergebnis, dass lediglich in 5,7 Prozent der Berichte über Fußballspielerinnen deren Aussehen thematisiert worden ist.<sup>308</sup>

Leider ist auch in BORNGESSERS Arbeit versäumt worden, das Aussehen der Spielerinnen in Bezug zu ihren sportlichen Leistungen zu setzen. Damit bleibt unklar, ob die von WESSELS für den Arbeitsmarkt getroffene Aussage, dass das Aussehen von Männern und Frauen als Selektionskriterium geschlechterübergreifend an Bedeutung gewinnt, sobald sich die JobbewerberInnen hinsichtlich ihrer fachlichen Qualifikationen und Leistungen nicht voneinander unterscheiden lassen, auch Relevanz hat, wenn die Sportredaktionen HaupthandlungsträgerInnen für ihre publizierten Texteinheiten auswählen müssen.<sup>309</sup>

Dieses Versäumnis früherer Forschungsarbeiten ist von HAGENAH, ROSAR und KLEIN nachgeholt worden. Die Forscher haben nicht nur die Attraktivitätslevels aller Fußballer, die in der Spielzeit 2007/08 in der *1. Fußball Bundesliga der Männer* eingesetzt worden sind, sondern auch die sportlichen Leistungen, welche während dieser Einsätze erbracht worden sind, ermittelt. Konkret bestand das Forschungsvorhaben darin, zu überprüfen, ob Fußballprofis, bei objektiv gleicher sportlicher Leistung, in Abhängigkeit von ihren Attraktivitätslevels unterschiedlich in den Artikeln der deutschen Sportprintmedien benotet werden.<sup>310</sup>

Nachdem alle Fußballer hinsichtlich allgemeiner und positionsbezogener Wertungskriterien beurteilt worden waren und daraus für jeden Spieler ein Gesamleistungsscore abgeleitet wurde<sup>311</sup>, sind die Forscher zu dem Ergebnis gekommen, dass die Gesichts- und Körperattraktivitätslevels der eingesetzten Fußballer fast gar keinen Effekt auf die Spielerbenotungen in allen untersuchten Sportprintmedien gehabt haben. Stattdessen orientieren sich die Leistungsbeurteilungen der Sportprintmedien ausschließlich an den objektiv gemessenen Leistungen der Fußballer.<sup>312</sup>

**308** Vgl. Diketmüller, Rosa: »10 Millionen vor den Fernsehern« – Frauenfußball in der medialen Darstellung.« In: »Auf den Spuren des Frauen- und Mädchenfußballs.« Sinning, Silke (Hrsg.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa, 2012. S. 197

**309** Vgl. Wessels, Christiane: »Meine Schönheit – mein Kapital. Ein ungewöhnlicher Blickwinkel.« URL: [http://ebfb.zentrumbildung-ekhn.de/fileadmin/erwachsenenbildung/006\\_Frauenbildung/02\\_PDFs/2\\_Schoenheit\\_mein\\_Kapital.pdf](http://ebfb.zentrumbildung-ekhn.de/fileadmin/erwachsenenbildung/006_Frauenbildung/02_PDFs/2_Schoenheit_mein_Kapital.pdf), Stand: 18. April 2015. S. 4

**310** Vgl. Rosar, Ulrich / Hagenah, Jörg / Klein, Markus: »Sind Sportreporter die objektiveren Beobachter? Eine vergleichende Untersuchung zur Beeinflussung professioneller Leistungsurteile durch die physische Attraktivität von Spitzenfußballern.« URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12662-013-0306-8> (Der Zugang zu diesem Artikel ist käuflich erworben worden), Stand: 29.12.2015, S. 207 bzw. S. 210-213

**311** Vgl. Rosar, Ulrich / Hagenah, Jörg / Klein, Markus: »Physische Attraktivität und individuelles Leistungsverhalten. Oder: Warum und wann unattraktive Männer die besseren Fußballer sind.« URL: [http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt\\_10\\_01.pdf](http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt_10_01.pdf), Stand: 29.12.2015, S. 55-56

**312** Vgl. Rosar, Ulrich / Hagenah, Jörg / Klein, Markus: »Sind Sportreporter die objektiveren Beobachter? Eine vergleichende Untersuchung zur Beeinflussung professioneller Leistungsurteile durch die physische Attraktivität von Spitzenfußballern.« URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12662-013-0306-8> (Der Zugang zu diesem Artikel ist käuflich erworben worden), Stand: 29.12.2015, S. 211 bzw. S. 216

### 7.2.3 Sexualisierung

In zahlreichen Forschungsarbeiten, die den Bereich der massenmedialen Kommunikation unter Gender-Aspekten untersucht haben, wird gegenüber den Massenmedien der Vorwurf geäußert, dass sie insbesondere Frauen sexualisieren würden.<sup>313</sup> Zunächst muss geklärt werden, was per definitionem unter Sexualisierung zu verstehen ist. Die *American Psychological Association (APA)* definiert den Begriff folgendermaßen:

*»Sexualisierung ist also dann gegeben, wenn eine Person entweder ungewollt, unangebracht oder im zu hohen Maße mit Sexualität in Verbindung gebracht wird. Jemanden oder etwas sexualisiert zu nennen, ist demnach meist eine normative Bewertung.«<sup>314</sup>*

KROLL und RÖSER sehen auf der visuellen Ebene sexualisierte Darstellungen gegeben, sofern folgende Beobachtung gemacht werden kann:

*»Die Kamera fokussiert den weiblichen Körper und rückt ihn bildlich in den Vordergrund. Auch wenn es vom Handlungskontext her nicht notwendig erscheint, wird der weibliche Körper in mehr oder weniger aufreizender Weise in Szene gesetzt. Frauen werden dadurch zum Blickfang und zum Dekorationsobjekt.«<sup>315</sup>*

An KROLLS und RÖSERS Definition ist auffällig, dass sie Sexualisierung ausschließlich als Problem von Frauen wahrnehmen. Dabei ist es durchaus vorstellbar, dass auch der männliche Körper in aufreizender Weise visualisiert wird.

Es gilt zu klären, wie in den vorliegenden Forschungsarbeiten sexualisierte und damit aufreizende Darstellungen im Kontext der Sportberichterstattung operationalisiert worden sind. Immerhin steht der Körper auf fast allen Darstellungen, da es sich beim Berichterstattungsgegenstand Hochleistungssport um ein körperzentriertes Leistungssystem handelt, im Mittelpunkt. KLEIN hat den Vorschlag gemacht, dass insbesondere Sportfotografien, welche die Bildperspektive derart verkürzen, dass mit Brust, Beine, Po usw. sexuell konnotierte Körperbereiche in den Bildmittelpunkt rücken, als sexualisierte Darstellungen bezeichnet werden sollen.<sup>316</sup> Diese Form der Fragmentierung von Körpern

**313** Vgl. Dangendorf, Sarah: »Kleine Mädchen und High Heels. Über die visuelle Sexualisierung frühadoleszenter Mädchen.« Bielefeld: Transcript Verlag, 2012. S. 21

**314** Ebenda S. 15

**315** Röser, Jutta / Kroll, Claudia: »Was Frauen und Männer vor dem Bildschirm erleben. Rezeption von Sexismus und Gewalt im Fernsehen.« Hamm: Griebisch & Rochol Druck GmbH, 1995. S. 13

**316** Vgl. Klein, Marie-Luise: »Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Sportberichterstattung.« Bochum: Studienverlag Brockmeyer, 1986. S. 199-200

liegt zahlreichen Werbekampagnen aus dem Bereich der Modeindustrie zugrunde. Der fragmentierte Körper, häufig nackt dargestellt, soll als sexualisierter Fokussierungspunkt fungieren.<sup>317</sup> Ausgehend von einer ähnlichen Definition, ist KLEIN für die Sportberichterstattung des Jahres 1979 zu dem Ergebnis gekommen, dass die Sportfotografien eine einseitige Sexualisierung des weiblichen Körpers vornehmen, während der männliche Körper nicht derart in Szene gesetzt wird.<sup>318</sup>

HARTMANN-TEWS kommt für die Sportberichterstattung der Jahre 1999 und 2000 zu dem Ergebnis, dass diese Form der visuellen Sexualisierung weiterhin signifikant häufiger bei SportlerInnen eingesetzt wird.<sup>319</sup> In den von HARTMANN-TEWS untersuchten Zeitraum fällt beispielsweise auch eine Darstellung der ehemaligen amerikanischen Fußball-NationalspielerIn Brandi Chastein, die im Bereich des Oberkörpers lediglich mit einem Sport-BH bekleidet und ohne Trikot – das Trikot war aus Gründen des Jubels ausgezogen worden – zu sehen war.<sup>320</sup>

In OSBORNS Studie zum *Makeup*-Einsatz bei Frauen ist festgestellt worden, dass die Eigenschaftszuschreibungen »sexy« und »attraktiv« stark miteinander korrelieren. Visualisierte Frauen, die von den RaterInnen als besonders attraktiv eingestuft worden sind, haben zugleich das Prädikat »sexy« erhalten.<sup>321</sup> Sollte folglich im empirischen Teil dieser Arbeit festgestellt werden, dass attraktive SportlerInnen von den Sportprintmedien einen *Attractiveness Competition Advantage* erhalten, so lässt sich aus dieser Feststellung - unter Bezugnahme auf OSBORNS Forschungsergebnisse - ableiten, dass die SportlerInnen, welche besonders sexy erscheinen, bevorzugt werden. Oder um es anders zu formulieren: Diejenigen SportlerInnen, die von den RaterInnen - analog zur *Truth of Consensus-Methode* – die höchsten durchschnittlichen Attraktivitätsscores erhalten, können zugleich als LeaderInnen des visuellen *Sexy-Rankings* aufgelistet werden. Außerdem wäre es, ebenfalls die *Truth of Consensus-Methode* nutzend, mittels RaterInnen-Befragungen möglich, zu entscheiden, welche visuellen Darstellungen der SportlerInnen als sexualisiert eingestuft werden müssen.

Um sich der Frage zu nähern, wie auf sprachlicher Ebene eine Sexualisierung von SportlerInnen erfolgen könnte, wird folgende – von KROLL und RÖSER ausgearbeitete – Definition von verbaler Sexualisierung herangezogen:

**317** Vgl. Knopf, Kerstin: »Labeling Gender: HeteroSexismus und Calvin-Klein-Werbefotografie.« In: »Sex/ismus und Medien.« Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika (Hrsg.). Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 222

**318** Vgl. Klein, Marie-Luise: »Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Sportberichterstattung.« Bochum: Studienverlag Brockmeyer, 1986. S. 200

**319** Vgl. Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina: »Die Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Sportkommunikation.« In: »Die Visualisierung des Sports in den Medien.« Schierl, Thomas (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2008. S. 123

**320** Vgl. Boesenberg, Eva: »Verkehrte Welt? Fußball und hegemoniale Männlichkeit in den USA.« In: »Fußball und Gender. Auf dem Spielfeld der Geschlechter.« Geschäftsstelle des Zentrums für transdisziplinäre Geschlechterstudien der Humboldt-Universität zu Berlin (Hrsg.). Berlin: Universitätsdruckerei der HU, 2007. S. 10

**321** Vgl. Osborn, Don: »Beauty is as beauty does? Makeup and posture effects on physical attractiveness judgements.« In: »Journal of Applied Social Psychology.« 26, 1, 1996. S. 40

»Frauen werden an ihren körperlichen Vorzügen gemessen, die immer wieder betont und hervorgehoben werden. Frauen werden damit auf ihren Körper und ihre Sexualität reduziert oder zumindest immer wieder mit dem Bereich Sexualität in Verbindung gebracht und so in erster Linie als »sexuelle Wesen« definiert.«<sup>322</sup>

Diese Definition, die sowohl für die Sportler als auch für die Sportlerinnen herangezogen werden kann, verdeutlicht: Indem der prozentuale Anteil aller Texteinheiten über Sportler bzw. Sportlerinnen festgestellt wird, in denen auf das Aussehen der AthletInnen – der Forschungsstand hinsichtlich dieses Berichterstattungsaspekts ist bereits erörtert worden – eingegangen wird, kann ermittelt werden, ob ein Geschlecht auf sprachlicher Ebene stärker von einer Sexualisierung betroffen ist. Dafür muss bei den Schilderungen zum Aussehen der AthletInnen aber zwingend zwischen *funktionalen* – Aspekte des Aussehens werden thematisiert, von denen angenommen wird, dass sie Einfluss auf die sportliche Leistungsfähigkeit der AthletInnen nehmen – und *nicht funktionalen* – Aspekte des Aussehens werden beschrieben, die für die sportliche Leistungsfähigkeit der AthletInnen irrelevant sind – *Beschreibungen des Aussehens* differenziert werden.

Lediglich *nicht funktionale Beschreibungen des Aussehens*, die mit dem Bereich Sexualität in Verbindung gebracht werden, können als verbale Sexualisierungen eingestuft werden. Wird beispielsweise in einem Artikel geschildert, dass eine Fußballstürmerin kopfballstark ist, weil sie 1,90 Meter groß ist, so müsste diese Äußerung als funktionale Beschreibung des Aussehens eingestuft werden. Das äußere Erscheinungsbild der Sportlerin wird, um bei diesem Beispiel zu bleiben, ausschließlich deshalb thematisiert, um eine Erklärung für ihre Kopfballstärke zu finden. Damit beurteilt werden kann, ob eine Beschreibung des Aussehens funktionaler oder nicht funktionaler Art ist, muss jede Texteinheit in ihrem Gesamtkontext betrachtet werden. Leider ist bei den bisherigen Forschungsarbeiten in der Regel nicht zwischen funktionalen und nicht funktionalen Beschreibungen des Aussehens differenziert worden.

**322** Röser, Jutta / Kroll, Claudia: »Was Frauen und Männer vor dem Bildschirm erleben. Rezeption von Sexismus und Gewalt im Fernsehen.« Hamm: Griebisch & Rochol Druck GmbH, 1995. S. 13





# 8

## **Zusammenfassung und Ableitung der Forschungshypothesen**

Das Entdeckungspotential  
der Hauptkategorien

# 8

## ZUSAMMENFASSUNG UND ABLEITUNG DER FORSCHUNGSHYPOTHESEN – DAS ENTDECKUNGSPOTENTIAL DER HAUPTKATEGORIEN

Die Forschungshypothesen knüpfen sowohl an die vorliegenden empirischen Forschungsergebnisse als auch an die in dieser Arbeit getroffenen theoretischen Vorüberlegungen an. Damit wird einer Empfehlung FRÜHS, der im Bezug auf die einer Inhaltsanalyse zugrundeliegenden Hypothesenbildungen dazu rät, hierbei eine Synthese aus theorie- und empiriegeleitetem Vorgehen anzustreben<sup>323</sup>, gefolgt.

In diesem Kapitel soll es aber nicht nur um die theoretische und empirische Ableitung der Forschungshypothesen gehen. Laut FRÜH sollen die Forschungshypothesen das Entdeckungspotential der Forschungsfrage widerspiegeln. Damit dies gelingen kann, müssen die in den Hypothesen auftauchenden bedeutungstragenden Begriffe benannt und definiert werden. In einem nächsten Arbeitsschritt müssen die dabei entstehenden Hauptkategorien in geeignete Unterkategorien ausdifferenziert werden.<sup>324</sup> Die Zielsetzung für dieses Kapitel lautet daher auch: Benennen der in den Hypothesen vorkommenden Hauptkategorien und Ableiten von Unterkategorien, die es ermöglichen sollen, diese bedeutungstragenden Begriffe in den Analyseeinheiten adäquat zu erfassen. Es ist wichtig, zu betonen, dass die Unterkategorien in diesem Kapitel nicht vollumfänglich beleuchtet werden sollen. Die Kodieranweisungen, welche trennscharfe Abgrenzungen zwischen den Unterkategorien ermöglichen sollen, werden teilweise im Kapitel zu den Forschungsergebnissen vorgestellt. Vollumfänglich können die Kodieranweisungen dem Anhang dieser Arbeit entnommen werden. Hierfür muss *Kapitel 17* durchgelesen werden.

**Hypothese 1: Zwischen den Sportlern und Sportlerinnen wird die Aufmerksamkeit von Seiten der *BILD Zeitung* ungleich verteilt. Der Großteil der Aufmerksamkeit geht auf sprachlicher und visueller Ebene an die Sportler.**

Warum es im Kontext einer Forschungsarbeit, welche die Konstruktion von Geschlecht im Sportteil untersuchen möchte, wichtig ist, die Aufmerksamkeitsverteilung zwischen

**323** Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 6. Auflage, 2007. S. 148

**324** Vgl. Ebenda S. 78 und S. 83

Sportlern und Sportlerinnen zu untersuchen, lässt sich mit dem theoretischen Rahmen dieser Arbeit begründen: Für diese Arbeit ist ein Leistungsbegriff gewählt worden, der die Erbringung von Höchstleistungen nur unter der Voraussetzung gegeben sieht, dass die potentiellen LeistungserbringerInnen Unterstützung von ihrem Umfeld erhalten. Die Unterstützung durch das Umfeld wird als Akt der Anerkennung angesehen, wodurch die AthletInnen mit symbolischem Kapital ausgestattet werden. Dieses symbolische Kapital führt u.a. zu neuen SponsorInnen und damit zu ökonomischem Kapital, welches es den AthletInnen erleichtert, sich auf ihr sportliches Tun zu konzentrieren, da monetäre Existenzängste wegfallen. Dementsprechend entstehen demjenigen Geschlecht, welches im Bezug auf sein sportliches Tun von Seiten der Sportprintmedien vernachlässigt bzw. unsichtbar gemacht wird, Nachteile. SponsorInnen suchen nach medial omnipräsenten SportlerInnen, die ihre Produkte vermarkten sollen. ECKES hat für Benachteiligungen, die aus dem »Un-sichtbarmachen« einer Geschlechtskategorie heraus entstehen, den Begriff *Neosexismus* entwickelt.<sup>325</sup> Außerdem zeigen die empirischen Erkenntnisse der Rezeptionsforschung, dass sich die RezipientInnen eher Meldungen zuwenden, die über eine gute Platzierung verfügen. Deshalb ist es im Hinblick auf die geschlechtliche Aufmerksamkeitsverteilung in der Sportberichterstattung auch wichtig, zu überprüfen, an welchen Stellen die Texteinheiten über und die Fotos von SportlerInnen platziert worden sind.

*Hypothese 1* und alle weiteren Forschungshypothesen sollen anhand desjenigen Sportprintmediums überprüft werden, welches im Jahr 2015 innerhalb des Feldes der täglich erscheinenden Tageszeitungen über das meiste symbolische Kapital verfügt hat. Wie im Unterkapitel 9.4 *Untersuchungsgegenstand* ausführlich dargestellt werden wird, ist diese führende feldinterne Stellung im Untersuchungszeitraum von der *BILD Zeitung* eingenommen worden. Deshalb beziehen sich alle Forschungshypothesen auf die Berichterstattung der *BILD Zeitung*.

Da *Hypothese 1* anhand der gesamten alltäglichen Sportberichterstattung (Einbeziehung aller thematisierten/visualisierten Sportarten und Leistungsklassen) überprüft werden soll und die vorliegenden Forschungsergebnisse zur gesamten alltäglichen Sportberichterstattung auf eine Marginalisierung von Sportlerinnen hindeuten, wird in dieser Hypothese von einer asymmetrischen Aufmerksamkeitsverteilung ausgegangen, welche die Sportler gegenüber den Sportlerinnen sowohl auf der sprachlichen als auch auf der visuellen Berichterstattungsebene begünstigt.

Innerhalb von *Hypothese 1* fungiert *Aufmerksamkeit* als bedeutungstragender Begriff. Auf der visuellen Ebene kann die geschlechtliche Aufmerksamkeitsverteilung erfasst werden, indem zwischen Sportlern und Sportlerinnen hinsichtlich der absoluten Zahl der Fotos oder der Fotoflächen verglichen wird. Auch gilt es zu überprüfen, ob es bezüglich der Erscheinungsorte der Fotos geschlechtliche Unterschiede gibt. Immerhin erzeugen Fotos, die auf der Titelseite der Zeitung oder auf der ersten Seite des Sportteils erscheinen, bei

<sup>325</sup> Vgl. Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika: »Einleitung.« In: »Sex/ismus und Medien.« Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 13-14

den RezipientInnen mehr Aufmerksamkeit als Fotos, welche in den sonstigen Seiten des Sportteils abgedruckt werden. Die Ergebnisse der kommunikationswissenschaftlichen Medienforschung sind dahingehend eindeutig.<sup>326</sup> Der Forschungsstand, was die exakte Platzierung der Fotos von Sportlern und Sportlerinnen in deutschen Sportprintmedien anbelangt, ist sehr überschaubar. Lediglich für den Stichtag 9. Mai 1994, wobei von SCHULZ 126 aus Deutschland stammende sportpublizistische Einheiten ausgewertet worden sind, ist bekannt, dass an diesem Tag unter allen Fotos mit Sportbezug, die auf der Titelseite erschienen sind, Fotos von der Leistungsklasse 1. *Fußball Bundesliga der Männer* mit knapp 90 Prozent eindeutig flächenmäßig dominiert haben.<sup>327</sup> Eine Leistungsklasse, die nur von Männern betrieben worden ist.

In ähnlicher Weise muss bei den Texteinheiten untersucht werden, ob es hinsichtlich ihrer Anzahl, Platzierung usw. geschlechtliche Unterschiede gibt. Auch hinsichtlich der exakten Platzierung der Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen gibt es bisher kaum verwertbares Datenmaterial. Daher haben entsprechende Ausführungen im Abschnitt 7.1 *Marginalisierung von Sportlerinnen* gefehlt. Lediglich KLEIN hat für diejenigen vier Tageszeitungen, die von ihr 1979 untersucht worden sind, festgestellt, dass zehn bis fünfzehn Prozent – der Anteil variiert zwischen den untersuchten Tageszeitungen - aller Berichte über Sportler und Sportlerinnen, die im Untersuchungszeitraum auf der Titelseite erschienen sind, Sportlerinnen thematisiert haben. Dementsprechend haben sich 85 bis 90 Prozent der untersuchten Berichte mit Sportlern beschäftigt.<sup>328</sup>

Die Text- und Fotoanalyse findet auf einer semantisch-pragmatischen Ebene statt. Form und Inhalt der Analyseeinheiten müssen dabei miteinander in Bezug gesetzt werden.<sup>329</sup> Ein Beispiel: Die bloße Erfassung des Flächeninhalts einer Analyseeinheit ist zwecklos. Der formellen Ausprägung, in diesem Fall der Flächeninhalt, muss ein Inhalt zugeordnet werden. Gehört die erfasste Fläche inhaltlich zum Bereich Männer- oder Frauensport? Welche Sportart bzw. welches Sportereignis wird ferner thematisiert? Diese Fragen können nur beantwortet werden, sofern Form und Inhalt miteinander in Bezug gesetzt werden.

**Hypothese 2: Die in der *BILD Zeitung* auftauchenden Asymmetrien bei der Aufmerksamkeitsverteilung zwischen Sportlern und Sportlerinnen lassen sich teilweise mit der im Bereich Sportprintmedien geltenden Produktionsnorm erklären, die besagt, dass eine Fokussierung auf Populärereignisse erfolgen soll.**

<sup>326</sup> Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik-WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 30

<sup>327</sup> Vgl. Wernecken, Jens: »Wir und die anderen ...: Nationale Stereotypen im Kontext des Mediensports.« Berlin: Vistas Verlag, 2000. S. 58

<sup>328</sup> Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik-WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 30

<sup>329</sup> Vgl. Schediwy, Dagmar: »Sommermärchen im Blätterwald. Die Fußball-WM 2006 im Spiegel der Presse.« Marburg: Tectum Verlag, 2008. S. 17

Ein von LUNDGREN entwickeltes Konzept besagt, dass bei der Konstruktion von Zweigeschlechtlichkeit zwischen regulativen und konstitutiven Normen differenziert werden muss. Regulative Normen sind Verhaltensweisen, die im Alltag von den Geschlechtern erwartet werden. Die konstitutiven Normen stellen das ideologische Fundament der regulativen Normenbildung dar. Damit lässt sich anhand der konstitutiven Normen erklären, warum bestimmte Verhaltensweisen von Männern und Frauen im Alltag verlangt werden.<sup>330</sup>

Dieses Konzept lässt sich auf den Produktionsprozess innerhalb der BILD-Redaktion übertragen. Sollte festgestellt worden sein, dass die *BILD Zeitung* den Sportlern tatsächlich mehr Aufmerksamkeit schenkt, dann lässt sich daraus folgende Erkenntnis ableiten: Im Produktionsprozess der *BILD Zeitung* greift eine regulative Norm, die besagt, dass den Sportlern im Vergleich zu den Sportlerinnen mehr Aufmerksamkeit im Bezug auf die gesamte alltägliche Sportberichterstattung geschenkt werden soll. Doch welche konstitutive Norm steckt hinter dieser Produktionsentscheidung? Handelt es sich um eine sexistische Entscheidung – Sexismus verstanden als die Manifestation einer Geschlechterhierarchie, hervorgerufen durch die gezielte Fortschreibung von Geschlechterstereotypen<sup>331</sup> - der Sportredaktion?

Im theoretischen Teil dieser Arbeit ist erläutert worden, dass es zum unreflektierten Habitus der Sportredaktionen gehört, einen doppelten Selektionsprozess vorzunehmen. In der ersten Phase dieses Prozesses erfolgt eine Fokussierung auf populäre Ereignisse des Spitzensports. Ausgehend von diesem theoretischen Verständnis, bildet »Populärer Ereignis« den bedeutungstragenden Begriff von *Hypothese 2*. Es wird angenommen, dass die geschlechtlichen Aufmerksamkeitsasymmetrien, die eventuell im Zuge der Überprüfung von *Hypothese 1* festgestellt worden sind, mit der höheren Popularität von Männersportereignissen zusammenhängen.

Für die Artikel und Fotos der Sportberichterstattung muss folglich nicht nur überprüft werden, welche Sportereignisse in diesen thematisiert werden, sondern es muss auch kontrolliert werden, wie es mit der gesellschaftlichen Popularität bzw. dem Prestige dieser Ereignisse aussieht. Für die Hauptkategorie »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« gilt es Indikatoren zu finden, die es ermöglichen sollen, den einzelnen Sportereignissen Prestigelevels zuzuordnen. Oder um es im Sprachgebrauch der Nachrichtenwertforschung zu formulieren: Die Hauptkategorie »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« soll als ein relevanter Nachrichtenfaktor aufgefasst werden. Es soll empirisch überprüft werden, ob sich mit Hilfe dieses Nachrichtenfaktors seriös bzw. hinreichend erklären lässt, warum es im Sportteil der *BILD Zeitung* zu einer geschlechtlich asymmetrischen Aufmerksamkeitsverteilung kommt.

**330** Vgl. Hagemann-White, Carol: »Der Umgang mit Zweigeschlechtlichkeit als Forschungsaufgabe.« In: »Erfahrung mit Methode. Wege sozialwissenschaftlicher Frauenforschung.« Diezinger, Angelika / Kitzer, Hedwig / Anker, Ingrid / Bingel, Irma / Haas, Erika / Odierna, Simone (Hrsg.). Freiburg im Breisgau: Kore Verlag, 1994. S. 304-305

**331** Vgl. Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika: »Einleitung.« In: »Sex/ismus und Medien.« Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 13-14

Im Bereich Geschlechterforschung geht die Klärung der Frage, ob männliche und weibliche Tätigkeiten inzwischen ähnliche Prestigelevels erreicht haben, weit über das Sportfeld hinaus. JANSSEN stellt beispielsweise bezogen auf den deutschen Arbeitsmarkt folgende Entwicklung fest:

*»Frauen spielen alle Rollen, die von den traditionell männlichen bis zu den traditionell weiblichen reichen, ebenso trifft dies jedoch auch, wenngleich bislang seltener als umgekehrt, bei Männern zu. Väter, Erzieher, Pfleger und zarte Jungs machen Schlagzeilen. Das ist die Tendenz. Wenn so die quantitativen Verschiebungen auffallen, die qualitative bleibt dahinter zurück. Wo Frauen in männliche Domänen einziehen, fällt der Wert des eroberten Gebietes, wo Männer in weiblichen Domänen einziehen, werden nicht selten Frauen verdrängt oder reüssieren Männer vor ihnen. Auf der symbolischen Ebene bleiben die alten Bewertungen und Konnotationen.«<sup>332</sup>*

JANSSEN-JURREITS Argumentation geht in eine ähnliche Richtung. Sie distanziert sich von dem in der bürgerlichen Soziologie häufig vertretenen Standpunkt, dass der vermehrte Eintritt von Frauen ins Berufsleben als Indikator für die zunehmende gesellschaftliche Emanzipation von Frauen angesehen werden kann.<sup>333</sup> Nicht ein formell-rechtlicher Gleichstellungsbegriff, der auf eine Anpassung männlicher und weiblicher Erwerbsquoten abzielt, ist für JANSSEN-JURREIT der Schlüssel hin zu Geschlechtergerechtigkeit. Stattdessen ähnelt ihre Vorstellung von Geschlechtergerechtigkeit der Sichtweise der amerikanischen Sozialanthropologin SANDAY.

SANDAY vertritt den Standpunkt, dass Geschlechtergerechtigkeit im Kontext weiblicher und männlicher Erwerbstätigkeiten bedeuten muss, dass vergleichbare Tätigkeiten ähnliche Prestige- und Marktwerte mit sich bringen müssen. Erst wenn dieses Kriterium erfüllt ist, kann von einer qualitativen Gleichberechtigung der Geschlechter gesprochen werden.<sup>334</sup> Diese Vorstellung von Gleichberechtigung steht im Einklang mit Bourdieus Sozialraummodell. Bourdieu vertritt den Standpunkt, dass das von Individuen bzw. Gruppen akkumulierte symbolische Kapital über deren gesellschaftliches Prestige entscheidet.<sup>335</sup>

Ausgehend von der hohen Bedeutung, die dem Prestige bei Bourdieu zukommt, würden ähnliche Popularitätslevels im Hinblick auf Männer- und Frauensportereignisse zu einer geschlechtlich symmetrischen Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil beitragen.

Es gibt aber viele Anzeichen dafür, dass aktuell die Prestige- und Marktwerte im Sportraum asymmetrisch zwischen den Geschlechtern verteilt sind. VON BRAUN kommt,

**332** Jansen, Mechtild: »Gesamtgesellschaftliche Arbeitsteilung« – oder: Ein Kontinuum von Freiheit, Sozialität und Demokratie.« In: »Was ist Leistung?« Überparteiliche Fraueninitiative Berlin – Stadt der Frauen e.V. (Hrsg.). Berlin: Duruprint Berlin, 2013. S. 55

**333** Vgl. Janssen-Jurreit, Marielouise: »Sexismus. Über die Abtreibung der Frauenfrage.« München-Wien: Carl Hanser Verlag, 1976. S. 367

**334** Vgl. Ebenda S. 368-369

**335** Vgl. Schoon, Wiebke: »Gendering im Berufsfeld Journalismus. Ein Überblick über Empirie und Theorie sowie die Integration der Sozialtheorie Pierre Bourdieus.« Berlin: LIT Verlag, 2009. S. 113

ausgehend von den Feststellungen, dass die westlichen Gesellschaften geldzentriert sind und im Sportraum der Körper im Mittelpunkt steht, zu der Erkenntnis, dass der menschliche Körper im Sportraum als Ware fungiert, an dem sich die Prestige- und Marktwerte von Männern und Frauen ablesen lassen.<sup>336</sup> Dabei erzielen die Männer mit ihren Körpern Prestige- und Marktwerte, die von den Sportlerinnen nicht erreicht werden können. Dass beispielsweise zu Beginn der Spielzeit 2013/14 knapp 100 Millionen Euro für den Fußballspieler Gareth Bale überwiesen worden waren, damit dieser vom englischen Fußballverein Tottenham Hotspur zum spanischen Verein Real Madrid wechseln konnte, während im Frauenfußball nicht ansatzweise solche Ablösesummen generiert werden, zeigt, dass im europäischen Fußballsport der männlicher Körper wesentlich mehr gesellschaftliche Wertschätzung erfährt.<sup>337</sup>

Würden die Ablösesummen, die für SportlerInnen gezahlt werden, als Indikator verwendet werden, um die Popularität von männlichen und weiblichen Sportereignissen zu erfassen, würde eine Bezugsgröße herangezogen werden, die außerhalb des Feldes der Sportprintmedien und damit außerhalb des Untersuchungsgegenstandes dieser Arbeit liegen würde. Diese Vorgehensweise lässt sich aber mit dem theoretischen Verständnis dieser Arbeit vereinbaren. Bourdieus Sozialtheorie besagt, dass zwischen den Feldern zahlreiche Wechselwirkungen bestehen. Dementsprechend muss derjenige Indikator, der die Popularität von Männer- und Frauensportereignissen erfassen soll, nicht aus dem Feld der Sportprintmedien stammen. Ähnlich sieht es der Kommunikationswissenschaftler Karl Erik Rosengren. ROSENGREN kritisiert, dass viele empirische Arbeiten, die dem Bereich der Nachrichtenwertforschung angehören, die Kriterien der Nachrichtenauswahl nicht adäquat erfasst haben, weil diese Arbeiten lediglich - im Rahmen einer Medieninhaltsanalyse - die publizierten Nachrichten untersucht haben. Um verstehen zu können, welche Bedeutung einzelne Nachrichtenfaktoren für die Nachrichtenauswahl der JournalistInnen haben, müsse, so ROSENGREN, auch das Ereignis selbst, so wie es sich in der Realität abgespielt hat, untersucht werden. Er macht den Vorschlag, dass dafür *Extra-Media-Daten* (u.a. amtliche Statistiken, Archivmaterial usw.) herangezogen und ausgewertet werden sollen.<sup>338</sup>

Dass die für SportlerInnen erzielten Ablösesummen dennoch nicht als Indikator herangezogen werden, hat folgenden Grund: Im deutschen Sportraum ist es unüblich, dass die Gehälter von Profis oder die zwischen den Vereinen vereinbarten Transfermodalitäten öffentlich gemacht werden. Eine Ausnahme stellt der amerikanische Sportraum dar.<sup>339</sup>

**336** Vgl. Von Braun, Christina: »Der Preis des Geldes.« In: »Was ist Leistung?« Überparteiliche Fraueninitiative Berlin – Stadt der Frauen e.V (Hrsg.). Berlin: Duruprint Berlin, 2013. S. 21 bzw. S. 28

**337** Vgl. Spiegel Online (Hrsg.): »100-Millionen-Transfer: Tottenham bestätigt Bales Rekord-Wechsel zu Real Madrid.« URL: <http://www.spiegel.de/sport/fussball/gareth-bale-wechselt-von-tottenham-hotspur-zu-real-madrid-a-918176.html>, Stand: 02.05.2015

**338** Vgl. Staab, Joachim Friedrich: »Entwicklungen der Nachrichtenwert-Theorie. Theoretische Konzepte und empirische Überprüfungen.« In: »Grundlagentexte zur Journalistik.« Neverla, Irene / Grittmann, Elke / Pater, Monika (Hrsg.). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2002. S. 610-611

**339** Vgl. Sport1.de (Hrsg.): »Ex-Borusse verdient mehr als Pirlo. Die offiziellen Gehälter der Major League Soccer (MLS).« URL: <http://www.sport1.de/us-sport/mls/2015/07/die-offiziellen-gehaelter-der-major-league-soccer-mls>, Stand: 18.01.2016

Stattdessen werden die durchschnittlichen Sehbeteiligungen, die Männer- und Frauensportereignisse im Medium Fernsehen erreichen, als Indikator für das gesellschaftliche Prestige bzw. die reale Popularität der in der *BILD Zeitung* thematisierten Sportereignisse herangezogen. Da im Rahmen der Ausführungen zum Feld der Sportprintmedien festgehalten worden ist, dass die Sportprintmedien die Liveberichterstattung des Fernsehmediums via Vor- und Nachberichterstattung ergänzen, wird ersichtlich, dass zwischen beiden Feldern zwangsläufig Wechselwirkungen bestehen müssen. Damit wird auch die Forderung Rosengrens erfüllt, dass die *Intra-Media-Daten* (visuelle und sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil der *BILD Zeitung*) mit *Extra-Media-Daten* (extra derart, dass die entsprechenden Sehbeteiligungen nicht aus dem Feld der Sportprintmedien stammen) verglichen werden sollen. Anhand der durchschnittlichen Sehbeteiligungen lässt sich sehr gut ablesen, wie populär die Sportereignisse, über welche die *BILD Zeitung* berichtet hat, bei den sportinteressierten Menschen in Deutschland gewesen sind.

Eine systematische Erfassung der gesellschaftlichen Prestigewerte aller in den Printmedien thematisierten Sportereignisse ist bisher in **keiner** Forschungsarbeit vorgenommen worden. Dementsprechend ist es auch das erste Mal, dass die realen Prestigewerte der Sportereignisse in Bezug zur Aufmerksamkeitsverteilung in den Sportzeitungen gesetzt werden.

Während die Prestigewerte miteinander verglichen werden sollen, wird in dieser Hypothese auf einen Vergleich der thematisierten Sportereignisse unter dem Gesichtspunkt nationaler Erfolgsbilanzen verzichtet. Aus folgendem Grund: Wegen der vorherrschenden Vielfalt an Sportarten im Sportraum gibt es zahlreiche Unterschiede, was den Ablauf der einzelnen Sportereignisse angeht. Deshalb lässt sich nicht sportartenübergreifend sagen, was als sportlicher Erfolg angesehen werden kann.

Während im Fußballsport zwischen den Erfolgskategorien *Sieg*, *Unentschieden* und *Niederlage* differenziert werden muss, müssten für ein Motorsportrennen wesentlich mehr Erfolgskategorien geschaffen werden. Bei einem *Formel 1 - Rennen* etwa, an dem im Jahr 2015 regelmäßig 20 Fahrzeuge teilgenommen haben<sup>340</sup>, müssten in Abhängigkeit von der Platzierung 20 Erfolgskategorien geschaffen werden. Da die Erfolgsbilanzen nationaler AthletInnen aber ein entscheidendes Auswahlkriterium beim Selektionsprozess der Sportprintmedien darstellen, sollen diese Erfolgsbilanzen im Zuge von *Hypothese 3* Berücksichtigung finden.

**Hypothese 3: Das Auftreten von geschlechtlichen Asymmetrien im Zuge der Aufmerksamkeitsverteilung zwischen einer männlichen und einer weiblichen Leistungsklasse, die sich hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Popularitätslevels kaum voneinander unterscheiden, hängt entscheidend mit den Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* zusammen.**

**340** Vgl. Motorsport Magazin (Hrsg.): »Das Fahrerkarussell dreht sich.« URL: <http://www.motorsport-magazin.com/formel1/news-199062-uebersicht-fahrer-teams-fuer-fl-saison-2015/>, Stand: 25.01.2016

*Hypothese 3* knüpft an die Forschungsergebnisse von *Hypothese 2* an. Nachdem im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 2* die Hauptkategorie »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« gebildet worden ist und für diese Kategorie bzw. diesen Nachrichtenfaktor geeignete Indikatoren festgelegt worden sind, wird die dritte Hypothese bearbeitet, indem ein männliches und ein weibliches Sportereignis ausgewählt werden, die sich hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Popularität kaum voneinander unterscheiden. Die beiden ausgewählten Sportereignisse werden also dahingehend **kontrolliert**, dass sie sich hinsichtlich ihres gesellschaftlichen Popularitätslevels nicht bzw. nur geringfügig voneinander unterscheiden. Dadurch soll sichergestellt werden, dass alle geschlechtlichen Unterschiede in der Aufmerksamkeitsverteilung, die im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 3* festgestellt werden, nicht mit den Popularitätslevels der ausgewählten Sportereignisse zusammenhängen können.

Gemäß den Ausführungen, die im theoretischen Teil dieser Arbeit gemacht worden sind, fokussiert sich der unreflektierte Habitus der deutschen Sportredaktionen während der zweiten Stufe des Selektionsprozesses auf besonders erfolgreiche deutsche AthletInnen. Dementsprechend soll überprüft werden, ob sich geschlechtliche Asymmetrien, was die visuelle und die sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung in der *BILD Zeitung* angeht, hinreichend mit den Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus* erklären lassen, sobald eine männliche und eine weibliche Leistungsklasse zum Untersuchungsgegenstand gemacht werden, die sich hinsichtlich der Hauptkategorie »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« marginal voneinander unterscheiden.

*Elite* und *Ethnozentrismus* bilden die bedeutungstragenden Begriffe bzw. die relevanten Nachrichtenfaktoren dieser dritten Hypothese. Was ein sportlicher Erfolg ist und folglich als elitäre sportliche Leistung eingestuft werden kann, hängt stark mit der Sportart zusammen, die untersucht wird. Dementsprechend ist es wichtig, nachdem zwei ähnlich populäre Leistungsklassen als Untersuchungsgegenstand festgelegt worden sind, zu schauen, was in diesen Leistungsklassen als sportlicher Erfolg angesehen werden kann. Bourdieus feldübergreifendem Verständnis folgend, muss auch die Sportrealität berücksichtigt werden. Es können nur zwei Sportereignisse aus der Sportrealität ausgewählt und miteinander verglichen werden, die sich hinsichtlich der Vorstellung, was sportlichen Erfolg ausmacht, nicht voneinander unterscheiden. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, dass abgeklärt werden muss, wie viele Unterkategorien die Kategorie *sportlicher Erfolg* – in dieser Arbeit läuft die Kategorie *sportlicher Erfolg* durchgehend unter dem Schlagwort *Elite* – haben muss.

Da es sich bei der Kategorie *Elite* um nichts anderes als einen Nachrichtenfaktor handelt, von dem angenommen wird, dass er Einfluss auf die Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil nimmt, ist es an dieser Stelle sinnvoll, darauf einzugehen, welche Standpunkte innerhalb der *Nachrichtenwertforschung* vertreten werden, wenn es um die Klärung der Frage geht, wie viele Ausprägungen bzw. Unterkategorien ein Nachrichtenfaktor erhalten sollte. Während SCHULZ den Standpunkt vertreten hat, dass jeder Nachrichtenfaktor vier Ausprägungen bzw. Intensitätsabstufungen erhalten soll, hat sich EILDERS von dieser

pauschalen Festlegung distanziert und argumentiert, dass die Anzahl der Ausprägungen zwischen den Nachrichtenfaktoren variieren müsse. Entscheidend sei am Ende, so EILDERS, dass sinnvolle inhaltliche Definitionsunterschiede für jeden einzelnen Nachrichtenfaktor gefunden würden.<sup>341</sup> Dieser Sichtweise von Eilders wird in dieser Arbeit derart gefolgt, dass unter Heranziehung der Sportrealität geschaut wird, in wie viele Erfolgsstufen sich die beiden ausgewählten Sportereignisse sinnvollerweise unterteilen lassen. Nicht im Vorfeld, sondern erst nach der Auseinandersetzung mit der Sportrealität, kann gesagt werden, wie viele inhaltliche Abstufungen der Nachrichtenfaktor *Elite* erhalten soll.

*Ethnozentrismus* bedeutet, da mit der *BILD Zeitung* ein deutsches Printmedium als Untersuchungsgegenstand ausgewählt worden ist, zu überprüfen, wie viel Aufmerksamkeit deutsche AthletInnen im Zuge der Berichterstattung über die beiden ausgewählten Leistungsklassen erhalten. Dabei müssen auch die sportlichen Erfolge der deutschen AthletInnen berücksichtigt werden. Es geht folglich auch um das Zusammenspiel der Produktionsnormen bzw. Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus*.

Eine geschlechtergerechte Sportberichterstattung, die sich an den Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus* orientiert, würde folglich derart aussehen, dass das Zusammenspiel der Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus* dafür sorgt, dass geschlechterübergreifend besonders erfolgreiche deutsche AthletInnen den Großteil der visuellen und sprachlichen Aufmerksamkeit in der *BILD Zeitung* erhalten.

Mit Hilfe der Kontrollvariablen *Elite* und *Ethnozentrismus* kann ferner seriös beantwortet werden, warum es im Hinblick auf die visuelle und sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung, die zwischen den beiden ausgewählten Leistungsklassen stattfindet, zu geschlechtlichen Asymmetrien in der *BILD Zeitung* kommen könnte. Hierfür könnte etwa ursächlich sein, dass die deutschen Athleten in der männlichen Leistungsklasse größere sportliche Erfolge als die deutschen Athletinnen in der weiblichen Leistungsklasse erzielt haben. Infolgedessen wäre es, den doppelten Selektionsmechanismus der deutschen Sportprintmedien berücksichtigend, nur logisch, dass die erfolgreicheren deutschen Männer mehr Aufmerksamkeit von der *BILD Zeitung* erhalten haben. Analog dazu würden die deutschen Sportlerinnen, wenn sie im Vergleich zu den deutschen Sportlern erfolgreicher wären, mehr Aufmerksamkeit von der *BILD Zeitung* erhalten. Bevor also reflexhaft, wie es teilweise in der Geschlechterforschung vorkommt, behauptet wird, dass die Berichterstattung eines Sportprintmediums sexistisch wäre, weil in diesem eine Geschlechtskategorie mehr Aufmerksamkeit als die andere erhält, muss zunächst empirisch überprüft werden, ob sich diese geschlechtlichen Asymmetrien nicht mit der Sportrealität, insbesondere unter Berücksichtigung der Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus*, erklären lassen.

**341** Vgl. Eilders, Christiane: »Nachrichtenfaktoren und Rezeption: Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen.« Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997. S. 164

**Hypothese 4: Die Sportlerinnen werden seltener als die Sportler in einem sportlichen Kontext visualisiert. Was die visuellen Darstellungen anbelangt, die ausschließlich einen sportlichen Kontext zeigen, gilt ferner Folgendes: Auf diesen Fotos werden die Sportlerinnen häufiger als die Sportler passiv und in Form von Porträt-Darstellungen gezeigt.**

*Hypothese 4* wird ausschließlich anhand derjenigen beiden Leistungsklassen überprüft, die im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 3* ausgewählt worden sind.

*Sportlicher Kontext*, *Aktivitätsgrad* und *Körperlichkeit des primären Bildmotivs* stellen bedeutungstragende Begriffe dieser Hypothese dar. Für alle drei Begriffe werden adäquate Operationalisierungen vorgenommen. Die dazugehörigen Operationalisierungen werden teilweise im Rahmen der Präsentation der Forschungsergebnisse vorgestellt. Vollumfänglich können diese Operationalisierungen *Kapitel 17*, welches sich im Anhang befindet, entnommen werden.

Da bereits Forschungsarbeiten vorliegen, die sich mit diesen bedeutungstragenden Begriffen auseinandergesetzt haben, können diese Arbeiten als Referenzpunkte herangezogen werden. Der aktuelle Forschungsstand spricht dafür, dass Sportler deutlich häufiger als Sportlerinnen in einem von Aktivität geprägten sportlichen Kontext visualisiert werden und die Sportler häufiger als die Sportlerinnen in Form von Ganzkörperdarstellungen gezeigt werden. Entsprechend geht *Hypothese 4* davon aus, dass sich diese geschlechtlichen Unterschiede auch in der Sportberichterstattung der *Bild Zeitung* anno 2015 zeigen werden.

*Hypothese 4* beschränkt sich bewusst auf die visuelle Berichterstattungsebene, da im Unterkapitel 7.2.1 ersichtlich geworden ist, dass die beiden Geschlechtskategorien im Hinblick auf den Themenkomplex *Aktivität/Leistungsfähigkeit* bereits in der Vergangenheit sprachlich sehr ähnlich dargestellt worden waren.

**Hypothese 5: Das Aussehen der SportlerInnen führt auf der visuellen und der sprachlichen Berichterstattungsebene nicht dazu, dass von Seiten der *BILD-Redaktion* geschlechtlich variierende Berichterstattungsformen ausgewählt werden.**

Abermals werden die beiden Leistungsklassen, die bereits für die Bearbeitung der *Hypothesen 3* und *4* herangezogen worden waren, als Untersuchungsgegenstand verwendet.

Innerhalb der fünften Hypothese fungiert das »*Aussehen der SportlerInnen*« als bedeutungstragender Begriff. Auf der visuellen Ebene wird eine Binnendifferenzierung hinsichtlich des Aussehens der SportlerInnen vorgenommen werden, indem die AthletInnen unterschiedliche Attraktivitätsscores erhalten werden. Die entsprechenden Attraktivitätsscores werden, der *Truth of Consensus-Methode* folgend, gebildet, indem ausgewählte RaterInnen die in der *BILD Zeitung* abgedruckten Fotomotive bezüglich ihrer Attraktivität beurteilen

werden. Die RaterInnen werden auch darüber Auskunft geben müssen, ob die ihnen vorgelegten Fotomotive, ihrem subjektivem Empfinden nach, sexualisierte Darstellungen der SportlerInnen zeigen.

Auf der sprachlichen Ebene werden alle *nicht funktionalen* Beschreibungen und Wertungen, das Aussehen der namentlich erwähnten SportlerInnen betreffend, festgehalten werden. Dabei wird eine Operationalisierung des Begriffs »nicht funktional« vorgenommen werden, die sich an dem orientiert, was im Unterkapitel 7.2.3 beschrieben worden ist.

Da es sich beim *Kournikova-Syndrom* und dem *Beckham-Effekt* lediglich um Vermutungen handelt, die empirisch bisher nicht belegt worden sind, ist die fünfte Hypothese derart formuliert worden, dass das Aussehen der in der *BILD Zeitung* thematisierten und visualisierten SportlerInnen höchstwahrscheinlich nicht zu geschlechtlich variierenden Berichterstattungsformen führen wird. Diese Vermutung muss empirisch überprüft werden. Auch der in der Forschungsliteratur häufig geäußerte Vorwurf, dass insbesondere Frauen im Zuge der massenmedialen Berichterstattung in sexualisierte Rollen gerückt werden (u.a. CREEDON<sup>342</sup>) würden, wird in der Regel nur erhärtet, indem Einzelfälle hervorgehoben werden, repräsentative empirische Studien fehlen hingegen.

**342** Vgl. Creedon, Pamela: »Women, Media and Sport: Creating and Reflecting Gender Values.« In: »Women, media and sport: challenging gender values.« Creedon, Pamela (Hrsg.). London: Sage Publications, 1994. S. 5





# 9

## Methodisches Vorgehen



# 9

## METHODISCHES VORGEHEN

Dem Arbeitstitel kann bereits entnommen werden, dass die Forschungshypothesen methodisch überprüft werden sollen, indem eine vergleichende Medieninhaltsanalyse durchgeführt wird. Zunächst wird begründet, warum in dieser Arbeit eine quantitativ-qualitative Medieninhaltsanalyse durchgeführt wird bzw. was man darunter zu verstehen hat. Danach wird darauf eingegangen, was es mit den klassischen Gütekriterien auf sich hat und wie diese Gütekriterien an die Fragestellung und den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit angepasst werden. Im dritten Teil dieses Kapitels wird anhand der von Werner Früh entwickelten Definition, was eine Inhaltsanalyse zu sein hat, überprüft, ob die für diese Arbeit entwickelte Medieninhaltsanalyse den Mindestanforderungen gerecht wird, die laut Früh jede Inhaltsanalyse zu erfüllen hat. Im letzten Teil dieses Kapitels werden der Untersuchungsgegenstand und das Untersuchungsmaterial der durchgeführten Inhaltsanalyse vorgestellt.

### 9.1

#### Struktur einer quantitativ-qualitativen Inhaltsanalyse

KARDORFF definiert das Wesen der qualitativen Forschung folgendermaßen:

*»Der Begriff »qualitative Forschung« ist ein Sammelbegriff für sehr unterschiedliche theoretische, methodologische und methodische Zugänge zur sozialen Wirklichkeit. Qualitative Forschung läßt sich auf verschiedenen Ebenen einerseits als eigenständige Ergänzung, andererseits als Gegensatz, Abgrenzung und besondere Akzentuierung im Verhältnis zum vorwiegend am einheitswissenschaftlichen (d.h. an den Naturwissenschaften) Paradigma orientierten experimentellen, modelltheoretischen und quantitativen Sozialforschung begreifen.«<sup>343</sup>*

Die von KARDORFF beschriebene Trennung zwischen quantitativer und qualitativer Sozialforschung lehnt der Kommunikations- und Medienwissenschaftler Werner Früh ab. FRÜH sieht es im Hinblick auf die Inhaltsanalyse etwa als irreführend an, eine Kon-

**343** Kardorff, Ernst: »Qualitative Sozialforschung – Versuch einer Standortbestimmung.« In: »Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen.« Flick, Uwe / Kardorff, Ernst / Keupp, Heiner / Rosenstiel, Lutz / Wolff, Stephan (Hrsg.). München: Psychologie Verlags Union, 1991. S. 3

trastierung zwischen quantitativen und qualitativen Inhaltsanalysen vorzunehmen.<sup>344</sup> DIEKMANN unterstützt diese Sichtweise und sieht diese Form der Polarisierung als nicht zwingend notwendig an.<sup>345</sup>

FRÜH begründet seine Sichtweise damit, dass der vermeintliche Unterschied häufig nur auf der sprachlichen Ebene bestehe, während es im Forschungsprozess fast immer zu einer Kombination qualifizierender und quantifizierender Aspekte komme. So gehe jede empirische Sozialforschung, wie FRÜH ausführt, von einem Problem bzw. inhaltlichen Fragestellungen aus, wobei diese inhaltlichen Fragestellungen als qualitative Sachverhalte eingestuft werden müssten.<sup>346</sup> Auch diese Arbeit, die sich mit der Fragestellung auseinandersetzen will, wie im Sportteil der *BILD-Zeitung* Geschlecht konstruiert wird, beginnt mit einer inhaltlichen bzw. qualitativen Fragestellung.

Zur inhaltlichen Fragestellung gehört auch dazu, die Frage beantworten zu können, welche Kategorien gebildet werden müssen und wie die entsprechenden Kategorien zu operationalisieren sind. Hierbei kann, wie FRÜH sagt, entweder ein deduktiver oder ein induktiver Zugang gewählt werden. Der deduktive Zugang ist typisch für quantitative Inhaltsanalysen und wird auch als theoriegeleitetes Vorgehen bezeichnet. Die Auseinandersetzung mit Theorien, die im Vorfeld der Inhaltsanalyse stattgefunden hat, legt also fest, welche Kategorien gebildet werden müssen bzw. wie diese zu operationalisieren sind.<sup>347</sup>

In dieser Arbeit ist unter folgenden Gesichtspunkten ein deduktives Vorgehen gewählt worden: Dass im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 3* die Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus* als Kontrollvariablen herangezogen werden, um mit Hilfe dieser geschlechtliche Asymmetrien in der Aufmerksamkeitsverteilung zu erklären, ist im Vorfeld, ausgehend von den vorliegenden Forschungsarbeiten zum Themenbereich Sportprintmedien, die nachgewiesen haben, dass diesen beiden Nachrichtenfaktoren eine hohe Bedeutung bei der Aufmerksamkeitsverteilung zukommt, klar gewesen. Auch die Entscheidung, dass im Zuge der Bearbeitung der *Hypothesen 1* bis *3* überprüft wird, wie die Aufmerksamkeit zwischen Sportlern und Sportlerinnen verteilt wird, indem u.a. auf die Flächeninhalte und die Platzierungen der relevanten Fotos und Texteinheiten geschaut wird, ist theoriegeleitet gewesen. Immerhin ist, basierend auf den Erkenntnissen der Nachrichtenwerttheorie, klar, dass es sich hierbei um Indikatoren handelt, mit Hilfe derer sich Aussagen über den Nachrichtenwert einer Meldung treffen lassen. Diese theoretische Sichtweise wird auch vom *Agenda-Setting-Ansatz* geteilt, der davon ausgeht und auch empirisch nachgewiesen hat, dass sich die Rezipienten und Rezipientinnen bei der Aufmerksamkeitszuwendung primär an formalen Kriterien der Berichterstattung orientieren.

**344** Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 7. Auflage, 2011. S. 67

**345** Vgl. Diekmann, Andreas: »Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen.« Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 18. Auflage, 2007. S. 608

**346** Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 7. Auflage, 2011. S. 67

**347** Vgl. Ebenda S. 72-73

Des Weiteren ist sich den bedeutungstragenden Begriffen *sportlicher Kontext*, *Aktivitätsgrad* und *Körperlichkeit des primären Bildmotivs* - Begriffe, die bei der Bearbeitung von *Hypothese 4* eine wichtige Rolle spielen - genähert worden, indem theoretische Erkenntnisse zu diesen Begriffen, die aus früheren Forschungsarbeiten stammen, berücksichtigt worden sind. Auch die durchschnittlichen Attraktivitätsscores, die im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 5* ermittelt werden, sind das Produkt theoretischer Vorüberlegungen gewesen und sind mit Hilfe der Erkenntnisse der Attraktivitätsforschung – insbesondere unter Heranziehung der *Truth of Consensus-Methode* – gebildet worden.

Auch die Überprüfung, ob in der Berichterstattung verbale und visuelle Sexualisierungen vorliegen könnten (siehe *Hypothese 5*), erfolgt auf deduktivem Wege. Die von der APA konzipierte Definition, was unter Sexualisierung zu verstehen ist, wird nämlich herangezogen, um nach entsprechenden visuellen und sprachlichen Berichterstattungsformen zu suchen.

Unter diesen Gesichtspunkten ist das methodische Vorgehen in dieser Arbeit als deduktiv zu bezeichnen. Da das deduktive Vorgehen, wie FRÜH ausgeführt hat, typisch für eine quantitative Inhaltsanalyse ist, ist diese Arbeit insofern quantitativ. In diesem Zusammenhang kann auch davon gesprochen werden, dass ein *nicht-induktivistisches Modell* verwendet wird. KELLE, KLUGE und PREIN sehen es nämlich als Spezifikum *nicht-induktivistischer Modelle* an, dass hierbei die Methodik einer Forschungsarbeit und das daraus resultierende Datenmaterial in Abhängigkeit von zuvor herangezogenen theoretischen Konzepten entwickelt und interpretiert werden.<sup>348</sup>

Im Gegensatz dazu ist, wie Werner Früh sagt, ein induktives Vorgehen bei der Kategorienbildung typisch für eine qualitative Inhaltsanalyse. Beim induktiven Verfahren handelt es sich um ein empiriegeleitetes Vorgehen. Die Kategorien, die gebildet werden, sind nicht im Vorfeld der Inhaltsanalyse bekannt, sondern werden im Zuge der Auseinandersetzung mit den Analyseeinheiten bzw. dem Untersuchungsmaterial erschlossen und entwickelt. Insofern kann das induktive Vorgehen auch als eine offene explorative Strategie bezeichnet werden.<sup>349</sup>

Folgende Kategorien sind auf induktivem Wege erzeugt worden: In der Forschungsliteratur ist zwar häufig die Reden davon, dass sich die Sportprintmedien bei der Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den Geschlechtern an der Popularität von Sportereignissen orientieren, ein Indikator, wie sich leistungsklassenübergreifend die Popularität von Sportereignissen miteinander vergleichen lässt, ist aber bisher in keiner Forschungsarbeit präsentiert worden. Beim Studium der *BILD-Ausgaben* ist mir aber aufgefallen, dass die darin thematisierten Leistungsklassen zuvor meist im Medium Fernsehen live gezeigt worden waren.

**348** Vgl. Prein, Gerald / Kluge, Susann / Kelle, Udo: »Strategien der Geltungssicherung in der qualitativen Sozialforschung. Zur Validitätsproblematik im interpretativen Paradigma.« Bremen: Universität Bremen / Sonderforschungsbereich 186 (Arbeitspapier Nr. 24), 1993. S. 12

**349** Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 7. Auflage, 2011. S. 72-73

Aus dieser Beobachtung heraus ist die Entscheidung getroffen worden, dass die neu gebildete Kategorie »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« die durchschnittlichen Sehbeteiligungen bei Liveübertragungen im deutschen Fernsehen erfassen müsse. Da die Daten, die hierfür notwendig gewesen sind, von der *Media Control* ermittelt worden sind, wird in dieser Arbeit eine *Datentriangulation* verwirklicht. Triangulation bedeutet im sozialwissenschaftlichen Kontext, dass ein Forschungsgegenstand aus mindestens zwei Perspektiven betrachtet wird.<sup>350</sup> In der Regel wird eine Datentriangulation realisiert, indem unterschiedliche Methoden oder Daten herangezogen werden.<sup>351</sup> In dieser Arbeit ist, abgesehen von den Daten, die aus der vergleichenden Medieninhaltsanalyse resultieren, eben auch auf die Datensätze der *Media Control* zurückgegriffen worden. Abgesehen von der Datentriangulation, ist aber auch eine *Methodentriangulation* verwirklicht worden: Neben der Methodik einer vergleichenden Inhaltsanalyse ist auch die *Truth of Consensus-Methode* herangezogen worden, um den primären Bildmotiven der Sportberichterstattung durchschnittliche Attraktivitätsscores zuordnen zu können.

Aber nicht nur die Kategorie »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« ist induktiv gebildet worden: Auch die Unterkategorien, die zur Kontrollvariable bzw. dem Nachrichtenfaktor *Elite* gehören, sind auf induktivem Wege gebildet worden. Zunächst sind die Turnierbäume der ATP- (*Association of Tennis Professionals* = Vereinigung der professionellen männlichen Tennisspieler) und WTA-Tennisturniere (Vereinigung der professionellen weiblichen Tennisspielerinnen) - diese beiden Leistungsklassen bilden den Untersuchungsgegenstand der *Hypothesen 3 bis 5* - ergebnisoffen analysiert worden. Dabei ist festgestellt worden, dass sich die sportlichen Erfolge der Tennisspieler sehr gut mit denen der Tennisspielerinnen vergleichen lassen, obwohl beide Geschlechter im Einzel und Doppel geschlechtergetrennt antreten, indem die erreichte Turnierrunde geschlechterübergreifend als sportlicher Erfolg definiert wird. Insofern ist die Anzahl der Unterkategorien zur Kategorie *Elite* davon abhängig gewesen, wie viele Turnierrunden es in der Sportrealität gegeben hat. Die Sportrealität hat letztlich festgelegt, dass die Kategorie *Elite* sechs Intensitätsabstufungen haben muss.

Während die induktive Kategorienbildung für Früh zur qualitativen Inhaltsanalyse dazugehört, ist jede Form der Messung bzw. Metrisierung für ihn ein quantifizierendes Element. Dabei spielt es für FRÜH keine entscheidende Rolle, welches Mess- bzw. Skalenniveau die vorliegenden Daten haben. FRÜH vertritt nämlich die Sichtweise, dass selbst nominalskalierte Daten – MAYRING und FRÜH sind sich dahingehend einig, dass nominalskalierte Messungen zur qualitativen Inhaltsanalyse gehören, während ordinal-, intervall- und ratioskalierte Messungen zur quantitativen Inhaltsanalyse gehören -, sobald deren Häufigkeiten ausgezählt werden, zu ratioskalierten und damit zu quantitativen

**350** Vgl. Flick, Uwe: »Triangulation. Eine Einführung.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 3. Auflage, 2011. S. 11

**351** Vgl. Maier, Michaela: »Forschungslogik und Methode.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 69

Daten werden.<sup>352</sup> Da in dieser Arbeit mit einer Frequenzanalyse gearbeitet wird, wobei Häufigkeitsauszählungen der gebildeten Kategorien bzw. Unterkategorien erfolgen<sup>353</sup>, ist diese Arbeit insofern quantitativ. DIEKMANN führt aus, dass eben diese Frequenzanalyse weiterhin die meistverfolgte Zielsetzung inhaltsanalytischer Arbeiten sei.<sup>354</sup>

Der dritte und letzte Arbeitsschritt – nach inhaltlicher Fragestellung und Messung – einer jeden Inhaltsanalyse besteht darin, dass aus dem Datenmaterial sinnvolle Erkenntnisse abgeleitet werden müssen. Die Interpretation der Forschungsergebnisse kann aber, wie FRÜH ausführt, nur als ein qualitativer Arbeitsschritt bezeichnet werden.<sup>355</sup>

Es bleibt festzuhalten: In dieser Doktorarbeit ist eine Inhaltsanalyse durchgeführt worden, die – anknüpfend an die Ausführungen, die von Werner Früh gemacht worden sind – nur als eine **quantitativ-qualitative Inhaltsanalyse** bezeichnet werden kann. Zu klären wäre noch, wie in der vorliegenden quantitativ-qualitativen Inhaltsanalyse mit den klassischen Gütekriterien umgegangen werden soll. Dafür muss zunächst erläutert werden, was es mit den klassischen Gütekriterien auf sich hat.

## 9.2 Gütekriterien

### 9.2.1 Die klassischen Gütekriterien quantitativer Forschung

Als klassische Gütekriterien, denen bei quantitativen Messverfahren eine hohe Bedeutung zugeschrieben wird, gelten Objektivität, Reliabilität und Validität. Mittels Einhaltung dieser Gütekriterien soll die Wissenschaftswürdigkeit quantitativer Forschungsergebnisse sichergestellt werden.<sup>356</sup> DIEKMANN beschreibt das Verhältnis, das zwischen den Gütekriterien Objektivität, Reliabilität und Validität besteht, folgendermaßen:

*»Die drei Gütekriterien Objektivität, Reliabilität und Validität stehen in einem hierarchischen Verhältnis. Objektivität ist eine notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung der Reliabilität. Die Reliabilität ist wiederum eine notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung der Validität. Ziel ist die Konstruktion valider Messinstrumente. [...] In diesem Sinn*

**352** Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 7. Auflage, 2011. S. 68

**353** Vgl. Diekmann, Andreas: »Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen.« Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 18. Auflage, 2007. S. 594

**354** Vgl. Ebenda S. 597

**355** Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 7. Auflage, 2011. S. 67

**356** Vgl. Diekmann, Andreas: »Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen.« Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 18. Auflage 2007. S. 247

*sind Reliabilität und damit zugleich Objektivität Minimalvoraussetzungen zur Konstruktion valider Messinstrumente.*«<sup>357</sup>

Dieser definitorischen Festlegung folgend, soll zunächst geklärt werden, was es mit den Minimalvoraussetzungen Objektivität und Reliabilität auf sich hat. DIEKMANN definiert Objektivität folgendermaßen:

*»Der Grad der Objektivität eines Messinstruments bringt zum Ausdruck, in welchem Ausmaß die Ergebnisse unabhängig sind von der jeweiligen Person, die das Messinstrument anwendet. Vollständige Objektivität liegt vor, wenn zwei Anwender A und B mit dem gleichen Messinstrument jeweils übereinstimmende Resultate erzielen [...].«<sup>358</sup>*

STEINKE differenziert diese allgemeine Definition von Objektivität weiter aus. Die quantitative Methodik strebe sowohl ontologische als auch aperspektivische Objektivität an. Das ontologische Objektivitätsverständnis geht von der Vorstellung aus, dass es eine vom Subjekt unabhängige Realität gibt, die für alle Subjekte erkennbar und zugänglich ist. Dementsprechend sollen die Forschungsergebnisse hinsichtlich eines bestimmten Untersuchungsgegenstandes eine objektive bzw. allen Subjekten zugängliche Erkenntnis liefern.<sup>359</sup>

Beim aperspektivischen Objektivitätsverständnis geht es darum, die Unabhängigkeit der Erkenntnis von subjektiven Einflüssen sicherzustellen. Dadurch soll intersubjektivität, verstanden als die Ermöglichung interindividueller Sichtweisen, möglich gemacht werden.<sup>360</sup>

Reliabilität bedeutet im Kontext quantitativer Verfahren, dass für die Zuverlässigkeit bzw. die Genauigkeit vorgenommener Messungen gesorgt werden soll. Eben jene Zuverlässigkeit soll dafür sorgen, dass Messergebnisse, sofern sich die Rahmenbedingungen nicht ändern, reproduziert werden können.<sup>361</sup> Dementsprechend muss die Messwiederholung anhand desselben Materials erfolgen.<sup>362</sup> Ob vorgenommene Messungen ausreichend reliabel gewesen sind, wird mittels sogenannter Reliabilitätstests überprüft. Diese Reliabilitätstests haben laut FRÜH insbesondere zwei Funktionen: Die Güte des methodischen Instrumentariums und die Sorgfalt der KodiererInnen sollen überprüft werden.<sup>363</sup>

**357** Ebenda S. 261

**358** Ebenda S. 249

**359** Vgl. Steinke, Ines: »Kriterien qualitativer Forschung. Ansätze zur Bewertung qualitativ-empirischer Sozialforschung.« Weinheim und München: Juventa Verlag, 1999. S. 132

**360** Vgl. Ebenda S. 132

**361** Vgl. Diekmann, Andreas: »Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen.« Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 18. Auflage 2007. S. 250

**362** Vgl. Rössler, Patrick: »Inhaltsanalyse.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2. Auflage, 2010. S. 197

**363** Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 6. Auflage, 2007. S. 188

Letztere Funktion deutet darauf hin, wie ein Reliabilitätstest ablaufen soll. Hierbei werden Kodierungen – unter Kodieren ist zu verstehen, dass der Bedeutungsgehalt von ausgewählten Analyseeinheiten in den Bedeutungsgehalt eines vorgegebenen Kategoriensystems transformiert werden soll - von ausgewählten KodiererInnen vorgenommen, die zuvor in entsprechenden Schulungen gelernt haben, wie die Kodierregeln zu verstehen sind. Der Reliabilitätstest kann mittels Überprüfung der Intercoder- oder der Intracoderreliabilität vollzogen werden. Es stehen laut FRÜH mehrere Koeffizienten zur Verfügung, so z.B. der Codierer-Reliabilitäts-Koeffizient (CR-Koeffizient), um das Ausmaß der übereinstimmenden Kodierungen in einen numerischen Relativ zu überführen.<sup>364</sup>

Unter Validität, deren Erreichen DIEKMANN als eigentliches Ziel eines Messinstruments bezeichnet hat, wird - im klassischen Sinne - das Streben nach gültigen Forschungsergebnissen verstanden. Insofern gültig, dass die gewählte Methodik dahingehend geeignet gewesen ist, alle Facetten der Forschungsfrage adäquat zu beantworten.<sup>365</sup> Der Kommunikationswissenschaftler Patrick Rössler führt in diesem Zusammenhang aus, dass die Validität über die sachlogische Gültigkeit des gesamten Forschungsprozesses Auskunft geben soll.<sup>366</sup>

RÖSSLER führt weiter aus, dass in der Methodenliteratur vier Kriterien der Validitätsprüfung als zentral angesehen werden, dabei handelt es sich um Folgende: Bei der *Analysevalidität* wird mittels *Forscher-Codierer-Reliabilitätstest* überprüft, ob die KodiererInnen das der Arbeit zugrundeliegende Klassifikationsverständnis (darunter fallen insbesondere die Kodieranleitungen des Codebuchs) verstehen. Diese Form der Validität lässt sich, im Gegensatz zu den anderen drei Kriterien, quantifizieren, indem Reliabilitätstests herangezogen werden. Es muss lediglich überprüft werden, in welchem Ausmaß die Kodierungen, die vom Primärforscher bzw. der Primärforscherin vorgenommen worden sind, mit den Kodierungen der anderen KodiererInnen übereinstimmen. Bei der *Inhaltsvalidität* geht es darum, zu überprüfen, ob im Zusammenhang mit der Kategorienbildung alle forschungsfragenrelevanten Konstrukte vollständig erfasst worden sind. Konkret soll also überprüft werden, ob die Ausprägungen bzw. Unterkategorien, die zu einer Kategorie gebildet worden sind, ausreichen, um die übergeordnete Kategorie vollumfänglich zu erfassen. *Inhaltsvalidität* kann dabei hergestellt werden, indem z.B. auf externe Quellen (Archive usw.) zurückgegriffen wird. Bei der *Kriteriumsvalidität*, der im Zuge der Interpretation der Forschungsergebnisse eine hohe Bedeutung zukommt, geht es darum, plausible Erklärungen dafür zu finden, warum die eigene Arbeit im Vergleich zu anderen Arbeiten, die dieselbe Fragestellung und ein ähnliches Forschungsdesign hatten, zu anderen oder ähnlichen Ergebnissen kommt. Bei der *Inferenzvalidität* geht es darum, dass über die Inhaltsanalyse hinaus interpretative Rückschlüsse gezogen werden sollen, indem externe Theorien herangezogen werden.<sup>367</sup>

**364** Vgl. Ebenda S. 188

**365** Vgl. Ebenda S. 120

**366** Vgl. Rössler, Patrick: »Inhaltsanalyse.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2. Auflage, 2010. S. 205

**367** Vgl. Ebenda S. 205-208

## 9.2.2

### Umgang mit Gütekriterien in der qualitativen Forschung

Nachdem die klassischen Gütekriterien quantitativer Sozialforschung vorgestellt worden sind, gilt es nun zu klären, wie die qualitative Sozialforschung mit diesen klassischen Gütekriterien umgeht.

KARDORFF meint, dass die qualitative Sozialforschung im Zuge der Herausarbeitung von Mechanismen der sozialen Konstruktion, was die eigentliche Aufgabe qualitativer Sozialforschung sei, nicht die Standards quantitativer Forschungstraditionen erfüllen müsse.<sup>368</sup> Damit sind die klassischen Gütekriterien gemeint.

SMITH teilt diese Sichtweise. SMITH betont zwar, dass sich seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts unterschiedliche Denkschulen im Bereich der qualitativen Forschung entwickelt hätten, so etwa die ethnomethodologische, die hermeneutische und die phänomenologische Denkschule, diese Denkschulen aber über einen gemeinsamen Nenner verfügen würden: Das klassischen Gütekriterien zugrundeliegende positivistische Denken, dass es soziale Gesetzmäßigkeiten gebe, die immer und überall wirken und damit quasi die Funktion von Naturgesetzmäßigkeiten einnehmen würden, wird abgelehnt. Dementsprechend kommt SMITH zu dem Fazit, dass sich die klassischen Gütekriterien nicht mit einer qualitativen Methodik vereinbaren lassen.<sup>369</sup>

Der von SMITH beschriebene kleinste gemeinsame Nenner hat dazu geführt, dass die qualitative Methodik häufig kritisiert worden ist. Qualitativen Verfahren wird die Wissenschaftswürdigkeit abgesprochen, da es diesen Verfahren an Zuverlässigkeit und Gültigkeit fehlen würde.<sup>370</sup> Diese Kritik, die sich teilweise zur orthodoxen Lehrmeinung verfestigt hat<sup>371</sup>, hat laut LINCOLN und DENZIN zu einer Entwicklungsphase innerhalb der qualitativen Forschung beigetragen, die von zahlreichen ungeklärten Streitfragen geprägt gewesen ist. LINCOLN und DENZIN bezeichnen diese Phase als *Fifth Moment*.<sup>372</sup>

**368** Vgl. Kardorff, Ernst: »Qualitative Sozialforschung – Versuch einer Standortbestimmung.« In: »Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen.« Flick, Uwe / Kardorff, Ernst / Keupp, Heiner / Rosenstiel, Lutz / Wolff, Stephan (Hrsg.). München: Psychologie Verlags Union, 1991. S. 4

**369** Vgl. Smith, John: »The problem of criteria for judging interpretative inquiry.« URL: [https://www.depts.ttu.edu/education/our-people/Faculty/additional\\_pages/duemer/epsey\\_5382\\_class\\_materials/The-problem-of-criteria-for-judging-Interpretive-Inquiry.pdf](https://www.depts.ttu.edu/education/our-people/Faculty/additional_pages/duemer/epsey_5382_class_materials/The-problem-of-criteria-for-judging-Interpretive-Inquiry.pdf), Stand: 24.06.2016. S. 381-384

**370** Vgl. Kelle, Udo: »Empirisch begründete Theoriebildung. Zur Logik und Methodologie interpretativer Sozialforschung.« Weinheim: Deutscher Studien Verlag, 1994. S. 12

**371** Vgl. Prein, Gerald / Susann, Kluge / Kelle, Udo: »Strategien der Geltungssicherung in der qualitativen Sozialforschung. Zur Validitätsproblematik im interpretativen Paradigma.« Bremen: Universität Bremen / Sonderforschungsbereich 186 (Arbeitspapier Nr. 24), 1993. S. 6

**372** Vgl. Lincoln, Yvonna / Denzin, Norman: »The Fifth Moment.« In: »Handbook of qualitative research.« Denzin, Norman / Lincoln, Yvonna (Hrsg.). Thousand Oaks: Sage Publications, 1994. S. 576

VertreterInnen einer radikal konstruktivistischen Perspektive innerhalb der qualitativen Sozialforschung teilen die Sichtweise, dass es keine allgemein geltenden Standards innerhalb qualitativer Forschungsvorhaben geben dürfe. FEYERABEND, der zu den VertreterInnen dieser Gruppe zählt, bezeichnet beispielsweise die Vorstellung, dass es ein standardisiertes methodisches Verfahren geben müsse, als naiv. Diese Sichtweise begründet er folgendermaßen:

»Wer sich dem reichen, von der Geschichte gelieferten Material zuwendet und es nicht darauf abgesehen hat, es zu verdünnen, um seine niedrigen Instinkte zu befriedigen, nämlich die Sucht nach geistiger Sicherheit in Form von Klarheit, Präzision, »Objektivität«, »Wahrheit«, der wird einsehen, daß es nur einen Grundsatz gibt, der sich unter allen Umständen und in allen Stadien der menschlichen Entwicklung vertreten läßt. Es ist der Grundsatz: *Anything goes* (Mach, was du willst).«<sup>373</sup>

LAMNEK führt in diesem Zusammenhang aus, dass es keine einheitliche Definition der Gütekriterien in der qualitativen Sozialforschung gebe. Während die Gütekriterien in der quantitativen Sozialforschung relativ konstant verwendet würden, so LAMNEK, würde das den Gütekriterien zugrunde liegende Verständnis in der qualitativen Sozialforschung teilweise beträchtlich variieren. Die Folge dessen sei, dass die Gütekriterien quantitativer Forschung in qualitativen Forschungsarbeiten nicht oder nur modifiziert verwendet werden würden.<sup>374</sup>

Das willkürliche Postulat *Anything Goes* soll die Methodik dieser Arbeit aber nicht prägen, um den Anschein von Beliebigkeit bzw. Willkür zu vermeiden. Stattdessen sollen die klassischen Gütekriterien in einer modifizierten Fassung, welche sich an die Fragestellung und den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit anpasst, Anwendung finden. Dass die Gütekriterien an den Untersuchungsgegenstand angepasst werden, ist aber, wie DIEKMANN ausführt, kein alleiniges Spezifikum qualitativer Inhaltsanalysen. So gebe es auch zahlreiche quantitative Inhaltsanalysen, die ihre Methodik an den Untersuchungsgegenstand angepasst hätten.<sup>375</sup> Von daher ist es auch nicht fragwürdig, dass die Inhaltsanalyse dieser Doktorarbeit, die als *quantitativ-qualitative Inhaltsanalyse* bezeichnet worden ist, mit Modifizierungen bzw. Anpassungen der klassischen Gütekriterien operiert. Wie diese Anpassungen im Einzelnen aussehen, wird im Folgenden detailliert erläutert.

**373** Feyerabend, Paul: »Wider den Methodenzwang. Skizze einer anarchistischen Erkenntnistheorie.« Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1976. S. 45

**374** Vgl. Lamnek, Siegfried: »Qualitative Sozialforschung.« Weinheim/Basel: Beltz Verlag, 5. Auflage, 2010. S. 128

**375** Vgl. Diekmann, Andreas: »Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen.« Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 18. Auflage 2007. S. 607

### 9.2.3

## Umgang mit Gütekriterien in der angewandten Inhaltsanalyse

Das *kognitive Realitätsmodell* geht davon aus, dass alle Wahrnehmungsformen auf Selektionsentscheidungen zurückgehen, welche sich im Innersten einer Person abspielen. Diese Selektionsentscheidungen, die sich in einer Person abspielen, werden als *intrapersonal* bezeichnet. Dementsprechend besteht laut FRÜH eine zentrale Funktion der Inhaltsanalyse darin, diese intrapersonalen kognitiven Prozesse, die sich im Forscher bzw. der Forscherin abgespielt haben, intersubjektiv nachvollziehbar aufzubereiten.<sup>376</sup>

In dieser Arbeit wird für intersubjektive Nachvollziehbarkeit im Hinblick auf die Erstellung des Datenmaterials, das alleine von mir erstellt worden ist, gesorgt, indem jede Arbeit zusammen mit einem USB-Stick ausgehändigt wird. Auf diesem USB-Stick werden sich u.a. alle ausgefüllten Analysebögen befinden. Damit die ausgefüllten Analysebögen hinsichtlich ihrer dort auftretenden Haupt- und Unterkategorien nachvollzogen werden können, werden alle dazugehörigen Kodieranleitungen im Anhang dieser Arbeit (siehe *Kapitel 17*) abgedruckt werden. Die wichtigsten Kodieranleitungen werden bereits im Zuge der Vorstellung der Forschungsergebnisse erwähnt. Die meisten Ausführungen hierzu werden aber, um den Lesefluss nicht allzu stark zu beeinträchtigen, in den Fußnoten zu finden sein.

Da insbesondere der gesamte Kodierungsprozess transparent gestaltet werden muss, damit die LeserInnen die Forschungsergebnisse intersubjektiv nachvollziehen können, wird, einem Konzept FRÜHS folgend, ein Kodebuch erstellt werden. Im Sinne FRÜHS werden alle ausgewerteten visuellen und sprachlichen Analyseeinheiten mit eindeutigen Identifikationskennzahlen versehen werden. Im Hinblick auf alle Analyseeinheiten wird eine durchgehende Nummerierung vorgenommen werden. Außerdem können die allgemeinen Kodierungshinweise, die alle visuellen bzw. sprachlichen Analyseeinheiten betreffen, im Anhang der Arbeit eingesehen werden. Dort können auch das vollständige Kategoriensystem und alle Operationalisierungen eingesehen werden.<sup>377</sup> Mit »dort« ist weiterhin *Kapitel 17* gemeint.

In dieser Arbeit werden aus folgendem Grund keine Korrelationskoeffizienten – laut DIEKMANN lässt sich mit diesen sehr gut berechnen, ob eine Messung ausreichend objektiv gewesen ist<sup>378</sup> – berechnet und keine Reliabilitätstests durchgeführt: Im Bezug auf die Kategorien, die im Rahmen einer Inhaltsanalyse gebildet werden können, differenziert FRÜH zwischen dem Thematisierungs-, Bewertungs- und Argumentationstypus.

**376** Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 6. Auflage, 2007. S. 19-20

**377** Vgl. Ebenda S. 172

**378** Vgl. Diekmann, Andreas: »Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen.« Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 18. Auflage 2007. S. 249

Beim Thematisierungstypus geht es darum, zu erfassen, ob bestimmte Merkmale in den Analyseeinheiten vorkommen. Wie diese Merkmale bewertet werden bzw. wie hinsichtlich dieser Merkmale argumentiert wird, spielt hingegen keine Rolle. Dementsprechend verlangt dieser Typus im Vergleich zu den anderen beiden Typen von den KodiererInnen wesentlich geringere bzw. überhaupt keine Interpretationsleistungen.<sup>379</sup> Von daher kann, anknüpfend an Werner Frühs Ausführungen, davon ausgegangen werden, dass im Hinblick auf den Thematisierungstypus auf Reliabilitätstests verzichtet werden kann, da diese Tests primär Auskunft über die Gründlichkeit der KodiererInnen erteilen und nur sehr begrenzt Informationen über die Güte des Messinstruments liefern würden. Da in dieser Arbeit fast ausschließlich der Thematisierungstypus verwendet wird – abgesehen vom Bewertungstypus, der herangezogen wird, um mit Hilfe der *Truth of Consensus-Methode* den visuellen HaupthandlungsträgerInnen der Sportberichterstattung Attraktivitätslevels zuzuordnen –, wird auf Reliabilitätstests und die Berechnung von Korrelationskoeffizienten verzichtet.

Auf eine Überprüfung der *Analysevalidität*, die mittels *Forscher-Codierer-Reliabilitätstest* untersucht wird, kann aus demselben Grund, der auch dazu geführt hat, dass keine Reliabilitätstests durchgeführt werden, verzichtet werden: Die gebildeten Kategorien und ihre dazugehörigen Ausprägungen gehören fast ausschließlich dem Thematisierungstypus an. Für *Inhaltsvalidität* wird in dieser Arbeit gesorgt, indem die Kodieranleitungen, die vielen Unterkategorien zugrunde liegen, sich an den theoretischen und empirischen Erkenntnissen vorliegender Arbeiten orientieren. Dies betrifft u.a. die Kategorien bzw. die bedeutungstragenden Begriffe Sexualisierung, Attraktivität, sportlicher Kontext oder Aktivitätsgrad. *Inhaltsvalidität* wird des Weiteren hergestellt, indem externe Quellen herangezogen werden. Derart, dass, wie bereits ausgeführt worden ist, eine Datentriangulation erfolgt. Es werden, abgesehen von den Daten, die aus der Medieninhaltsanalyse resultieren, auch Daten genutzt werden, die von der *Media Control* erstellt worden sind bzw. der Sportrealität (Turnierbäume der ATP- und WTA-Turniere) entstammen.

*Kriteriumsvalidität* wird im Zuge der Interpretation des Datenmaterials der Inhaltsanalyse eine bedeutende Rolle spielen. Insbesondere wird nach Erklärungen gesucht werden, warum es in dieser Arbeit Forschungsergebnisse gibt, die im Widerspruch zu den Arbeiten stehen, welche sich bisher mit der Konstruktion von Geschlecht in deutschen Sportprintmedien auseinandergesetzt haben. Bei der Interpretation der Ergebnisse wird auch der *Inferenzvalidität* eine hohe Bedeutung zukommen. Das nächste Unterkapitel wird sich u.a. ausführlich mit dem Begriff der Inferenz, welcher laut FRÜH eine hohe Bedeutung in jeder Inhaltsanalyse zukommt, befassen.

379 Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 6. Auflage, 2007. S. 85-86

### 9.3 Mindestanforderungen an eine Inhaltsanalyse

In diesem Unterkapitel soll überprüft werden, ob die für diese Arbeit angepassten Gütekriterien die Mindestanforderungen erfüllen, die laut FRÜH für jede Inhaltsanalyse zu gelten haben. FRÜH definiert eine Inhaltsanalyse wie folgt:

*»Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte.«<sup>380</sup>*

*Empirisch* bedeutet, dass die forschungsfragenrelevanten Erkenntnisobjekte Merkmale erhalten sollen, die im Zuge der Inhaltsanalyse überprüft werden können.<sup>381</sup> In dieser Arbeit stellen die Formen der visuellen und sprachlichen Darstellung von SportlerInnen in der *BILD Zeitung* die Erkenntnisobjekte dar. Diese Erkenntnisobjekte sollen auf geschlechtlicher Ebene hinsichtlich der Merkmale *Aufmerksamkeitsverteilung, Aktivität/Leistungsfähigkeit, Attraktivität* und *Sexualisierung* miteinander verglichen werden.

Ein Vergleich der Merkmale kann laut FRÜH nur erfolgen, sofern zu den relevanten Merkmalen geeignete Haupt- und Unterkategorien gebildet werden. Der Prozess der Kategorienbildung soll dabei in mehreren Schritten erfolgen. Zunächst muss eine Selektion vorgenommen werden. Nur Inhalte der Analyseeinheiten sollen erfasst werden, die im Bezug auf die ausgewählten Merkmale von Relevanz sind. Danach gilt es eine Bündelung und Generalisierung ähnlicher Analyseeinheiten vorzunehmen. Bündeln bedeutet dabei, dass die gebildeten Kategorien als Sammelstellen für sehr ähnliche Analyseeinheiten fungieren sollen. Die vorgenommene Bündelung hängt eng mit der Zielsetzung Generalisierung zusammen. Sobald sich Analyseeinheiten sehr ähnlich sind, soll über vorherrschende Unterschiede hinweggesehen werden. Analyseeinheiten müssen im Hinblick auf bestimmte Merkmale also nicht vollkommen identisch sein, um die Zugehörigkeit zu derselben Kategorie zu erhalten. Stattdessen gilt es im Zuge der Bündelung und Generalisierung einen kleinsten gemeinsamen Nenner der Analyseeinheiten zu finden. Am Ende der Kategorienbildung soll der Rückbezug auf die Theorie stehen. Die gebildeten Kategorien sollen Rückschlüsse auf die forschungsfragenrelevanten Merkmale erlauben.<sup>382</sup>

Die teilweise deduktive Herangehensweise, die in dieser Arbeit Verwendung findet, wird diesem Anforderungsprofil gerecht. Die Kategorien, die ausgehend von den bedeu-

**380** Ebenda S. 27

**381** Vgl. Ebenda S. 27

**382** Vgl. Ebenda S. 156-157

tungstragenden Begriffen der Forschungshypothesen gebildet werden, was zugleich der Forderung nach Selektion entspricht, erhalten Operationalisierungen, die sich an den vorliegenden empirischen Forschungsergebnissen und ausgewählten theoretischen Modellen (*Truth of Consensus-Methode*, theoretische Ableitung des Begriffs Sexualisierung gemäß der APA-Definition usw.) orientieren. Wie die Kategorien im Einzelnen gebündelt und generalisiert werden, darüber geben die im Anhang abgedruckten Kodieranleitungen Auskunft.

Als weiteren wichtigen Bestandteil eines empirischen Vorgehens sieht FRÜH an, dass der empirische Relativ, der durch die soeben beschriebenen Schritte hergestellt werden soll, in einen numerischen Relativ überführt wird. Zur Bildung des numerischen Relativs gehört nach Meinung FRÜHS immer eine Messung. Für diese ist es laut FRÜH ausreichend, dass zwischen den Erkenntnisobjekten Relationen hergestellt werden, indem diese hinsichtlich der Häufigkeiten, mit denen bestimmte Haupt- und Unterkategorien auftreten, miteinander verglichen werden.<sup>383</sup> In dieser Arbeit soll diese einfache Form der Quantifizierung Anwendung finden. Die für diese Arbeit gebildeten Kategorien werden dahingehend überprüft, wie häufig diese Kategorien im Rahmen der Darstellung von Sportlern und Sportlerinnen Anwendung finden.

Unter einem *systematischen* Vorgehen versteht FRÜH u.a., dass die zu den Kategorien dazugehörigen Kodieranweisungen standardisiert sein müssen. Die Kodieranweisungen dürfen während des Forschungsprozesses nicht variieren.<sup>384</sup> Diesem Anspruch folgt die Inhaltsanalyse dieser Arbeit derart, dass es standardisierte Analysebögen gibt, die im Anhang der Arbeit eingesehen werden können. Der artikulierte Anspruch auf Systematik erhält nur insofern eine Einschränkung, dass sich die Kodieranweisungen für visuelle und sprachliche Analyseeinheiten voneinander unterscheiden müssen.

Außerdem muss berücksichtigt werden, dass die standardisierten Analysebögen, die zwecks Bearbeitung der *Hypothesen 1* und *2* erstellt worden sind, die Merkmale *Aufmerksamkeitsverteilung* und *Popularität von Sportereignissen* erfassen sollen, während die standardisierten Analysebögen, die für die Bearbeitung der *Hypothesen 3*, *4* und *5* angefertigt worden sind, primär die Merkmale *Elite*, *Ethnozentrismus*, *soziales Umfeld*, *Aktivität/Leistungsfähigkeit*, *Attraktivität* und *Sexualisierung* erfassen sollen. Folglich müssen die für die Bearbeitung der *Hypothesen 3* bis *5* entwickelten Analysebögen anders aussehen, da sich das Forschungsinteresse im Vergleich zu den ersten beiden Hypothesen verändert hat.

Außerdem muss geklärt werden, auf welche Kodiereinheiten sich die Kodieranweisungen beziehen sollen. Es geht hierbei um die Festlegung von Bezugsgrößen im Hinblick auf die Analyseeinheiten. Sollen etwa jedem einzelnen Satz eines Zeitungsartikels bestimmte

**383** Vgl. Ebenda S. 23, 24, 29 und S. 36-37

**384** Vgl. Ebenda S. 65

Merkmalskategorien zugeordnet werden oder soll der Text in seiner Gesamtheit betrachtet werden, wenn es darum geht, ihm bestimmte Kategorien zuzuordnen. FRÜH schlägt vor, dass der ganze Text als Kodiereinheit herangezogen werden soll. Diesen Vorschlag begründet er folgendermaßen: Eine Inhaltsanalyse soll nicht über einzelne Sätze oder einzelne Artikel Auskunft erteilen, sondern Aggregatdaten über Textmengen liefern. Deshalb sollten die Texte in ihrer Gesamtheit betrachtet werden.<sup>385</sup> Diese Herangehensweise wird übernommen. Für die visuelle Ebene der Berichterstattung bedeutet dies: Fotos sollen in ihrer Gesamtheit untersucht werden.

Dass in dieser Arbeit, wie von FRÜH gefordert, intersubjektive Nachvollziehbarkeit hergestellt wird, indem Intersubjektivität als Reflexion der eigenen Subjektivität verstanden wird, darauf ist ausführlich eingegangen worden. In diesem Abschnitt soll es insbesondere um die Inferenz gehen, die FRÜH als eigentlichen Zweck einer Inhaltsanalyse ansieht.

Unter Inferenz versteht FRÜH, dass, ausgehend von den empirischen Ergebnissen der Inhaltsanalyse, Rückschlüsse auf externe Sachverhalte erfolgen. Für den gewünschten Inferenzschluss ist es zwingend notwendig, dass die Interpretation mittels externer Theorien vorgenommen wird.<sup>386</sup>

Genau deshalb hat in einem vorherigen Kapitel eine ausführliche Darstellung des Verhältnisses von Printmedien zu RezipientInnen - mittels Heranziehung von Selektions- und Rezeptionstheorien - stattgefunden, weil diese Theorien später gebraucht werden, um eine Interpretation der Inhaltsanalyse vornehmen zu können. So kann die Inhaltsanalyse erst ihren eigentlichen Zweck erfüllen. Unabhängig davon, wie zuverlässig das ausgewählte Messinstrument gewesen ist: Die Interpretation der Ergebnisse erfolgt auf Grundlage subjektiver Selektionsentscheidungen. Dasselbe Datenmaterial kann, indem unterschiedliche theoretische Herangehensweisen verwendet werden, andersartig gedeutet werden.

Da die Interpretation dieser Inhaltsanalyse nur unter Heranziehung externer Theorien erfolgen darf, bedeutet dies zugleich: Diese Inhaltsanalyse ist vom Ansatz her formal-deskriptiv. Äußerliche Merkmale des Untersuchungsgegenstandes werden mit Hilfe der in der Arbeit verwendeten Inhaltsanalyse beschrieben. Ausgehend von dieser Beschreibung, lässt sich aber nicht sagen, welche Absichten die MedienvertreterInnen mit dieser Form der Berichterstattung verfolgen (*diagnostischer Ansatz*) bzw. was diese Form der Berichterstattung bei den RezipientInnen auslösen könnte (*prognostischer Ansatz*). Diese beiden Ansätze gehören zum Bereich der Inferenz. Diese Sichtweise FRÜHS<sup>387</sup> hat die Ausformulierung der Forschungshypothesen beeinflusst.

**385** Vgl. Ebenda S. 164-165 und S. 200

**386** Vgl. Ebenda S. 138

**387** Vgl. Ebenda S. 44-45

Die entsprechenden Hypothesen sind gezielt vorsichtig – im formal-deskriptiven Sinne – formuliert worden. Ob diese formal-deskriptiven Merkmale, die in der *BILD-Berichterstattung* auftauchen, zur Fortschreibung von Geschlechterstereotypen bei den RezipientInnen führen könnten, wird hingegen in den Forschungshypothesen nicht thematisiert. Die Beantwortung dieser Frage ist für das gewählte Forschungsvorhaben relevant, kann aber nur nach der Inhaltsanalyse und unter Heranziehung entsprechender externer Produktions- und Rezeptionstheorien interpretativ beantwortet werden.

Da sich die Deutung einer Inhaltsanalyse auf Textmengen und nicht auf einzelne Texte, wie es in der Hermeneutik üblich wäre, beziehen soll, ist es wichtig, dass das Untersuchungsmaterial, welches ausgehend vom Untersuchungsgegenstand gebildet wird, für eben diesen Gegenstand repräsentativ ist. Bevor auf die Repräsentativitätsproblematik eingegangen wird, wird die theoriegeleitete Auswahl des Untersuchungsgegenstandes erläutert.

## 9.4

### Untersuchungsgegenstand

Bourdieu's Sozialtheorie hat die besondere Bedeutung der Orthodoxie, da mit symbolischer Macht ausgestattet, beschrieben. Dass die Orthodoxie ihre Machtposition insbesondere über die Anhäufung von symbolischem Kapital manifestiert und dieses Kapital wiederum aus der Anerkennung der Orthodoxie durch die RezipientInnen entsteht, ist ausführlich erläutert worden. Da ferner gezeigt worden ist, dass im Feld der Produktion kultureller Güter Printmedien von den RezipientInnen wichtige Anerkennung in Form der Kaufentscheidung erhalten, ist die verkaufte tägliche Auflage als wichtigster Indikator für die Zugehörigkeit zur Orthodoxie festgelegt worden.

Dementsprechend ist es für die Bildung des Untersuchungsgegenstandes von zentraler Bedeutung, dass diejenigen überregionalen Tageszeitungen, die im Kalenderjahr 2015 in Deutschland erschienen sind, unter dem Gesichtspunkt miteinander verglichen werden, welche Verkaufszahlen sie in diesem Jahr erreicht haben. Dabei zeigt sich, dass die *BILD Zeitung* bei den Gesamtverkäufen – diese setzen sich u.a. aus Abonnements, Einzelverkäufen und ePaper-Verkäufen zusammen – eine marktführende Position unter den überregionalen Tageszeitungen eingenommen hat.

Diese Beobachtung gilt für alle Quartale des Kalenderjahres 2015. In jedem der vier Quartale anno 2015 konnte die *BILD Zeitung* durchschnittlich pro Erscheinungstag mehr als 1,8 Millionen Exemplare verkaufen. Unter Berücksichtigung dessen, dass die *Süddeutsche Zeitung* in allen vier Quartalen auf dem zweiten Platz dieses Rankings lag, obwohl von

dieser Zeitung im ersten<sup>388</sup>, zweiten<sup>389</sup>, dritten<sup>390</sup> und vierten<sup>391</sup> Quartal im Durchschnitt pro Erscheinungstag keine 400.000 Exemplare verkauft werden konnten, zeigt, dass die *Bild Zeitung* unter denjenigen Tageszeitungen, welche die Orthodoxie bilden, eindeutig über die größte Menge an symbolischer Macht verfügt. Dementsprechend soll die Sportberichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* – regionale Schwerpunkte sollen keine Berücksichtigung finden - im Kalenderjahr 2015 untersucht werden, um die Forschungshypothesen einer empirischen Prüfung zu unterziehen.

Damit werden Bild- und Texteinheiten, die von der Sportredaktion der *BILD-Zeitung* konstruiert worden sind, im Mittelpunkt der Untersuchung stehen. Es handelt sich hierbei um Produkte des menschlichen Verstandes. Da eben jene Produkte, wie SMITH meint, im Rahmen qualitativer Forschungsvorhaben untersucht werden sollen<sup>392</sup>, begründet dies nochmals zusätzlich, warum die in dieser Arbeit vorgenommene Inhaltsanalyse, obwohl sie eindeutig quantitative Elemente enthält, nur als quantitativ-qualitative Inhaltsanalyse bezeichnet werden kann.

Der festgelegte Untersuchungsgegenstand passt ferner zum Aussagegehalt der *Hypothesen 1* und *2*. In diesen wird davon ausgegangen, dass die zu untersuchende Berichterstattung geschlechtliche Asymmetrien fortschreibt, was u.a. mit der Fokussierung auf Populärereignisse zusammenhängen soll. SMITH sagt, dass die Sichtweisen von AkteurInnen stark davon abhängen, welche Interessen sie vertreten.<sup>393</sup> Da die Orthodoxie laut Bourdieu danach strebt, den Status Quo und damit die Zugehörigkeit zur Orthodoxie zu erhalten, ist davon auszugehen, dass sich die *BILD*-Redaktion bei der Aufmerksamkeitsverteilung in ihrem Medium an einer Produktionsnorm orientieren wird, von der sich bereits in einem anderen Feld gezeigt hat, dass sie ökonomischen Erfolg in Form hoher Einschaltquoten generiert und damit zu einem Zuwachs des ökonomischen Kapitals beiträgt.

**388** Vgl. Schröder, Jens: »IVW-Blitz-Analyse: Spiegel, Stern und Focus im Plus – Bild, SZ, FAZ und Welt stark im Minus.« URL: <http://meedia.de/2015/04/20/ivw-blitz-analyse-spiegel-stern-und-focus-im-plus-bild-sz-faz-und-welt-stark-im-minus/>, Stand: 24.06.2016

**389** Vgl. Schröder, Jens: »IVW-Blitz-Analyse: Starke Verluste für Spiegel, Bild und Welt, Bravo schafft den Turnaround.« URL: <http://meedia.de/2015/07/20/ivw-blitz-analyse-starke-verluste-fuer-spiegel-bild-und-welt-bravo-schafft-den-turnaround/>, Stand: 24.06.2016

**390** Vgl. Schröder, Jens: »IVW-Blitz-Analyse: Auflagen – Verluste der Magazine dramatischer denn je, nur sieben Gewinner in der Top 50.« URL: <http://meedia.de/2015/10/20/ivw-blitz-analyse-auflagen-verluste-der-magazine-dramatischer-denn-je-nur-sieben-gewinner-in-der-top-50/>, Stand: 24.06.2016

**391** Vgl. Schröder, Jens: »IVW-Blitz-Analyse Zeitungen: Bild verliert 12%, Welt 14%, Handelsblatt und taz gewinnen dank ePaper-Abos.« URL: <http://meedia.de/2016/01/20/ivw-blitz-analyse-zeitungen-bild-verliert-12-welt-14-handelsblatt-und-taz-gewinnen-dank-epaper-abos/>, Stand: 24.06.2016

**392** Vgl. Smith, John: »The problem of criteria for judging interpretative inquiry.« URL: [https://www.depts.ttu.edu/education/our-people/Faculty/additional\\_pages/duemer/epsy\\_5382\\_class\\_materials/The-problem-of-criteria-for-judging-Interpretive-Inquiry.pdf](https://www.depts.ttu.edu/education/our-people/Faculty/additional_pages/duemer/epsy_5382_class_materials/The-problem-of-criteria-for-judging-Interpretive-Inquiry.pdf), Stand: 24.06.2016. S. 379

**393** Vgl. Ebenda S. 389

## 9.5

### Untersuchungsmaterial – Festlegung eines Auswahlverfahrens

Da unter Grundgesamtheit eine abgegrenzte Menge von Objekten zu verstehen ist, über welche Aussagen, alle Facetten der Forschungsfrage berücksichtigend, getroffen werden sollen<sup>394</sup>, würde sich, ausgehend vom gewählten Untersuchungsgegenstand, folgende Grundgesamtheit ergeben: Alle Exemplare der *BILD-Bundesausgabe*, die im Kalenderjahr 2015 erschienen sind. Da 2015 304 Exemplare der *BILD-Bundesausgabe* publiziert worden sind, ergibt sich eine Grundgesamtheit  $N = 304$  Zeitungsexemplare. Lediglich an gesetzlichen Feiertagen und an Sonntagen – an diesem Wochentag erscheint die Sonderausgabe *BILD am Sonntag* – sind keine Ausgaben erschienen. Da die *Axel Springer Syndication* aber 78 von diesen *BILD-Bundesausgaben* aus rechtlichen Gründen – darunter ist in der Regel zu verstehen, dass Personen oder Institutionen gerichtliche Unterlassungen erwirkt haben, welche es der *Axel Springer AG* nicht mehr länger gestatten, die entsprechenden Exemplare in Umlauf zu bringen – nicht mehr herausgeben durfte, reduzierte sich die verfügbare Grundgesamtheit auf  $N = 226$  Zeitungsexemplare.

Im Hinblick auf die Grundgesamtheit muss ein Auswahlverfahren festgelegt werden. Bevor dieses Verfahren stattfinden kann, muss zunächst berücksichtigt werden, aus welchen Elementen sich die Grundgesamtheit zusammensetzt.<sup>395</sup> Alle Artikel über bzw. Fotos von SportlerInnen, die auf der Titelseite oder im Sportteil erscheinen, fungieren als forschungsfragenrelevante Einzelobjekte bzw. Elemente innerhalb der Grundgesamtheit. Da frühere Forschungsarbeiten betonen, dass die *BILD-Bundesausgabe* über einen sehr umfangreichen Sportteil verfügt<sup>396</sup>, müssten sehr viele Artikel und Fotos im Zuge einer Vollerhebung ausgewertet werden. In Fällen, in denen eine extrem große Grundgesamtheit vorliegt, wird in der Forschungsliteratur häufig davon abgeraten, eine Vollerhebung durchzuführen. Stattdessen wird dazu geraten, eine Stichprobe der Grundgesamtheit zu untersuchen, um den Aufwand, die Bereiche Energie, Geld und Zeit betreffend, in Grenzen zu halten. Wichtig ist hierbei, dass die gewählte Auswahlmethode dem Erkenntniszweck des Forschungsvorhabens gerecht werden muss.<sup>397</sup>

Da das Erkenntnisinteresse von *Hypothese 1* darin besteht, die Aufmerksamkeitsverteilung zwischen Sportlern und Sportlerinnen für das gesamte Kalenderjahr 2015 mittels Häufigkeitsauszählungen zu vergleichen, muss die in der Stichprobe auftretende Häufigkeitsverteilung für das gesamte Kalenderjahr 2015 repräsentativ sein. Da eine *willkürliche*

**394** Vgl. Ebermann, Erwin: »Die Grundpopulation: worüber wir Aussagen machen.« URL: <http://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/quantitative/quantitative-10.html>, Stand: 10.08.2016

**395** Vgl. Ebenda

**396** Vgl. Rulofs, Bettina: »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003. S. 61

**397** Vgl. Wendel, Lisa / Gerwald, Annika / Oltmanns, Imke: »Ausarbeitung zum Thema Auswahlverfahren und Stichprobenkonstruktion.« URL: <http://www.staff.uni-oldenburg.de/wolf.d.scholz/download/Auswahlverfahren.doc>, S. 4. Stand: 10.08.2016

*Stichprobe* laut FRÜH nicht verallgemeinerungsfähig ist und eine *bewusste Stichprobenauswahl* die Strukturen der Grundgesamtheit nicht angemessen abbilden kann, weil durch die selektiven Blickwinkel der ForscherInnen relevante Strukturen verloren gehen, ist FRÜH der Meinung, dass insbesondere die *Zufallsstichprobe* dazu geeignet ist, um repräsentative Forschungsergebnisse zu erzielen.<sup>398</sup> LAMNEK unterstreicht, dass insbesondere die quantitative Sozialforschung nach einer Methodik strebt, die repräsentativ sein soll.<sup>399</sup> Diese Sichtweise wird von KARDORFF geteilt.<sup>400</sup> Unter diesem Gesichtspunkt kann festgehalten werden, dass die für diese Arbeit konzipierte Inhaltsanalyse, was den Anspruch auf Repräsentativität anbelangt, als quantitativ bezeichnet werden kann.

Anknüpfend an die Ausführungen Werner Frühs, haben die 226 verfügbaren *BILD-Bundesausgaben* eine durchgehende Nummerierung erhalten. Diese Zahlen haben als *random numbers* fungiert. Mit Hilfe des Taschenrechners sind die entsprechenden *random numbers* generiert worden.<sup>401</sup> Es sind solange *random numbers* mit dem Taschenrechner erzeugt worden, bis 113 verschiedene Zahlen angezeigt worden sind. Die dazugehörigen Zeitungsexemplare bilden die Stichprobe, welche zwecks Überprüfung der *Forschungshypothesen 1* und *2* gebildet worden ist. Die Stichprobe umfasst damit die Hälfte der verfügbaren Grundgesamtheit. Es gilt: Stichprobengröße  $n = 113$  Zeitungsexemplare. Da bezogen auf diese 113 zufällig ausgewählten Zeitungsexemplare eine Vollerhebung aller Artikel über und Fotos von SportlerInnen vorgenommen worden ist, hat sich aus dieser Stichprobe heraus eine ausreichend große Menge von Analyseeinheiten ergeben.

Ausgehend von den Voraussetzungen, die laut EBERMANN gegeben sein müssen, um eine Zufallsstichprobe durchführen zu können, zeigt sich, dass die Grundgesamtheit dieser Arbeit in besonderem Maße für eine Zufallsstichprobe geeignet gewesen ist. Denn alle Elemente der Grundgesamtheit besitzen, wie von EBERMANN gefordert, die gleiche Wahrscheinlichkeit, im Zuge der Generierung von *random numbers* ausgewählt zu werden. Bei dieser Grundgesamtheit gibt es keine versteckten Elemente.<sup>402</sup>

Das Stichprobenverfahren, das im Zuge der Bearbeitung der *Hypothesen 1* und *2* Anwendung gefunden hat, wird auch allen Anforderungen gerecht, die laut RÖSSLER beim Bilden einer angemessenen Stichprobe gelten müssen. RÖSSLER spricht in diesem Zusammenhang von einem fünfstufigen Verfahren. In einem ersten Schritt muss der Zeitraum der Untersuchung festgelegt werden. Dieser Zeitraum steht bereits durch den Arbeitstitel fest, es geht um das Kalenderjahr 2015. In einem zweiten Schritt muss der räumliche Geltungsbereich der Untersuchung exakt bestimmt werden. Auch in diesem Fall steht

**398** Vgl. Früh, Werner: »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 6. Auflage, 2007. S. 104-105

**399** Vgl. Lamnek, Siegfried: »Qualitative Sozialforschung.« Weinheim/Basel: Beltz Verlag, 5. Auflage, 2010. S. 130

**400** Vgl. Kardorff, Ernst: »Qualitative Sozialforschung – Versuch einer Standortbestimmung.« In: »Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen.« Flick, Uwe / Kardorff, Ernst / Keupp, Heiner / Rosenstiel, Lutz / Wolff, Stephan (Hrsg.). München: Psychologie Verlags Union, 1991. S. 4

**401** Vgl. CanfordMaths Channel (Hrsg.): »Generating random numbers on a calculator.« URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mxHICR-4nGI>, Stand: 10.08.2016

**402** Vgl. Ebermann, Erwin: »Zufallsstichproben.« URL: <http://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/quantitative/quantitative-18.html>, Stand: 10.08.2016

bereits im Arbeitstitel, dass es um deutsche Medien gehen soll. Die dritte Stufe erfordert es vom Forscher bzw. der Forscherin, dass eine Festlegung auf eine Mediengattung erfolgt. Auch dies bereitet kein Problem, da im Arbeitstitel von Printmedien die Rede ist.<sup>403</sup>

In dieser Arbeit erfolgt die Analyse von Texten und Bildern, die dem Printbereich entstammen, aus forschungspragmatischen Gründen. Bei der Analyse von Fernsehsendungen wäre es notwendig gewesen, zunächst einmal eine Verbindung zwischen zusammengehörigen Bild- und Toneinheiten herzustellen, ehe im Zuge des Transkriptionsprozesses eine Verschriftlichung der entsprechenden Einheiten hätte erfolgen müssen. Außerdem hätten die in den Sportübertragungen auftauchenden bewegten Bilder in eine Abfolge von Standbildern umgewandelt werden müssen, um die intersubjektive Nachvollziehbarkeit der Studie gewährleisten zu können. Bei Presstexten reicht hingegen die Erfassung der abgedruckten Bilder und Texte, akustische Signale müssen keine Berücksichtigung finden.<sup>404</sup>

Auf der vierten Stufe des Auswahlverfahrens muss laut RÖSSLER entschieden werden, welche Medienangebote innerhalb der ausgewählten Mediengattung berücksichtigt werden sollen. Anknüpfend an Bourdieus Sozialtheorie, dass insbesondere von der Orthodoxie symbolische Macht ausgeht und der hohen täglichen Verkaufszahlen der *BILD-Zeitung* eingedenk, ist die Entscheidung getroffen worden, dass die *BILD-Bundesausgabe* anno 2015 untersucht werden muss. Auf der fünften Stufe muss festgelegt werden, welche Ressorts innerhalb des ausgewählten Medienangebots untersucht werden sollen. Da es um die Konstruktion von Geschlecht im Sportteil geht, ist klar gewesen, dass der Sportteil und Sportberichte, die auf der Titelseite erscheinen, in die Auswertung eingehen müssen. Des Weiteren führt RÖSSLER aus, dass das fünfstufige Verfahren der Stichprobenziehung, sofern gewünscht, um eine sechste Stufe ergänzt werden kann. Auf dieser soll geklärt werden, welcher inhaltlich definierte Teil der Berichterstattung insbesondere untersucht werden soll.<sup>405</sup> In dieser Arbeit sind es die Artikel über und Fotos von SportlerInnen, die im Mittelpunkt der Analyse stehen sollen. Wie SchiedsrichterInnen, TrainerInnen usw. dargestellt werden, ist von untergeordneter Bedeutung.

Da für die Bearbeitung der *Hypothesen 3 bis 5* zwei Sportereignisse miteinander verglichen werden sollen, die in den geschlechtlichen Aufmerksamkeitsrankings der *BILD-Bundesausgabe* jeweils möglichst weit vorne positioniert sind, zugleich aber nur Sportereignisse miteinander verglichen werden sollen, die sich hinsichtlich ihrer Erfolgslevels miteinander vergleichen lassen, wird Folgendes ersichtlich: Höchstwahrscheinlich wird eine Vollerhebung im Hinblick auf die zwei auszuwählenden Sportereignisse notwendig sein, da es möglicherweise nicht viele Sportereignisse geben wird, die diese beiden Bedingungen geschlechterübergreifend erfüllen können. Tatsächlich ist es im Hinblick

**403** Vgl. Rössler, Patrick: »Inhaltsanalyse.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2. Auflage, 2010. S. 54-56

**404** Vgl. Przyborski, Aglaja / Wohlrab-Sahr, Monika: »Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch.« München: Oldenbourg Verlag, 3. Auflage, 2010. S. 161 bzw. S. 169

**405** Vgl. Rössler, Patrick: »Inhaltsanalyse.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2. Auflage, 2010. S. 56

auf die Bearbeitung der *Hypothesen 3 bis 5* am Ende notwendig gewesen, eine Vollerhebung durchzuführen. Mit den Leistungsklassen *WTA Tour der Frauen* und *ATP Tour der Männer* sind nämlich zwei Leistungsklassen als Untersuchungsgegenstand herangezogen worden, über die relativ wenige – bezogen auf das komplette Kalenderjahr 2015 – Fotos und Texteinheiten in der *BILD-Bundesausgabe* erschienen sind. Im nächsten Kapitel, das die Forschungsergebnisse beinhaltet, wird es dazu exaktes Datenmaterial geben.

Da das für die Bearbeitung der *Hypothesen 3 bis 5* angewendete Auswahlverfahren vom Datenmaterial abhängig gewesen ist, das im Zuge der Bearbeitung der *Hypothesen 1 und 2* erstellt worden ist, dementsprechend die Grundgesamtheit der hypothesenrelevanten Analyseeinheiten im Vorfeld nicht bekannt gewesen ist, fallen die *Hypothesen 3 bis 5* unter diesem Gesichtspunkt in den Bereich des *theoretischen Samplings*.<sup>406</sup> Das *theoretische Sampling* gehört zu den induktiven Verfahren. Das für die *Hypothesen 3 bis 5* geltende Auswahlverfahren stellt aber eine Mischform aus induktivem und deduktivem Verfahren dar. Das Auswahlverfahren ist insofern deduktiv gewesen, als dass die Merkmale *Aktivität/Leistungsfähigkeit*, *Attraktivität* und *Sexualisierung* bzw. ihre dazugehörigen Merkmalsausprägungen im Vorfeld, bedingt durch theoretische Ausführungen und vorliegende Forschungsarbeiten, bekannt gewesen sind und nicht via Feldarbeit exploratorisch erschlossen werden mussten.

**406** Vgl. Fachbereich Psychologie der Universität Freiburg: »Übung Qualitative Methoden. Samplingtechniken.« URL: <https://www.psychologie.uni-freiburg.de/studium.lehre/bachelor.of.science/skripte/frueheresem.html/QualitativeMethoden/7samplingtechniken>, S. 7. Stand: 10.08.2016



# 10

## **Präsentation der Forschungsergebnisse**

# 10

## PRÄSENTATION DER FORSCHUNGSERGEBNISSE

In diesem Kapitel wird das Datenmaterial vorgestellt, das sich ergeben hat, nachdem die entwickelten Forschungshypothesen mit Hilfe zweckmäßiger Untersuchungsmaterialien überprüft worden sind.

### 10.1

#### Geschlechtliche Aufmerksamkeitsverteilung in der Sportberichterstattung

Zuerst werden die Forschungsergebnisse vorgestellt, die sich im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 1* ergeben haben. *Hypothese 1* hat folgendermaßen gelautet:

**»Zwischen den Sportlern und Sportlerinnen wird die Aufmerksamkeit von Seiten der *BILD Zeitung* ungleich verteilt. Der Großteil der Aufmerksamkeit geht auf sprachlicher und visueller Ebene an die Sportler.«**

Da es im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 1* um die gesamte alltägliche Sportberichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* gehen soll und der Forschungsstand dahingehend eindeutig ist, dass die gesamte alltägliche Sportberichterstattung in deutschen Tageszeitungen bisher visuell und sprachlich eindeutig von Männersport dominiert worden ist, wird von einer visuellen und sprachlichen Dominanz der Männersportarten in der *BILD-Zeitung* ausgegangen.

Gemäß dem in Unterkapitel 9.5 beschriebenen Vorgehen, sind aus den 226 verfügbaren Exemplaren 113 *BILD-Bundesausgaben* zufällig ausgewählt worden.<sup>407</sup> Beim Durchgehen der ausgewählten *BILD-Zeitungen* fiel auf, dass insbesondere eine Leistungsklasse die visuelle und sprachliche Sportberichterstattung dominiert. Es handelt sich hierbei um die *1. Fußball Bundesliga der Männer*. Basierend auf dieser Erkenntnis, ist festgelegt worden, dass es für die Bearbeitung von *Hypothese 1* ausreicht, zunächst mit einer kleineren Stichprobengröße zu arbeiten, um die Dominanz der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* und daraus resultierend die Dominanz von Sportlern in der Aufmerksamkeitsverteilung nach-

<sup>407</sup> Der in Kapitel 16 aufgeführten Auflistung »Grundgesamtheit der ausgewerteten *BILD-Bundesausgaben* von 2015« kann entnommen werden, welche 113 *BILD-Bundesausgaben* in diese Auswertung einbezogen worden sind. Hinter den entsprechenden Ausgaben steht »AUSGEWÄHLT«.

zuweisen. Daher ist aus den 113 Zeitungsexemplaren, die in der ersten Phase ausgewählt worden waren, eine weitere Zufallsstichprobe gezogen worden. In der zweiten Phase ist ein Drittel der 113 Exemplare mittels Generierung von *random numbers* ausgewählt worden. Die Stichprobengröße hat sich damit auf  $n = 38$  Erscheinungstage reduziert.<sup>408</sup>

### 10.1.1

## Dominanz der Sportler auf der visuellen Ebene

Zunächst werden für *Hypothese 1* diejenigen Forschungsergebnisse präsentiert, welche die visuelle Ebene der Berichterstattung betreffen.<sup>409</sup> Für die Erfassung der relevanten Fotos sind standardisierte Analysebögen erstellt worden.<sup>410</sup> Die forschungsfragenrelevanten Fotos sind auf die Kategorien »Fotos von aktiven Sportlern«, »Fotos von aktiven Sportlerinnen«, »Fotos von aktiven SportlerInnen« und »Fotos von anderen Personen/Ereignissen« verteilt worden.

Während bei den »Fotos von aktiven Sportlern« ein aktiver Hochleistungssportler das primäre Bildmotiv – diejenige Person, welche innerhalb des Fotos die meiste Fläche einnimmt – darstellt, ist es bei den »Fotos von aktiven Sportlerinnen« eine aktive Hochleistungssportlerin. Fotos, auf denen das primäre und das sekundäre Bildmotiv aktive HochleistungssportlerInnen sind und sich diese beiden Bildmotive hinsichtlich ihres Geschlechts voneinander unterscheiden, werden der Kategorie »Fotos von aktiven SportlerInnen« zugeordnet. Zu den »Fotos von anderen Personen/Ereignissen« gehören Fotos, die keine Personen zeigen oder als primäre Bildmotive Menschen zeigen, die zum Zeitpunkt der Bildaufnahme keine aktiven HochleistungssportlerInnen gewesen sind. Dazu zählen u.a. Fotos von TrainerInnen, StadionbesucherInnen, SchiedsrichterInnen oder ehemaligen HochleistungssportlerInnen.

Für die Stichprobengröße  $n = 38$  Erscheinungstage lässt sich feststellen, dass in den dabei zu untersuchenden Zeitungsexemplaren insgesamt 1.011 Fotos erschienen sind, die

**408** Welche Exemplare in der zweiten Phase ausgewählt worden sind, kann ebenfalls im Anhang unter »Grundgesamtheit der ausgewerteten BILD-Bundesausgaben von 2015« eingesehen werden. Hinter den entsprechenden Exemplaren steht nicht nur der Zusatz »AUSGEWÄHLT«, sondern auch die Anmerkung »1. Fußball-Bundesliga der Männer«.

**409** Damit die entsprechenden Ergebnisse nachvollzogen werden können, müssen wichtige Vorannahmen erläutert werden. Graphiken und Tabellen, Logos von Vereinen/Pokalen/Turnieren und Comics/Karikaturen stellen keine Fotos dar, werden dementsprechend nicht erfasst. Auch Fotos, die im Sportteil erscheinen, aber lediglich die VerfasserInnen der entsprechenden Artikel abbilden, werden nicht erfasst. Mit einer Ausnahme: Fotos von SportlerInnen, die als GastautorInnen fungiert haben und in dieser Funktion abgebildet worden sind, haben Berücksichtigung gefunden. Auch Fotos, die im Kontext von Werbeanzeigen erscheinen oder zum täglich erscheinenden Horoskop gehören, haben keinen unmittelbaren Sportbezug und müssen deshalb nicht erfasst werden, obwohl sie im Sportteil erscheinen.

**410** Der standardisierte Analysebogen, der für die Bearbeitung der *Hypothesen 1* und *2* auf der visuellen Ebene verwendet worden ist, kann im Unterkapitel 17.1.2 »Visuelle Berichterstattungsebene« eingesehen werden. Alle weiteren Ausführungen, die *Hypothesen 1* und *2* betreffend, beziehen sich ausschließlich auf diesen standardisierten Analysebogen, sofern es um Fotos geht. Kategorien und Kodieranleitungen, die für das Leseverständnis und die korrekte Interpretation des Datenmaterials von zentraler Bedeutung sind, werden in diesem Kapitel thematisiert. Dadurch wird vermieden, dass die LeserInnen permanent im Anhang der Arbeit nachschlagen müssen. Alle Kodieranleitungen, die zu diesem standardisierten Analysebogen dazugehören, können ebenfalls dem Unterkapitel 17.1.2 entnommen werden.

den soeben beschriebenen Kategorien zugeordnet werden können. Wie *Tabelle 1* zeigt, sind es die »Fotos von aktiven Sportlern«, welche mit 56,08 Prozent die visuelle Ebene der *BILD-Sportberichterstattung* dominieren. Frauen werden hingegen deutlich seltener visualisiert, lediglich 3,07 Prozent der untersuchten Fotos entfallen auf die Kategorie »Fotos von aktiven Sportlerinnen«. Nur fünf Fotos bzw. 0,49 Prozent aller erfassten Fotos beinhalten geschlechtergemischte Darstellungen, welche Sportlerinnen zusammen mit Sportlern ins Bildzentrum rücken. »Fotos von anderen Personen/Ereignissen« machen im Jahr 2015 40,36 Prozent der visuellen Darstellungen aus. Dementsprechend lässt sich mit den Ergebnissen von *Tabelle 1* auch hinreichend begründen, warum eine Forschungsarbeit, die Geschlechterkonstruktionen im Sportteil der *BILD-Zeitung* untersuchen möchte, auf der visuellen Ebene insbesondere auf die SportlerInnen-Darstellungen achten muss. Diese Personengruppe dominiert die visuellen Darstellungen.

**Tabelle 1: Visuelle Schwerpunktsetzung in der BILD-Zeitung im Kalenderjahr 2015 (N = 1.011)**

Fotos von	%	Anzahl
Aktiven Sportlern	56,08	567
Aktiven Sportlerinnen	3,07	31
Aktiven SportlerInnen	0,49	5
Anderen Personen/ Ereignissen	<b>40,36</b>	408
<b>Gesamt</b>	100,0	1.011

Ausgehend von dem Datenmaterial, das in *Tabelle 1* eingesehen werden kann, lässt sich auch überprüfen, ob sich *Hypothese 1* im Lichte der Daten für die visuelle Berichterstattungsebene bestätigt, sofern als Indikator für die Ermittlung der geschlechtlichen Aufmerksamkeitsverteilung die absoluten Zahlen der »Fotos von Sportlern« und der »Fotos von Sportlerinnen« herangezogen werden.

Dafür muss *Tabelle 1* zunächst leicht modifiziert werden und zwar unter folgenden Gesichtspunkten: Die »Fotos von anderen Personen/Ereignissen« müssen wegfallen, da sie im Hinblick auf die visuelle Aufmerksamkeitsverteilung zwischen Sportlern und Sportlerinnen irrelevant sind. Außerdem müssen die geschlechtergemischten »Fotos von aktiven SportlerInnen« auf zwei Analyseeinheiten aufgeteilt werden. Eine Analyseeinheit,

die ausschließlich die Informationen zum primären männlichen Bildmotiv erfasst, und eine, welche sich mit dem primären weiblichen Bildmotiv auseinandersetzt.<sup>411</sup>

*Hypothese 1* bestätigt sich im Lichte der Daten, die in *Tabelle 2* festgehalten worden sind, für die gesamte visuelle Berichterstattungsebene. Die »Fotos von Sportlern« machen 94,1 Prozent aller »Fotos von Sportlern« und »Fotos von Sportlerinnen« aus. Damit bleiben für die »Fotos von Sportlerinnen« nur 5,9 Prozent der visuellen Darstellungen übrig.

Zu betonen ist, dass hierbei alle Fotos auf der Titelseite (sofern diese Fotos einen unmittelbaren Sportbezug hatten), auf der ersten Seite des Sportteils und in den sonstigen Seiten des Sportteils berücksichtigt worden sind. Dementsprechend ist hierbei die gesamte visuelle Sportberichterstattung untersucht worden.

**Tabelle 2: Fotos von Sportlern und Sportlerinnen in der BILD-Zeitung im Kalenderjahr 2015 (N = 608)**

Fotos von	%	Absolute Zahl
Sportlern	<b>94,1</b>	572
Sportlerinnen	<b>5,9</b>	36
Gesamt	100,0	608

Im theoretischen Teil der Arbeit ist erläutert worden, dass die Forschungsergebnisse der kommunikationswissenschaftlichen Medienforschung dahingehend eindeutig sind, dass Fotos, die auf der Titelseite oder auf der ersten Seite eines Ressorts erscheinen, mehr Aufmerksamkeit erhalten als Fotos, die innerhalb der sonstigen Seiten eines Ressorts abgedruckt werden. Dementsprechend ist für die »Fotos von Sportlern« und die »Fotos von Sportlerinnen« auch überprüft worden, wo diese Fotos exakt positioniert worden sind.<sup>412</sup>

Es zeigt sich, dass die visuelle Aufmerksamkeitsverteilung auf der Titelseite eindeutig die Sportler bevorzugt. 93,3 Prozent aller »Fotos von Sportlern« und »Fotos von Sportlerinnen«,

**411** Um zu verdeutlichen, welche Person auf einem geschlechtergemischten Foto gerade untersucht wird, ist unter B.1. entweder »Fotos von Sportlern« – das primäre männliche Bildmotiv wird folglich untersucht – oder »Fotos von Sportlerinnen« – das primäre weibliche Bildmotiv wird analysiert – angekreuzt worden. Auch hinsichtlich der vorgenommenen Nummerierung haben die geschlechtergemischten Fotos eine besondere Hervorhebung erhalten: Zunächst sind alle standardisierten Fotobögen, die zwecks Beantwortung der ersten beiden Hypothesen ausgefüllt worden sind, mit einer durchgehenden Nummerierung versehen worden. Die geschlechtergemischten »Fotos von aktiven SportlerInnen« haben neben der Nummerierung noch ein großes »M« oder »W« unter B.2. erhalten. Mit dem Zusatz »W« ist zum Ausdruck gebracht worden, dass ab dem Punkt B.1. zunächst alle Informationen, das primäre weibliche Bildmotiv betreffend, festgehalten werden. Danach ist der Bogen ab B.1. nochmals ausgefüllt worden, um diesmal alle Informationen festzuhalten, die das primäre männliche Bildmotiv betreffen. Logischerweise sind diese Bögen, nachdem zuvor bei B.1. »Fotos von Sportlern« angekreuzt worden war, unter B.2. mit dem Zusatz »M« versehen worden. Nachdem die primären männlichen und weiblichen Bildmotive der »Fotos von aktiven SportlerInnen«, diesem Schema folgend, unter B.1. »Fotos von Sportlern« und »Fotos von Sportlerinnen« zugeteilt worden sind, lässt sich Auskunft darüber geben, wie die visuelle Aufmerksamkeitsverteilung zwischen Sportlern und Sportlerinnen in der *BILD-Bundesausgabe* 2015 ausgesehen hat.

**412** Die entsprechende Information ist innerhalb der standardisierten Fotobögen für die *Hypothesen 1* und *2* unter B.6. festgehalten worden.

die auf der Titelseite erschienen sind, stellen »Fotos von Sportlern« dar. Für die »Fotos von Sportlerinnen« bleiben lediglich 6,7 Prozent übrig. Da die Prozentzahlen denen von *Tabelle 2* nahekommen, lässt sich Folgendes festhalten: Sowohl im Bezug auf die gesamte visuelle Sportberichterstattung als auch bezogen auf die Fotos der Titelseite lässt sich sagen, dass die *BILD-Bundesausgabe* im Jahr 2015 den Großteil der Aufmerksamkeit den Sportlern gewidmet hat.

Diese Feststellung trifft auch für die erste Seite des Sportteils zu. Insgesamt sind 194 »Fotos von Sportlern« und »Fotos von Sportlerinnen« auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden. Davon haben 93,3 Prozent der Fotos zu der Kategorie »Fotos von Sportlern« und 6,7 Prozent zu der Kategorie »Fotos von Sportlerinnen« gehört. Es fällt auf: Die Prozentwerte sind mit denen, die für die Titelseite ermittelt worden sind, identisch.

Das Fazit lautet: Die visuelle Bevorzugung der Sportler ist kein Phänomen, das sich auf die erste Seite des Sportteils oder die Titelseite beschränkt. Stattdessen zieht sich diese visuelle Bevorzugung durch die gesamte Sportberichterstattung der *BILD-Bundesausgabe*. Unter Berücksichtigung aller Indikatoren, die zwecks Beantwortung von *Hypothese 1* gebildet worden sind, lässt sich festhalten: ***Hypothese 1* bestätigt sich im Lichte der Daten, die für die visuelle Berichterstattungsebene vorliegen.**

### 10.1.2

#### Marginalisierung von Sportlerinnen auf der sprachlichen Ebene

Im Folgenden wird überprüft, ob auch hinsichtlich der sprachlichen Berichterstattungsebene davon gesprochen werden kann, dass die Sportler deutlich mehr Aufmerksamkeit als die Sportlerinnen erhalten.<sup>413</sup>

Die forschungsfragenrelevanten Artikel sind den Kategorien »Artikel über Sportler«, »Artikel über Sportlerinnen«, »Artikel über SportlerInnen« und »Anderes Themengebiet« zugeordnet worden. Artikel über ein »Anderes Themengebiet« befassen sich *überwiegend* – mit der Formulierung »überwiegend« ist in dieser Arbeit immer gemeint, dass es um mehr als 50 Prozent der Gesamtfläche eines Artikels geht – mit den Strukturen des Sportraums oder Personengruppen, die mit den HochleistungssportlerInnen im Sportraum zu tun haben. Dazu gehören u.a. TrainerInnen, SchiedsrichterInnen oder SportdirektorInnen.

**413** Es ist im Vorfeld die Entscheidung getroffen worden, dass alle Artikel mit Sportbezug auf der Titelseite und sämtliche im Sportteil erscheinenden Artikel in die Zeitungsanalyse einfließen sollen. Lediglich diejenigen Artikel im Sportteil, die dazu gedient haben, auf Gewinnspiele der *BILD-Zeitung* hinzuweisen oder zum täglich erscheinenden Horoskop gehört haben, sind nicht erfasst worden. Alle anderen forschungsfragenrelevanten Artikel sind unter Zuhilfenahme des standardisierten Analysebogens »ANALYSEBOGEN FÜR ARTIKEL – Bearbeitung der Hypothesen 1 und 2« erfasst worden. Dieser standardisierte Analysebogen, der im Unterkapitel 17.1.1 abgedruckt worden ist, ist ausschließlich für die Bearbeitung der *Hypothesen 1* und *2* unter sprachlichen Gesichtspunkten herangezogen worden.

»Artikel über Sportler« thematisieren überwiegend das sportliche Tun von Männern im Hochleistungssport, während es bei den »Artikeln über Sportlerinnen« primär um Hochleistungssportlerinnen geht. Wichtig wäre noch folgende Ergänzung bzw. Klarstellung: Es geht immer um aktive HochleistungssportlerInnen in den »Artikeln über Sportler« und den »Artikeln über Sportlerinnen«. Geht es in einem Artikel überwiegend um ehemalige SpitzensportlerInnen, die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Artikels nicht mehr als SpitzensportlerInnen aktiv gewesen sind, muss der entsprechende Artikel der Kategorie »Anderes Themengebiet« zugeordnet werden. Eine Ausnahme gibt es aber: In der *BILD*-Rubrik »Jetzt kann ich es ja erzählen« unternehmen ehemalige SpitzensportlerInnen quasi eine Zeitreise. Sie blicken auf Ereignisse zurück, die sich in ihrer aktiven Laufbahn abgespielt haben. Da die ehemaligen SpitzensportlerInnen hierbei ausschließlich auf ihre aktive Zeit zurückblicken, entsteht der Eindruck bei den LeserInnen, dass es im entsprechenden Artikel um aktive HochleistungssportlerInnen geht. Deshalb sind diese Artikel nicht der Kategorie »Anderes Themengebiet«, sondern den Kategorien »Artikel über Sportler«, »Artikel über Sportlerinnen« und »Artikel über SportlerInnen« zugeordnet worden.<sup>414</sup>

Nachdem die Stichprobengröße  $n = 38$  *Erscheinungstage* ausgewertet worden ist, lässt sich feststellen, wie ein Blick auf *Tabelle 3* zeigt, dass insgesamt 1.009 forschungsfragenrelevante Artikel erfasst worden sind. Die entsprechenden Artikel sind mit einer durchgehenden Nummerierung versehen worden. Es zeigt sich ferner, dass die *BILD-Bundesausgabe* im Jahr 2015 den Großteil der sprachlichen Berichterstattungsebene den aktiven HochleistungssportlerInnen gewidmet hat. Während nur 32,21 Prozent der untersuchten Artikel zur Kategorie »Anderes Themengebiet« gehören, befassen sich 67,79 Prozent und damit mehr als zwei Drittel der erfassten Artikel mit Sportlern, Sportlerinnen oder SportlerInnen. Auch für die sprachliche Ebene gilt: Wer Geschlechterkonstruktionen im Sportteil der *BILD-Bundesausgabe* anno 2015 untersuchen möchte, muss insbesondere auf die Personengruppe der aktiven HochleistungssportlerInnen achten, da diese Personengruppe die sprachliche Berichterstattung dominiert.

**414** Zwischen den drei letztgenannten Kategorien ist folgendermaßen differenziert worden: Befasst sich ein Artikel überwiegend mit aktiven HochleistungssportlerInnen, wobei sowohl auf männliche als auch auf weibliche SpitzensportlerInnen eingegangen wird, wird der entsprechende Artikel der Kategorie »Artikel über SportlerInnen« zugeordnet. Sind die aktiven HochleistungssportlerInnen, die in einem Artikel überwiegend thematisiert werden, hingegen ausschließlich weiblichen Geschlechts, wird der entsprechende Artikel der Kategorie »Artikel über Sportlerinnen« zugeordnet. Entsprechend werden Artikel, die nur über das sportliche Tun von Männern im Hochleistungssport berichten, als »Artikel über Sportler« eingestuft.

**Tabelle 3: Sprachliche Schwerpunktsetzung in der BILD-Zeitung im Kalenderjahr 2015 (N = 1.009)**

Artikel über	%	Anzahl
Sportler	60,65	612
Sportlerinnen	4,76	48
SportlerInnen	2,38	24
Anderes Themengebiet	<b>32,21</b>	325
<b>Gesamt</b>	100,0	1.009

Mit Hilfe des Datenmaterials, das für die Erstellung von *Tabelle 3* herangezogen worden ist, lässt sich auch überprüfen, ob das vorliegende Datenmaterial, was die sprachliche Berichterstattungsebene anbelangt, im Einklang mit *Hypothese 1* steht. Hierfür sind nur kleine Veränderungen bzw. Anpassungen notwendig.

Zunächst einmal dürfen die Artikel über ein »*Anderes Themengebiet*« nicht mehr länger berücksichtigt werden, da sie nichts über die Aufmerksamkeitsverteilung aussagen, die zwischen Sportlern und Sportlerinnen stattfindet. Außerdem ist es notwendig, dass diejenigen Artikel, die als »*Artikel über SportlerInnen*« eingeordnet worden sind, in zwei Analyseeinheiten aufgeteilt werden.<sup>415</sup>

Nachdem alle »*Artikel über SportlerInnen*« auf »*Texteinheiten über Sportler*« und »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« aufgeteilt worden sind, ergibt sich *Tabelle 4*. Es zeigt sich, dass es in den ausgewerteten 38 Zeitungsexemplaren 708 Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen gegeben hat. 89,8 Prozent dieser Texteinheiten stellen »*Texteinheiten über Sportler*« dar. Damit bleiben für die »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« lediglich 10,2 Prozent übrig.

**415** Im standardisierten Analysebogen wird dieser notwendige Arbeitsschritt unter B.1. vollzogen. Sollen in einem geschlechtergemischten Artikel zunächst nur diejenigen forschungsfragenrelevanten Informationen untersucht werden, welche die Sportlerinnen betreffen, so muss unter B.1. »*Texteinheit über Sportlerinnen*« angekreuzt werden. Im Anschluss daran muss die unter A.1. eingetragene Artikelnummer nochmals unter B.2. hingeschrieben werden, wobei diese Nummer mit dem Zusatz »*W*« versehen werden muss. »*W*« steht für *weiblich* und soll zum Ausdruck bringen, dass der ausgewertete Bogen von B.3. bis B.5. nur Informationen enthalten wird, welche die in der Texteinheit thematisierten Sportlerinnen betreffen. Analog dazu muss unter B.1. »*Texteinheit über Sportler*« angekreuzt und unter B.2. ein »*M*« hinter die Nummerierung gesetzt werden, sofern diejenigen Informationen festgehalten werden sollen, welche in einem geschlechtergemischten Artikel ausschließlich die Sportler betreffen.

**Tabelle 4: Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen in der gesamten Sportberichterstattung der BILD-Zeitung im Kalenderjahr 2015 (N = 708)**

Texteinheiten über	%	Absolute Zahl
Sportler	<b>89,8</b>	636
Sportlerinnen	<b>10,2</b>	72
Gesamt	100,0	708

Zu betonen ist, dass hierbei alle Texteinheiten auf der Titelseite (sofern diese Texteinheiten einen unmittelbaren Sportbezug hatten), auf der ersten Seite des Sportteils und in den sonstigen Seiten des Sportteils berücksichtigt worden sind. Dementsprechend steht das sich für die sprachliche Berichterstattungsebene ergebende Datenmaterial im Einklang mit *Hypothese 1*, sofern als Indikator für die geschlechtliche Aufmerksamkeitsverteilung die absoluten Zahlen der geschlechtlichen Texteinheiten herangezogen und hinsichtlich ihrer prozentualen Verteilung miteinander verglichen werden.

Vergleichbar dem Vorgehen auf der visuellen Ebene, ist auch für die sprachliche Berichterstattungsebene überprüft worden, wo die Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen exakt positioniert worden sind.<sup>416</sup> Was *Tabelle 4* für die gesamte Sportberichterstattung gezeigt hat, gilt auch für die Titelseite: Sportler werden gegenüber Sportlerinnen, was die Aufmerksamkeitsverteilung angeht, klar bevorzugt. 96,7 Prozent der »Texteinheiten über Sportler« und der »Texteinheiten über Sportlerinnen«, die auf der Titelseite erschienen sind, sind »Texteinheiten über Sportler« gewesen. Damit bleiben für die »Texteinheiten über Sportlerinnen« nur 3,3 Prozent auf der Titelseite übrig.

Auf der ersten Seite des Sportteils ergibt sich eine ähnliche Situation. Auch dort dominieren eindeutig die »Texteinheiten über Sportler«. 92,5 Prozent aller Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen, die während der 38 untersuchten Erscheinungstage auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden sind, haben zu der Kategorie »Texteinheiten über Sportler« gehört. Damit haben die »Texteinheiten über Sportlerinnen« nur 7,5 Prozent auf der ersten Seite des Sportteils ausgemacht.

Das Fazit lautet: Die sprachliche Bevorzugung der Sportler gegenüber den Sportlerinnen, was die Aufmerksamkeitsverteilung angeht, ist kein Phänomen, das sich auf die erste Seite des Sportteils oder die Titelseite beschränkt. Stattdessen zieht sich diese sprachliche Bevorzugung durch die gesamte Sportberichterstattung der *BILD-Bundesausgabe*. Unter Berücksichtigung aller Indikatoren, die zwecks Beantwortung von *Hypothese 1* gebildet worden sind, lässt sich festhalten: ***Hypothese 1* bestätigt sich auch im Lichte der Daten, die für die sprachliche Berichterstattungsebene erhoben worden sind.**

<sup>416</sup> In den standardisierten Artikelbögen ist die entsprechende Information unter B.5. festgehalten worden.

Die Auseinandersetzung mit *Hypothese 1* hat den bisherigen Forschungsstand, die deutschen Sportprintmedien betreffend, bestätigt: Sportlerinnen werden gegenüber Sportlern, was die visuelle und die sprachliche Berichterstattungsebene anbelangt, weiterhin marginalisiert. Diese Form der Marginalisierung betrifft nicht nur die Titelseite und die erste Seite des Sportteils, sondern die gesamte alltägliche Sportberichterstattung. Da sich die Rezipienten und Rezipientinnen, wie die empirischen Erkenntnisse der Rezeptionsforschung zeigen, insbesondere an formalen Merkmalen von Beiträgen orientieren, wenn sie darüber entscheiden, welchen Beiträgen sie sich zuwenden wollen, bedeutet dies für die Aufmerksamkeit, welche die SportlerInnen von den LeserInnen erhalten, Folgendes: Die RezipientInnen werden den Sportlern nicht nur mehr Aufmerksamkeit als den Sportlerinnen schenken, weil es mehr Beiträge über die Sportler gibt, sondern auch, weil die Beiträge über die Sportler im Vergleich zu den Sportlerinnen deutlich besser platziert werden.

## 10.2

### Die Produktionsnorm

#### »Popularität von Sportereignissen« - Bedeutung dieser Produktionsnorm im Zuge der visuellen und sprachlichen Aufmerksamkeitsverteilung

Es gilt zu klären, ob die geschlechtlichen Asymmetrien in der Aufmerksamkeitsverteilung, die im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 1* sowohl für die sprachliche als auch für die visuelle Berichterstattungsebene nachgewiesen werden konnten, sich zumindest teilweise mit einer innerhalb der *BILD-Redaktion* geltenden Produktionsnorm erklären lassen, die besagt, dass eine Fokussierung auf Populärereignisse erfolgen soll. Oder um es anders zu formulieren: Es soll überprüft werden, ob sich *Hypothese 2* im Lichte des vorliegenden Datenmaterials bestätigen lässt. Diese Hypothese hat folgenden Wortlaut gehabt:

**»Die in der *BILD Zeitung* auftauchenden Asymmetrien bei der Aufmerksamkeitsverteilung zwischen Sportlern und Sportlerinnen lassen sich teilweise mit der im Bereich Sportprintmedien geltenden Produktionsnorm erklären, die besagt, dass eine Fokussierung auf Populärereignisse erfolgen soll.«**

Es muss noch verdeutlicht werden, warum in *Hypothese 2* davon ausgegangen wird, dass sich die festgestellten geschlechtlichen Asymmetrien in der Aufmerksamkeitsverteilung mit der Popularität von Sportereignissen erklären lassen, obwohl es dafür in der Forschungsliteratur zu den deutschen Sportprintmedien bisher keine empirischen Belege gibt.

Zahlreiche KommunikationswissenschaftlerInnen, so auch Stefanie Hauer, haben aber die Aussage getroffen, dass eine zunehmende Kommerzialisierung der deutschen Medienlandschaft stattfindet. Von daher ist es nicht abwegig, im Zuge dieser Entwicklung anzunehmen, dass sich die auflagenstärksten deutschen Tageszeitungen im Rahmen ihrer Sportberichterstattung an der Popularität von Sportereignissen im Medium Fernsehen

orientieren. Sportarten und Leistungsklassen, die im Fernsehen hohe Einschaltquoten erzielt haben, haben bereits den Nachweis erbracht, dass sich zahlreiche Menschen für diese Begebenheiten interessieren. Deshalb sollten sich auch viele potentielle ZeitungslernerInnen für diese Sportarten und Leistungsklassen begeistern können. Genau diese Begeisterung ist zwingend notwendig, damit aus den potentiellen LeserInnen KäuferInnen werden, welche das Sportprintmedium mit frischem ökonomischem Kapital versorgen und dadurch dazu beitragen, dass das Sportprintmedium seine wirtschaftlichen Ziele erreichen kann. Dieser kommerziellen Ziele eingedenk, ist es sehr wahrscheinlich, dass sich die *BILD-Redaktion* bei der Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil von den Fernsehschaltquoten beeinflussen lässt.

## 10.2.1

### Bedeutung der Produktionsnorm »Popularität von Sportereignissen« auf der visuellen Ebene

Zunächst werden für *Hypothese 2* diejenigen Forschungsergebnisse präsentiert, welche die visuelle Berichterstattungsebene betreffen.

### 10.2.1.1

#### Visualisierte Sportarten und Leistungsklassen - Dominanz der Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer

Für die Bearbeitung von *Hypothese 2* musste zunächst in Erfahrung gebracht werden, welche Sportarten auf den Fotos der *BILD-Berichterstattung* dargestellt werden. Ferner musste überprüft werden, welche Leistungsklassen innerhalb dieser Sportarten im Mittelpunkt stehen.<sup>417</sup>

Wie bei *Hypothese 1* ist die visuelle Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den einzelnen Leistungsklassen ermittelt worden, indem mit einer Stichprobengröße  $n = 38$  *Erscheinungstage* operiert worden ist. Im Zuge der Auswertung dieser 38 *Erscheinungstage* sind die Fotobögen 1 bis 1011 erstellt worden.<sup>418</sup> Unter diesen 1011 Fotos haben sich 588 Fotos von aktiven SportlerInnen befunden, die für die *gesamte Sportberichterstattung* – mit dem Terminus »*gesamte Sportberichterstattung*« soll in dieser Arbeit grundsätzlich zum Ausdruck gebracht werden, dass alle relevanten Analyseeinheiten der Titelseite, der ersten

<sup>417</sup> In den standardisierten Analysebögen »ANALYSEBOGEN FÜR FOTOS – Bearbeitung der Hypothesen 1 und 2« ist die »Ausgeübte Sportart« unter B.4. und die »Dargestellte Leistungsklasse« unter B.5. eingetragen worden. Logischerweise musste diese Eintragung nur für Fotos vorgenommen werden, die aktive HochleistungssportlerInnen als primäre Bildmotive visualisiert haben.

<sup>418</sup> Diese ausgefüllten Bögen können den Dateien »Fotos1\_H1+H2« und »Fotos2\_H1+H2« entnommen werden, welche mit Hilfe des der Arbeit beiliegenden USB-Sticks eingesehen werden können.

Seite des Sportteils und der sonstigen Seiten des Sportteils berücksichtigt worden sind – eindeutig einer Leistungsklasse zugeordnet werden konnten.

Auf den 588 Fotos, die eindeutig einer Leistungsklasse zugeordnet werden konnten, werden 68 verschiedene Leistungsklassen visualisiert, wie *Tabelle 5* zeigt. Dabei dominiert eine Leistungsklasse: 50,17 Prozent der 588 relevanten Fotos gehören zu der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer*. Auf die restlichen 67 Leistungsklassen entfallen lediglich 49,83 Prozent.

43,88 Prozent der untersuchten Fotos gehören zu der Kategorie »*Alle anderen Leistungsklassen der Sportler*«, wobei hierbei 53 unterschiedliche Leistungsklassen visualisiert werden. Die restlichen 5,95 Prozent zeigen »*Leistungsklassen der Sportlerinnen*«, wobei 14 verschiedene Leistungsklassen dargestellt werden.

**Tabelle 5: Dargestellte Leistungsklassen auf den Fotos von Sportlern und Sportlerinnen – Gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015**

Dargestellte Leistungsklasse	Prozentuale Verteilung/Absolute Zahlen der gebildeten Kategorien (N=588)		
	%	Absolute Zahl	Anzahl Leistungsklassen (N=68)
1. Fußball Bundesliga der Männer	50,17	295	1
Alle anderen Leistungsklassen der Sportler	43,88	258	53
Leistungsklassen der Sportlerinnen	5,95	35	14
Gesamt	100,0	588	68

Es bleibt festzuhalten: Unter der visuellen Dominanz der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* leiden alle anderen Leistungsklassen. Diese Feststellung gilt geschlechterübergreifend.<sup>419</sup> Da aber die Fotos, die zur Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* gehören, ausschließlich Männer visualisieren, lässt sich mit der Dominanz dieser Leistungsklasse erklären, warum für *Hypothese 1* eine geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung zugunsten der Sportler für die gesamte visuelle Sportberichterstattung festgestellt worden ist.

<sup>419</sup> Werden die 295 Fotos von der *1. Fußball Bundesliga der Männer* gleich 100 Prozent gesetzt, so zeigt sich, dass keine visualisierte Leistungsklasse aus dem Bereich Frauensport einen Anteil von fünf Prozent dieser Darstellungen erreicht. Von den 53 anderen visualisierten Leistungsklassen, die dem Bereich Männersport zugeordnet worden sind, erreicht lediglich eine Leistungsklasse einen prozentualen Anteil, der mehr als zehn Prozent der Darstellungen von der *1. Fußball Bundesliga der Männer* ausmacht.

Die visuelle Dominanz der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer*, die soeben für die gesamte Sportberichterstattung festgestellt worden ist, trifft in ähnlicher Weise für die Fotos der Titelseite und der ersten Seite des Sportteils zu. Bedingt dadurch, dass sich die Ergebnisse sehr ähneln, sollen sie nur kurz zusammengefasst werden.

Von den 588 Fotos, die für *Tabelle 5* untersucht worden sind, sind lediglich 25 Fotos auf der Titelseite abgedruckt worden. 48,0 Prozent dieser Fotos auf der Titelseite haben Sportler im Kontext der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* gezeigt. Ebenfalls 48,0 Prozent der Fotos auf der Titelseite gehören zu der Kategorie »*Alle anderen Leistungsklassen der Sportler*«. Diese 48,0 Prozent verteilen sich aber auf zehn unterschiedliche Leistungsklassen. Lediglich 4,0 Prozent der Fotos auf der Titelseite zeigen »*Leistungsklassen der Sportlerinnen*«. Es bleibt zu konstatieren: Auch auf der Titelseite dominiert visuell die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer*.

Noch deutlicher fällt die Dominanz der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* auf der ersten Seite des Sportteils aus. Insgesamt 186 der 588 Fotos, die eindeutig einer Leistungsklasse zugeordnet werden konnten, sind auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden. 112 dieser 186 Fotos und damit 60,2 Prozent aller Fotos auf der ersten Seite des Sportteils zeigen Sportler, die in der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* aktiv sind. Fotos von »*Allen anderen Leistungsklassen der Sportler*« machen auf der ersten Seite des Sportteils lediglich 32,8 Prozent aus, obwohl dabei immerhin 20 unterschiedliche Leistungsklassen visualisiert werden. Für die »*Leistungsklassen der Sportlerinnen*« bleiben lediglich 7,0 Prozent übrig, wobei hierbei fünf unterschiedliche Leistungsklassen aus dem Bereich Frauensport gezeigt werden.

### **10.2.1.2**

#### Trotz der Ausklammerung der Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga Männer: Dominierende Stellung der Männersportarten in den Aufmerksamkeits- und Popularitätsrankings

Mit Hilfe der durchgeführten Stichprobengröße  $n = 38$  *Erscheinungstage* hat sich zwar die visuelle Dominanz der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* für die gesamte Sportberichterstattung, Titelseite und erste Seite des Sportteils ausreichend nachweisen lassen, für ein Ranking, die visuelle Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den restlichen Leistungsklassen betreffend, ist diese Stichprobengröße aber zu klein gewesen. Ursächlich hierfür ist, wie das soeben angeführte Datenmaterial gezeigt hat, dass über alle anderen Sportereignisse relativ wenig berichtet wird.

Dementsprechend musste, wie ursprünglich geplant, die Stichprobengröße  $n = 113$  *Erscheinungstage* herangezogen werden, um im Hinblick auf die restlichen Leistungsklassen ein visuelles Aufmerksamkeitsranking erstellen zu können.

Nachdem in der ersten Auswertungsphase 38 Erscheinungstage analysiert worden waren, wurden in der zweiten Auswertungsphase weitere 75 Tage analysiert, um auf die Stichprobengröße  $n = 113$  Erscheinungstage zu kommen. Da es in der zweiten Auswertungsphase nicht mehr länger um die Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer, sondern ausschließlich um die Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den anderen Leistungsklassen gehen sollte, mussten die Kodieranleitungen für die zweite Auswertungsphase modifiziert werden.<sup>420</sup>

Es haben sich, ausgehend von den vorgenommenen Veränderungen, nach 113 ausgewerteten Erscheinungstagen folgende Forschungsergebnisse ergeben:

Es zeigt sich, wie *Tabelle 6* verdeutlicht, dass die visuelle Dominanz von Sportlern, die gesamte Sportberichterstattung betreffend, nicht ausschließlich auf die große Anzahl von Fotos, die zur Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer gehören, zurückgeführt werden kann. 90,0 Prozent aller Fotos von Sportlern und Sportlerinnen, die in der *BILD-Bundesausgabe* 2015 erschienen sind und dabei eindeutig einer Leistungsklasse zugeordnet werden konnten, wobei es nicht die Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer sein durfte, sind »Fotos von Sportlern« gewesen. Damit bleiben für die »Fotos von Sportlerinnen« lediglich 10,0 Prozent übrig.

**Tabelle 6: Fotos von Sportlern und Sportlerinnen, die sich innerhalb der gesamten BILD-Sportberichterstattung des Jahres 2015 eindeutig einer Leistungsklasse zuordnen lassen – ohne Fotos von der 1. Fußball-Bundesliga der Männer**

Fotos von	Prozentuale Verteilung/ Absolute Zahlen der gebildeten Kategorien (N=1.026)		Anzahl Sport- arten (N=37)	Anzahl Leis- tungsklassen (N=112)
	%	Absolute Zahl		
Sportlern	<b>90,0</b>	924	24	90
Sportlerinnen	<b>10,0</b>	102	13	22
Gesamt	100,0	1.026	37	112

<sup>420</sup> Für die Fotoauswertung der zweiten Phase ist festgelegt worden, dass Fotos, die im standardisierten Analysebogen »ANALYSEBOGEN FÜR FOTOS – Bearbeitung der Hypothesen 1 und 2« unter »B.5. Dargestellte Leistungsklasse« die Zuordnung »Erste Fußball Bundesliga Männer« erhalten haben, nicht mehr länger relevant sind und dementsprechend für diese Fotos keine Analysebögen ausgefüllt werden müssen. Auch für Fotos, die unter B.5. keiner Leistungsklasse eindeutig zugeordnet werden konnten, mussten in der zweiten Auswertungsphase keine Analysebögen ausgefüllt werden. Da des Weiteren in der ersten Auswertungsphase unter A.5. der Anteil der »Fotos von Anderen Personen/Ereignissen« ausreichend erfasst worden war, wurde diese Kategorie aus den standardisierten Bögen entfernt. Diese modifizierten Kodieranleitungen gelten für diejenigen Fotobögen, die im Zuge der durchgehenden Nummerierung mit den Zahlen 1.012 bis 1.685 versehen worden sind. Den Dateien »Fotos3\_H1+H2« und »Fotos4\_H1+H2« - siehe beiliegenden USB-Stick - können diese modifizierten Fotobögen vollumfänglich entnommen werden. Natürlich sind auch alle Fotos, der Nummerierung 1 bis 1.011 angehörig, in die Auswertung eingegangen, sofern auf diesen unter B.5. nicht die Leistungsklasse »Erste Fußball Bundesliga Männer« eingetragen worden ist bzw. es möglich gewesen ist, diese Fotos unter B.5. eindeutig einer anderen Leistungsklasse zuzuordnen.

Es stellt sich die Anschlussfrage, welche Sportereignisse hierbei die gesamte visuelle Sportberichterstattung dominieren und damit entscheidend dafür verantwortlich sind, dass die Sportlerinnen nur sehr wenig Aufmerksamkeit erhalten. Zwecks Beantwortung dieser Frage ist ein Ranking mit denjenigen zehn Sportereignissen erstellt worden, welche von der *BILD-Redaktion* im Jahr 2015 die meiste visuelle Aufmerksamkeit erhalten haben. Die *1. Fußball Bundesliga der Männer* ist in dieses Ranking nicht einbezogen worden, da die dominierende Stellung dieser Leistungsklasse bereits in der ersten Auswertungsphase ausreichend nachgewiesen werden konnte. Leistungsklassen, im Zuge derer ausschließlich Männer visualisiert worden sind, sind in *Tabelle 7* mit schwarzer Schrift festgehalten worden. Für Sportlerinnen ist die rote Schriftfarbe gewählt worden.

Es zeigt sich, dass unter denjenigen zehn Leistungsklassen, die 2015 die gesamte visuelle Sportberichterstattung dominiert haben, lediglich eine Leistungsklasse zu finden ist, im Zuge derer Sportlerinnen visualisiert worden sind. Es handelt sich dabei um die Leistungsklasse *FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2015*. Dieser Leistungsklasse konnten 3,6 Prozent aller Fotos von Sportlern und Sportlerinnen, die im Jahr 2015 in der *BILD-Bundesausgabe* erschienen sind und dabei eine andere Leistungsklasse als die *1. Fußball Bundesliga der Männer* visualisiert haben, zugeordnet werden.

Diejenigen Leistungsklassen, die in *Tabelle 7* die Rankingpositionen eins bis vier belegen, zeichnen sich durch eine Exklusion von Sportlerinnen aus. Während die fußballspezifischen Leistungsklassen *UEFA Champions League der Männer*, *DFB Pokal der Männer* und *2. Fußball Bundesliga der Männer* laut Regelwerk nur für Männer zugänglich sind, wäre die Leistungsklasse *Formel 1 Rennen* dem Reglement nach für Frauen zugänglich gewesen, de facto haben aber nur Männer im Jahr 2015 an den Rennen teilgenommen.

Dasselbe Bild ergibt sich für die Leistungsklassen der Plätze sechs bis zehn. Auch in diesen Leistungsklassen haben ausschließlich Männer miteinander konkurriert. Eine abschließende Bemerkung zu *Tabelle 7*: Der Spalte »*Leistungsklasse*« kann jeweils entnommen werden, zu welcher Sportart eine Leistungsklasse gehört. Dafür muss lediglich der Vermerk in Klammern angeschaut werden. Ein Beispiel: Die Leistungsklasse *WBA-Titelkämpfe der Männer*, im Ranking Position sechs einnehmend, gehört zur Sportart Boxen. Insgesamt dominiert die Sportart Fußball das Ranking. Sechs der zehn erfassten Leistungsklassen gehören zu der Sportart Fußball.

**Tabelle 7: Aufmerksamkeitsranking der Fotos von Sportlern und Sportlerinnen nach Leistungsklassen für die gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015 (N = 1.026) – ohne 1. Fußball-Bundesliga der Männer**

Positionierung im Ranking	Leistungsklasse	Anzahl Fotos	
		%	Absolute Zahl
1	<b>UEFA Champions League Männer</b> (Fußball)	12,9	132
2	<b>Formel 1 Rennen Männer</b> (Motorsport)	12,4	127
3	<b>DFB Pokal Männer</b> (Fußball)	6,8	70
4	<b>2.Fußball-Bundesliga Männer</b> (Fußball)	4,1	42
5	<b>FIFA Fußball-WM Frauen 2015</b> (Fußball)	3,6	37
6	<b>WBA-Titelkämpfe Männer</b> (Boxen)	3,3	34
7	<b>WBO-Titelkämpfe Männer</b> (Boxen)	3,2	33
7	<b>ATP Tour Männer</b> (Tennis)	3,2	33
9	<b>Premier League Männer</b> (Fußball)	2,8	29
10	<b>UEFA European Qualifiers Männer 2016</b> (Fußball)	2,7	28
11-112	-	45,0	461
Gesamt	112 Leistungsklassen	100,0	1.026

Nachdem erfasst worden ist, welche Sportereignisse von der *BILD-Sportredaktion* intensiv im Zuge der gesamten visuellen Sportberichterstattung begleitet worden sind, wäre für die Beantwortung von *Hypothese 2* noch zu klären, ob diese Sportereignisse von den sportinteressierten RezipientInnen im Jahr 2015 ein hohes Maß an Anerkennung erhalten haben. In einem vorherigen Kapitel ist bereits darauf eingegangen worden, dass der Indikator »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« konstruiert worden ist, um die in der *BILD Zeitung* thematisierten Leistungsklassen hinsichtlich ihrer Beliebtheit bei den sportinteressierten RezipientInnen miteinander vergleichen zu können.

Die *Media Control* in Baden-Baden hat dafür in meinem Auftrag diejenigen zehn Leistungsklassen, die in *Tabelle 7* erfasst worden sind, hinsichtlich ihrer durchschnittlichen Reichweiten im Jahr 2015 miteinander verglichen. Für die Ermittlung der durchschnittlichen Fernseh-Reichweiten sind ausschließlich Liveübertragungen von den entsprechenden Leistungsklassen im deutschen Fernsehen berücksichtigt worden. Moderationen – im Sinne einer Vor- und Nachberichterstattung zu den Spielen bzw. Wettbewerben – und Siegerehrungen nach den Spielen/Wettbewerben sind für die Ermittlung der durchschnittlichen Reichweiten anno 2015 nicht berücksichtigt worden.

In der Regel sind bestimmte Leistungsklassen live von mehreren Fernsehsendern übertragen worden. Die *UEFA European Qualifiers der Männer 2016* sind beispielsweise live von *RTL* und *RTL NITRO* übertragen worden. Um bei dem Beispiel dieser Leistungsklasse zu bleiben: Für jeden übertragenden Sender hat die *Media Control* die durchschnittliche Sehbeteiligung in Deutschland im Jahr 2015 erfasst. Aus diesen Durchschnittswerten aller übertragenden Sender ist ein senderübergreifender Durchschnittswert, die Sehbeteiligung in Millionen betreffend, gebildet worden. Dieser senderübergreifende Durchschnittswert ist aber hinsichtlich seines Informationsgehalts skeptisch zu betrachten, da er folgendermaßen berechnet wird: Die Berechnung eines senderübergreifenden Durchschnittswerts für eine bestimmte Leistungsklasse erfolgt, indem die Sendungslängen gewichtet werden. Dadurch wird gewährleistet, dass längere Sendungen einen größeren Einfluss auf den Durchschnittswert haben als kürzere Sendungen.

Dass der entsprechende Durchschnittswert dann aber wenig über die gesellschaftliche Popularität einer Leistungsklasse aussagt, zeigt das Beispiel *1. Fußball Bundesliga der Männer*. Diese Leistungsklasse ist laut *Media Control* im Jahr 2015 von *SKY* komplett live übertragen worden. Insgesamt gab es auf *SKY* 336 Live-Sendungen, im Zuge derer 32.630 Minuten LIVE-Fußball gezeigt worden ist. Von der *ARD* sind hingegen nur drei Live-Übertragungen im Jahr 2015 angeboten worden, welche 316 Minuten LIVE-Fußball aus der *1. Fußball Bundesliga der Männer* beinhalteten. Da *SKY* zum Bereich Pay-TV gehört, hat die durchschnittliche Sehbeteiligung bei lediglich 0,29 Millionen gelegen.<sup>421</sup> Die *ARD*, da im FREE-TV angesiedelt, hat hingegen eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 8,84 Millionen erreicht. Der Durchschnittswert beider Sender für Live-Übertragungen von der *1. Fußball Bundesliga der Männer* liegt folglich, da *SKY* deutlich mehr Minuten live gesendet hat, bei lediglich 0,37 Millionen.

Ausgehend von dieser Beobachtung, ist die Entscheidung getroffen worden, dass die senderübergreifenden Durchschnittswerte nicht ausschlaggebend sein dürfen, um den einzelnen Leistungsklassen gesellschaftliche Prestigewerte zuzuordnen. Dagegen spricht, dass das PAY-TV in Deutschland nur sehr geringe durchschnittliche Sehbeteiligungen erreicht. Stattdessen wird jeder Leistungsklasse ein gesellschaftlicher Prestigewert zugeordnet, indem die durchschnittliche Sehbeteiligung in Millionen für denjenigen Fernsehsender

<sup>421</sup> Diese Angabe und alle anderen Angaben in dieser Arbeit zur durchschnittlichen Sehbeteiligung in Millionen beziehen sich auf die Kategorie »Zuschauer gesamt«, wobei alle männlichen und weiblichen ZuschauerInnen ab 3 Jahre erfasst worden sind.

erfasst wird, der im Zuge seiner Live-Übertragungen über eben diese Leistungsklasse im Durchschnitt die meisten ZuschauerInnen erreicht hat. Mit Hilfe dieser Vorgabe wird dafür gesorgt, dass der Indikator »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« in erster Linie FREE-TV-Werte erfasst. PAY-TV-Werte tauchen nur dann auf, wenn keine Übertragung im FREE-TV stattgefunden hat.<sup>422</sup>

Tabelle 8 zeigt, dass unter denjenigen Leistungsklassen, die im Jahr 2015 die gesamte visuelle Sportberichterstattung der *Bild-Bundesausgabe* dominiert haben, insbesondere die von Männern betriebenen Leistungsklassen die höchste Anerkennung von den sportinteressierten RezipientInnen erhalten haben. Ein Blick auf das Ranking »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« zeigt, dass sich auf den Plätzen eins bis sechs ausschließlich von Männern betriebene Leistungsklassen befinden. Wäre die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* in Tabelle 8 berücksichtigt worden, so hätten sich unter den ersten sieben Plätzen ausschließlich männliche Leistungsklassen befunden. Die *1. Fußball Bundesliga der Männer* hat nämlich im Jahr 2015 eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 8,84 Millionen in der ARD erreicht, was Ranking-Position zwei bedeutet hätte.<sup>423</sup>

Die *FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2015*, das einzige Frauensportereignis der Tabelle, schafft es im Popularitätsranking lediglich auf Platz sieben. Für die Interpretation von Tabelle 8 ist es ferner wichtig, zu wissen, dass die *FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2015* lediglich über einen Zeitraum von einem Monat ausgetragen worden ist.<sup>424</sup>

Dementsprechend ist es auch nicht verwunderlich, dass die Leistungsklasse *2. Fußball Bundesliga der Männer*, die im Popularitätsranking von Tabelle 8 hinter der *FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2015* liegt, im visuellen Aufmerksamkeitsranking der *BILD-Zeitung* vor der Frauen-Fußball Weltmeisterschaft platziert ist. Ein Blick auf den Spielplan der *2. Fußball Bundesliga der Männer* zeigt, dass die Rückrunde der Spielzeit 2014/15 von Februar bis Mai 2015<sup>425</sup> und die Hinrunde der Spielzeit 2015/16 von Juli bis Dezember 2015<sup>426</sup> ausgetragen worden ist. Damit sind in zehn von zwölf Kalendermonaten des Jahres 2015 Spiele der *2. Fußball Bundesliga der Männer* ausgetragen worden.

**422** Da in dieser Arbeit nur auf ausgewählte Daten der *Media Control-Auswertung* und auf Tabellen, die der Autor aus diesen Daten selbstständig angefertigt hat, Bezug genommen wird, befindet sich auf dem der Arbeit beiliegenden USB-Stick die Datei »*Media Control\_Popularität\_Sportereignisse*«. Interessierte LeserInnen können dieser Datei alle Daten entnehmen, die in meinem Auftrag von der *Media Control* erstellt worden sind.

**423** Die Daten zur durchschnittlichen Sehbeteiligung, die Tabelle 8 entnommen werden können, sind auf folgendem Wege gebildet worden: Von der *Media Control* sind die durchschnittlichen Reichweiten der einzelnen Leistungsklassen im Jahr 2015 ermittelt worden, indem mit einer Definition des Begriffs Durchschnitt gearbeitet worden ist, die von der AGF (*Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung*) übernommen worden ist. Diese Definition lautet folgendermaßen: »Die Berechnung von durchschnittlichen Leistungswerten über mehrere Sendungen hinweg wird standardmäßig mit einer Gewichtung der Sendungslängen durchgeführt. Dadurch wird gewährleistet, dass längere Sendungen einen größeren Einfluss auf den Durchschnittswert haben als kürzere Sendungen.«

**424** Vgl. FIFA.com (Hrsg.): »FIFA Frauen-Weltmeisterschaft Kanada 2015. Spiele.« URL: <http://de.fifa.com/womensworldcup/matches/>, Stand: 19.11.2016

**425** Vgl. Kicker.de (Hrsg.): »2. Bundesliga – Spieltag / Tabelle.« URL: <http://www.kicker.de/news/fussball/2bundesliga/spieltag/2-bundesliga/2014-15/34/0/spieltag.html>, Stand: 19.11.2016

**426** Vgl. Bundesliga.de (Hrsg.): »Rahmenterminkalender 15/16: Bundesligastart 14.-16.08.« URL: <http://www.bundesliga.de/de/liga/news/rahmenterminkalender-2015-2016-bundesliga-2-bundesliga-supercup-dfb-pokal.jsp>, Stand: 19.11.2016

Von daher ist es nur logisch, dass diese Leistungsklasse über das Jahr hinweg – trotz der geringeren gesellschaftlichen Popularität – mehr visuelle Aufmerksamkeit als die Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen von der *BILD-Redaktion* erhalten hat.

**Tabelle 8: Ranking der in Tabelle 7 aufgelisteten Leistungsklassen hinsichtlich ihrer Popularität bei den sportinteressierten RezipientInnen in Deutschland im Jahr 2015**

Positionierung im Ranking	Leistungsklasse	ZuschauerInnen gesamt (ZuschauerInnen ab 3 Jahre)	
		Durchschnittliche Sehbeteiligung in Millionen	Sender mit größter durchschnittlicher Sehbeteiligung
1	<b>UEFA European Qualifiers Männer 2016</b> (Fußball)	9,76	RTL
2	<b>UEFA Champions League Männer</b> (Fußball)	8,50	ZDF
3	<b>DFB Pokal Männer</b> (Fußball)	7,27	ARD
4	<b>WBA-Titelkämpfe Männer</b> (Boxen)	5,00	RTL
5	<b>WBO-Titelkämpfe Männer</b> (Boxen)	5,00	RTL
6	<b>Formel 1 Rennen Männer</b> (Motorsport)	4,20	RTL
7	<b>FIFA Fußball-Weltmeis- terschaft der Frauen 2015</b> (Fußball)	1,94	ARD
8	<b>2.Fußball Bundesliga Männer</b> (Fußball)	0,91	SPORT 1
9	<b>ATP Tour Männer</b> (Tennis)	0,60	ZDF
10	<b>Premier League Männer</b> (Fußball)	0,03	Sky Sport

Dem gleichen Argumentationsmuster folgend, lässt sich erklären, warum die *FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2015* im visuellen Aufmerksamkeitsranking der *BILD-Zeitung* vor den *WBO- und WBA-Titelkämpfen der Männer* liegt, obwohl die *WBO- und WBA-Titelkämpfe der Männer* von den sportinteressierten RezipientInnen mehr gesellschaftliche Anerkennung bekommen haben. Die Daten der *Media Control* zeigen, dass *RTL* seine hohen Box-Einschaltquoten mit Kämpfen von Wladimir Klitschko erzielt hat. Da Klitschko im Jahr 2015 aber nur zweimal bei *RTL* geboxt hat und andere Boxkämpfe auf anderen Sendern wesentlich weniger gesellschaftliche Aufmerksamkeit auf sich gezogen haben, lässt sich damit erklären, warum die *FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2015* im visuellen Aufmerksamkeitsranking der *BILD-Zeitung* vor den *WBO- und WBA-Boxkämpfen der Männer* liegt. Während Klitschko nur an zwei Tagen gekämpft hat, hat die *FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2015* über einen Kalendermonat hinweg neue Ergebnisse produziert, die von der *BILD-Redaktion* visuell in Szene gesetzt werden konnten.

Zu klären wäre noch, ob es Frauenleistungsklassen gibt, die im Jahr 2015 ein hohes Maß an gesellschaftlicher Anerkennung erfahren haben und es trotzdem nicht unter die ersten zehn Plätze des visuellen Aufmerksamkeitsrankings der *BILD-Zeitung* geschafft haben. Zwecks Beantwortung dieser Frage ist *Tabelle 9* erstellt worden. Hierbei werden diejenigen fünf Leistungsklassen aus dem Bereich Männersport, die im Jahr 2015 die meiste visuelle Aufmerksamkeit von der *BILD-Zeitung* erhalten haben, mit ihrem weiblichen Äquivalent verglichen.

Der unmittelbare Vergleich der jeweiligen weiblichen und männlichen Ranking-Positionen zeigt: Auf den Ranking-Positionen eins, zwei und fünf erreicht das Sportereignis aus dem Bereich Männersport jeweils eine höhere durchschnittliche Sehbeteiligung als das entsprechende weibliche Sportereignis.

**Tabelle 9: Unmittelbarer Vergleich derjenigen Leistungsklassen, die bei den Fotos von Sportlern und den Fotos von Sportlerinnen dieselben Rankingpositionen im Bezug auf die Aufmerksamkeitsverteilung einnehmen – Vergleich unter folgendem Gesichtspunkt: Popularität bei den sportinteressierten RezipientInnen**

Position im Ranking	Fotos von Sportlern			Fotos von Sportlerinnen		
	Leistungs-klasse	Durchschnittliche Sehbeteiligung in Millionen	Sender	Leistungsklasse	Durchschnittliche Sehbeteiligung in Millionen	Sender
1	<b>UEFA Champions League Männer</b> (Fußball)	<b>8,50</b>	ZDF	<b>FIFA Fußball Weltmeisterschaft Frauen 2015</b> (Fußball)	1,94	ARD
2	<b>Formel 1 Rennen Männer</b> (Motorsport)	<b>4,20</b>	RTL	<b>WTA Tour Frauen</b> (Tennis)	0,08	Eurosport
3	<b>DFB Pokal Männer</b> (Fußball)	<b>7,27</b>	ARD	<b>IAAF Leichtathletik Weltmeisterschaften Frauen 2015</b> (Leichtathletik)	Keine Angabe (1,53)	ARD
4	<b>2. Fußball Bundesliga Männer</b> (Fußball)	0,91	SPORT 1	<b>IBU Biathlon Weltcup Frauen</b> (Biathlon)	<b>3,79</b>	ZDF
5	<b>WBA Titelkämpfe Männer</b> (Boxen)	<b>5,00</b>	RTL	<b>FEI Turniere</b> (Pferdesport)	1,17	ARD

Auch auf Ranking-Position drei wäre die durchschnittliche Sehbeteiligung beim Männersportereignis höchstwahrscheinlich höher ausgefallen, wie die Angaben der Online-Plattform *Quotenmeter* vermuten lassen. Die Plattform *Quotenmeter* spricht von bis zu 1,53 Millionen ZuschauerInnen, die die Wettkämpfe der *IAAF Leichtathletik Weltmeisterschaften 2015* in der ARD im Durchschnitt verfolgt haben.<sup>427</sup> Die Plattform *Quotenmeter* differenziert bei dieser Angabe nicht nach durchschnittlichen Sehbeteiligungen bei Männer- und Frauenwettbewerben<sup>428</sup>, dennoch ist es naheliegend, anzunehmen, dass die Frauenwettkämpfe der *IAAF Leichtathletik Weltmeisterschaft 2015* die durchschnitt-

<sup>427</sup> Vgl. Quotenmeter.de (Hrsg.): »Leichtathletik-WM überzeugt am Mittag.« URL: <http://www.quotenmeter.de/n/80387/leichtathletik-wm-ueberzeugt-am-mittag>, Stand: 19.11.2016

<sup>428</sup> Auch die *Media Control* konnte bei diesem Sportereignis nicht zwischen den Einschaltquoten der Männer- und Frauenwettkämpfe differenzieren, daher fehlt in *Tabelle 9* eine entsprechende Angabe bzw. diese Angabe steht lediglich in Klammern.

liche Sehbeteiligung des *DFB Pokals der Männer* von 7,27 Millionen nicht ansatzweise erreicht haben. Dafür liegen die Zahlenwerte 1,53 und 7,27 Millionen zu weit auseinander. Es gibt keinen plausiblen Grund, warum die durchschnittliche Sehbeteiligung bei Frauenwettkämpfen derart deutlich über dem geschlechterübergreifenden Durchschnittswert von 1,53 Millionen liegen sollte. »*Deutlich*« derart verstanden, dass die durchschnittliche Sehbeteiligung bei den Frauenwettkämpfen bei über 7,27 Millionen liegen müsste.

Lediglich auf Ranking-Position vier erzielt das Frauensportereignis die höhere durchschnittliche Sehbeteiligung. Hierbei muss jedoch eine Sache berücksichtigt werden: Auch in *Tabelle 9* ist die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* ausgeklammert worden. Wäre dies nicht getan worden, hätte auf Ranking-Position vier der *DFB-Pokal der Männer* gestanden. Wäre dieses Sportereignis wiederum hinsichtlich seiner durchschnittlichen Sehbeteiligung mit dem *IBU Biathlon Weltcup der Frauen* verglichen worden, hätte der *DFB-Pokal der Männer* im Vergleich zum *IBU Biathlon Weltcup der Frauen* (7,27 im Vergleich zu 3,79 Millionen) die deutlich höhere durchschnittliche Sehbeteiligung erzielt.

Es bleibt zu konstatieren: Die visuelle Dominanz von Männersportereignissen, die gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015 betreffend, lässt sich teilweise mit der höheren gesellschaftlichen Popularität der visualisierten Männersportereignisse erklären. *Hypothese 2 bestätigt sich* im Lichte der Daten, die für die gesamte visuelle Sportberichterstattung vorliegen. *Hypothese 2* steht insofern im Einklang mit den Daten, weil diese Hypothese nicht den Anspruch erhebt, die geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung in der Berichterstattung vollumfänglich mit der gesellschaftlichen Popularität von Sportereignissen erklären zu wollen. Die Betonung liegt auf dem Wort *teilweise*. Bei der visuellen Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den Sportereignissen scheinen auch andere Faktoren eine Rolle zu spielen, wie das Datenmaterial zeigt:

Geschlechterübergreifend scheint es etwa eine **Bevorzugung der Sportart Fußball** zu geben. Sechs der zehn Leistungsklassen, die das visuelle Aufmerksamkeitsranking der *BILD-Bundesausgabe* dominiert haben, gehören zur Sportart Fußball. Wie *Tabelle 9* zeigt, hat unter den fünf am häufigsten visualisierten Frauensportereignissen der *IBU Biathlon Weltcup der Frauen* mit einer durchschnittlichen Sehbeteiligung von 3,79 Millionen das höchste gesellschaftliche Popularitätslevel erzielt. Dennoch ist die *FIFA Fußball Weltmeisterschaft der Frauen 2015* häufiger von der *BILD-Redaktion* als Fotomotiv aufgegriffen worden. Eine zur Sportart Fußball dazugehörige Leistungsklasse wird in ganz besonderem Maße privilegiert behandelt: Die *1. Fußball Bundesliga der Männer*. Mit einer durchschnittlichen Sehbeteiligung von 8,84 Millionen liegt diese Leistungsklasse im Hinblick auf den Indikator »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« nur knapp vor der *UEFA Champions League der Männer* oder dem *DFB Pokal der Männer*. Die visuelle Fokussierung auf diese Leistungsklasse, partiell unabhängig von den realen Prestigelevels der einzelnen Leistungsklassen, scheint eine weitere **zentrale Produktionsnorm** der *BILD-Zeitung* zu sein, welche sich für die gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015 nachweisen lässt.

Des Weiteren hat sich auch nachweisen lassen, dass die Produktionsnorm **Aktualität** geschlechterübergreifend Einfluss auf die visuelle Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil der *BILD-Zeitung* nimmt. Die *BILD-Redaktion* orientiert sich dabei derart an der Sportrealität, dass Sportereignisse, die in kürzeren zeitlichen Abständen neue Ergebnisse produzieren, mehr visuelle Aufmerksamkeit als Sportereignisse erhalten, die nur an wenigen Tagen im Jahr neue Ergebnisse produzieren. Diese Produktionsnorm greift sowohl für die weiblichen als auch für die männlichen Leistungsklassen.

Abschließend gilt es noch zu klären, ob die soeben für die gesamte visuelle Sportberichterstattung getroffenen Feststellungen auch für diejenigen Fotos gelten, die ausschließlich auf der Titelseite bzw. der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden sind.

Von den 1.026 Fotos, die sich im Zuge der gesamten *BILD-Sportberichterstattung* des Jahres 2015 eindeutig einer Leistungsklasse haben zuordnen lassen, wobei die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* ausgeklammert worden ist, sind 48 Fotos auf der Titelseite der *BILD-Bundesausgabe* abgedruckt worden. Es zeigt sich, dass 95,8 Prozent der Fotos auf der Titelseite »Fotos von Sportlern« sind. Die »Fotos von Sportlerinnen« machen hingegen nur 4,2 Prozent aus. Dementsprechend ändert sich an der visuellen Dominanz von Sportlern auf der Titelseite nichts, sobald Fotos von der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* nicht länger berücksichtigt werden.

Auch hierbei stellt sich die Anschlussfrage, welche Leistungsklassen auf der Titelseite primär visualisiert werden und wie es mit der gesellschaftlichen Popularität der entsprechenden Leistungsklassen aussieht. Es zeigt sich, dass in der Kategorie »Fotos von Sportlern« die meisten Fotos auf die Leistungsklassen *UEFA Champions League der Männer* (N = 8 Fotos), *Formel 1 Rennen der Männer* (N = 6 Fotos) und *DFB Pokal der Männer* (N = 4 Fotos) entfallen. Es handelt sich hierbei um drei Leistungsklassen, die, wie *Tabelle 8* gezeigt hat, bei den sportinteressierten RezipientInnen sehr beliebt gewesen sind.

Die »Fotos von Sportlerinnen«, die auf der Titelseite abgedruckt worden sind, entfallen zu gleichen Teilen auf die Leistungsklassen *FIFA Fußball Weltmeisterschaft der Frauen 2015* und *IAAF Leichtathletik Weltmeisterschaften 2015*. Sportlerinnen sind in keiner anderen Leistungsklasse auf der Titelseite visualisiert worden. Auch bei den Sportlerinnen scheint die Popularität der Sportereignisse eine entscheidende Rolle zu spielen, immerhin hat die *FIFA Fußball Weltmeisterschaft der Frauen 2015* unter denjenigen Frauen-Leistungsklassen, die hinsichtlich des Indikators »Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse« erfasst worden sind, den zweitbesten Wert erzielt.

Was für die gesamte Sportberichterstattung gilt, trifft auch für die Titelseite zu: Die gesellschaftliche Popularität von Sportereignissen beeinflusst entscheidend mit, ob und in welchem Ausmaß Sportereignisse visualisiert werden. Dieser Wirkungsmechanismus greift geschlechterübergreifend. **Hypothese 2 steht im Einklang mit den Daten**, die für die Titelseite ermittelt worden sind, weil sich mit den höheren Prestigelevels der visualisierten

Männersportereignisse teilweise erklären lässt, warum Männerdarstellungen die Titelseite dominieren. Ferner lässt sich geschlechterübergreifend auch Folgendes feststellen: Alle anderen Sportereignisse, die nicht zur Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* gehören, schaffen es kaum auf die Titelseite der *BILD-Bundesausgabe*. Dies belegen die geringen absoluten Zahlen, die für die jeweiligen Leistungsklassen ermittelt worden sind.

Von den 1.026 erfassten Fotos sind 242 auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden. Auch auf der ersten Seite des Sportteils bleibt es dabei, dass die »Fotos von Sportlern« dominieren, wenn die zur Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* gehörenden visuellen Darstellungen nicht berücksichtigt werden. 90,9 Prozent der Fotos auf der ersten Seite des Sportteils gehören zu der Kategorie »Fotos von Sportlern«. Damit bleiben für die »Fotos von Sportlerinnen« 9,1 Prozent übrig.

Da die Grundgesamtheit  $N = 242$  Fotos deutlich größer ausfällt als die für die Titelseite ermittelte Grundgesamtheit, macht es Sinn, für die erste Seite des Sportteils ein nach Leistungsklassen differenzierendes Aufmerksamkeitsranking zu erstellen. Hierbei zeigt sich, dass sich unter denjenigen zehn Leistungsklassen, welche die visuellen Darstellungen auf der ersten Seite des Sportteils im Jahr 2015 dominiert haben, acht Leistungsklassen aus dem Bereich Männersport befinden. Lediglich die Frauensportereignisse *WTA Tour der Frauen* (Sportart Tennis, Position neun im Aufmerksamkeitsranking) und die *FIFA Fußball WM der Frauen 2015* (Position sechs im Aufmerksamkeitsranking) haben es unter die ersten zehn Plätze des Aufmerksamkeitsrankings geschafft. Die Plätze eins bis fünf im Aufmerksamkeitsranking gehen an Leistungsklassen, die ausschließlich von Männern betrieben worden sind.<sup>429</sup>

Auch die auf der ersten Seite des Sportteils erscheinenden Leistungsklassen sind unter Zuhilfenahme des Indikators »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« miteinander verglichen worden.

Dieser Vergleich zeigt, dass unter denjenigen Sportereignissen, die auf der ersten Seite des Sportteils primär visualisiert worden sind, die Männersportereignisse die größten gesellschaftlichen Prestigewerte nachweisen können.<sup>430</sup>

**429** Angeführt wird das Ranking von der Leistungsklasse *UEFA Champions League der Männer*. 53 Fotos entfallen auf diese Leistungsklasse. Den zweiten Platz im Ranking belegt die Leistungsklasse *Formel 1 Rennen der Männer* mit 29 Fotos. Der geteilte dritte Platz im visuellen Aufmerksamkeitsranking auf der ersten Seite des Sportteils geht an die Leistungsklassen *UEFA Europa League der Männer*, *UEFA European Qualifiers der Männer 2016* und *FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Männer 2014* (mit jeweils 14 Fotos pro Leistungsklasse).

**430** Unter Heranziehung des Indikators »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« zeigt sich, dass sich unter den vier populärsten Leistungsklassen, die auf der ersten Seite des Sportteils visualisiert worden sind, ausschließlich Männersportereignisse befinden. Es handelt sich dabei konkret um die folgenden vier Leistungsklassen: *FIFA Fußball Weltmeisterschaft der Männer 2014* (durchschnittliche Sehbeteiligung von 12,59 Millionen), *UEFA European Qualifiers der Männer 2016* (durchschnittliche Sehbeteiligung von 9,76 Millionen), *UEFA Champions League der Männer* (durchschnittliche Sehbeteiligung: 8,50 Millionen) und *Formel 1 Rennen der Männer* (durchschnittliche Sehbeteiligung: 4,20 Millionen). Wäre die *1. Fußball Bundesliga der Männer* als Leistungsklasse berücksichtigt worden, wären sogar die fünf populärsten Sportereignisse, die auf der ersten Seite des Sportteils visualisiert worden sind, ausschließlich Männersportereignisse gewesen.

Auch für die erste Seite des Sportteils hat sich nachweisen lassen, dass sich die Sportredaktion der *BILD-Zeitung* bei der visuellen Aufmerksamkeitsverteilung teilweise an der gesellschaftlichen Popularität der jeweiligen Sportereignisse orientiert hat. Da es die am häufigsten visualisierten Frauensportereignisse nicht schaffen, mit den Prestigelevels der am häufigsten visualisierten Männersportereignisse mithalten, dominieren visuelle Darstellungen von Sportlern die erste Seite des Sportteils. **Insofern steht Hypothese 2 im Einklang mit den Daten, die für die erste Seite des Sportteils ermittelt worden sind.**

Die wichtigsten Erkenntnisse, die auf der visuellen Ebene gesammelt worden sind, lauten folgendermaßen: Die *BILD-Redaktion* nimmt eine starke *Infotainment-Orientierung* vor. Sportereignisse, die den sportinteressierten LeserInnen gefallen bzw. deren Interesse wecken, werden von der *BILD-Redaktion* visuell sehr stark in Szene gesetzt. Dabei muss die *BILD-Redaktion* nicht wild spekulieren, was den LeserInnen gefallen könnte. Stattdessen orientiert sich die *BILD-Redaktion* an den durchschnittlichen Sehbeteiligungen, die von den entsprechenden männlichen und weiblichen Leistungsklassen im Medium Fernsehen erzielt worden sind. Von daher ist es die ideologische bzw. gesellschaftliche Ebene, um im Sprachgebrauch des *Gatekeeping-Ansatzes* zu bleiben, die der *BILD-Redaktion* dahingehend eine Vorgabe macht, worüber intensiv berichtet werden soll. Unter diesem Gesichtspunkt kann die visuelle Berichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* als geschlechtergerecht bezeichnet werden, obwohl eindeutig mehr Fotos von Sportlern abgedruckt werden.

Die Berichterstattung ist dennoch geschlechtergerecht, weil es der *BILD-Redaktion* hierbei nicht darum geht, eine Geschlechterhierarchie aufzubauen. Wären die weiblichen Leistungsklassen bei den sportinteressierten RezipientInnen populärer als die männlichen, würde die *BILD-Bundesausgabe* mehr Fotos von SportlerInnen zeigen. Die *BILD-Redaktion* folgt ergo einer Produktionsnorm, der es einzig darum geht, den wirtschaftlichen Erfolg des Printmediums sicherzustellen, indem Sportereignisse, die bereits im Medium Fernsehen erfolgreich gewesen sind, auch im eigenen Druckerzeugnis ausführlich thematisiert werden. So sollen die LeserInnen weiterhin an die *BILD-Zeitung* gebunden werden und damit sichergestellt werden, dass die *BILD-Zeitung* auch zukünftig über große Mengen symbolisches Kapital und dem damit einhergehenden Zugang zur Orthodoxie verfügen wird.

Des Weiteren ist gezeigt worden, dass die visuelle Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil auch stark mit der Produktionsnorm Aktualität zusammenhängt. Da diese Produktionsnorm aber in gleicher Weise für männliche und weibliche Leistungsklassen Wirkmächtigkeit entfaltet, kann die Berichterstattung auch unter diesem Gesichtspunkt nur als geschlechtergerecht bezeichnet werden.

Unter dem Gesichtspunkt der Geschlechtergerechtigkeit muss es hingegen kritisch hinterfragt werden, warum es sich die *BILD-Bundesausgabe* zum Ziel gesetzt hat, derart viel über die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* zu berichten. Zwar ist diese Leistungsklasse bei den sportinteressierten RezipientInnen in Deutschland sehr

beliebt, aber auch andere männliche und weibliche Leistungsklassen erzielen hohe gesellschaftliche Prestigelevels, so dass die *BILD-Redaktion* nicht zwangsläufig um ihren wirtschaftlichen Erfolg fürchten müsste, wenn sie anderen Leistungsklassen mehr visuelle Aufmerksamkeit schenken würde.

Außerdem wäre es, sofern das Ziel verfolgt werden soll, eine geschlechtlich symmetrische Aufmerksamkeitsverteilung im visuellen Sportteil der *BILD-Bundesausgabe* herzustellen, wichtig, die sportinteressierten RezipientInnen zu befragen, warum sie lieber Männer- als Frauensport schauen. Nur unter der Voraussetzung, dass die sportinteressierten RezipientInnen in Deutschland in ähnlichem Maße Männer- und Frauensportereignisse im Fernsehen verfolgen, werden sich die geschlechtlichen Asymmetrien, welche die visuelle Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil der *BILD-Bundesausgabe* betreffen, auflösen.

Eventuell müssen die Regelwerke im Bereich Frauensport teilweise verändert werden, damit einzelne Frauensportereignisse für die ZuschauerInnen spannender werden. Auffällig ist zumindest, dass unter allen weiblichen Leistungsklassen, die von der *Media Control* ausgewertet worden sind, der *IBU Biathlon Weltcup der Frauen* eindeutig die meisten FernsehzuschauerInnen erreicht hat. Im Frauenbiathlon werden im Vergleich zum Männerbiathlon kürzere Strecken zurückgelegt, während es im Hinblick auf die Anzahl der Schießen keine geschlechtlichen Unterschiede gibt. In der Weltcup-Saison 2014/15 ist es z.B. so gewesen, dass der sogenannte Einzelwettbewerb bei den Männern über 20 Kilometer ging, während die Frauen im Einzelwettbewerb nur 15 Kilometer zurücklegen mussten. Im Sprint mussten die Frauen jeweils 7,5 Kilometer, die Männer 10 Kilometer zurücklegen.<sup>431</sup> Insofern wäre es, der dominierenden Stellung der Männer in der Fußballberichterstattung eingedenk, sinnvoll, darüber zu debattieren, ob Frauenfußball mehr Begeisterung bei den sportinteressierten RezipientInnen auslösen könnte, wenn für den Frauenfußball ein modifiziertes Regelwerk entwickelt werden würde.

## 10.2.2

### Bedeutung der Produktionsnorm

#### »Popularität von Sportereignissen« auf der sprachlichen Ebene

Nachdem festgestellt worden ist, dass *Hypothese 2* im Einklang mit den Daten steht, die für die visuelle Berichterstattungsebene ermittelt worden sind, gilt es zu überprüfen, wie es für die sprachliche Berichterstattungsebene aussieht.

<sup>431</sup> Vgl. Biathlon-Online.de (Hrsg.): »Weltcup 2014/2015«. URL: <https://www.biathlon-online.de/ergebnisse/weltcup-2014-2015/>, Stand: 12.12.2017

### 10.2.2.1

## Thematisierte Sportarten und Leistungsklassen – Dominanz der Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer

Die Bearbeitung von *Hypothese 2* kann auch auf der sprachlichen Ebene nur unter der Voraussetzung erfolgen, dass zunächst überprüft wird, welche Sportarten und Leistungsklassen in den Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen thematisiert werden.<sup>432</sup>

Wie bei *Hypothese 1* ist die sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den einzelnen Leistungsklassen ermittelt worden, indem mit einer Stichprobengröße  $n = 38$  *Erscheinungstage* gearbeitet worden ist. Im Zuge der Auswertung dieser 38 *Erscheinungstage* sind die Artikelbögen 1 bis 1.009 erstellt worden.<sup>433</sup>

*Tabelle 10* zeigt, welche Leistungsklassen im gesamten Sportberichterstattungsjahr 2015 von der *BILD-Bundesausgabe* thematisiert worden sind. Insgesamt sind 128 verschiedene zentrale Leistungsklassen thematisiert worden, wobei eine Leistungsklasse eindeutig dominiert. Es handelt sich dabei um die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer*. 29,73 Prozent aller Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen, die für das Kalenderjahr 2015 eindeutig einer zentralen Leistungsklasse zugeordnet werden konnten, haben diesen Wettbewerb thematisiert. 59,45 Prozent aller Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen, die sich einer zentralen Leistungsklasse haben zuordnen lassen, entfallen auf die Kategorie »*Alle anderen Leistungsklassen der Sportler*«, wobei zu dieser Kategorie 97 unterschiedliche Leistungsklassen gehören. Damit bleiben für die Kategorie »*Leistungsklassen der Sportlerinnen*« lediglich 10,82 Prozent übrig, wobei 30 verschiedene Leistungsklassen dieser Kategorie angehören.

**432** In den standardisierten Analysebögen »ANALYSEBOGEN FÜR ARTIKEL – Bearbeitung der Hypothesen 1 und 2« musste die »Hauptsportart« unter B.3. und die »Zentrale Leistungsklasse« unter B.4. eingetragen werden. Gemäß der dazugehörigen Kodieranleitung sollte unter »Hauptsportart« diejenige Sportart eingetragen werden, welche im Zuge einer Texteinheit über Sportler bzw. Sportlerinnen die meiste Berichterstattungsfläche erhält. Alle anderen Sportarten, die in einer Texteinheit nur am Rande erwähnt worden sind, sind unter B.3. nicht dokumentiert worden. Diese partielle Ausklammerung von Sportarten ist insofern vertretbar gewesen, da sich beim Durchgehen der forschungsrelevanten Texteinheiten gezeigt hat, dass sich die *BILD-Redaktion* in der Regel pro Texteinheit klar auf eine Sportart konzentriert. Ausschließlich diese Sportart, die den Großteil der Aufmerksamkeit erhält, ist unter B.3. eingetragen worden. Zwecks Bearbeitung von B.4. musste zunächst geschaut werden, welche Leistungsklassen, die zu der unter B.3. eingetragenen Sportart dazugehören, in der entsprechenden Texteinheit thematisiert worden sind. Diejenige Leistungsklasse, die dabei die meiste Berichterstattungsfläche bekommen hat, ist unter B.4. als »Zentrale Leistungsklasse« eingetragen worden. Dass auch hierbei Leistungsklassen nicht erfasst worden sind, die nur am Rande der Texteinheit erwähnt worden sind, ist offensichtlich. Aber auch dieser Informationsverlust ist insofern vertretbar gewesen, da sich beim Durchlesen der relevanten Texteinheiten gezeigt hat, dass in der Regel eine Leistungsklasse eindeutig den Großteil der flächenmäßigen Aufmerksamkeit erhält.

**433** Diese ausgefüllten Bögen können den Dateien »Artikel1\_H1+H2« und »Artikel2\_H1+H2« entnommen werden, welche mit Hilfe des der Arbeit beiliegenden USB-Sticks eingesehen werden können. Da es unter diesen 1.009 Bögen auch solche gegeben hat, die unter A.5. der Kategorie »Anderes Themengebiet« zugeordnet worden sind und für diese Bögen keine Bestimmung der zentralen Leistungsklasse vorgenommen werden musste, liegt die absolute Zahl der zentralen Leistungsklassen, die ermittelt werden konnten, unter 1.009. Dass die absolute Zahl der ermittelten zentralen Leistungsklassen mit 619 sogar deutlich unter 1.009 liegt, hängt ferner damit zusammen, dass es auch »Texteinheiten über Sportler« und »Texteinheiten über Sportlerinnen« gegeben hat, die unter B.4. keiner Leistungsklasse zugeordnet werden konnten. Diese Bögen haben unter B.4. die Eintragung »Keine eindeutige Zuordnung möglich« erhalten.

**Tabelle 10: Zentrale Leistungsklassen in den Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen – Gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015**

Zentrale Leistungs- klasse	Prozentuale Verteilung/Absolute Zahlen der gebildeten Kategorien (N=619)		Anzahl Leistungsklassen (N=128)
	%	Absolute Zahl Texteinheiten	
Erste Fußball Bundesliga der Männer	<b>29,73</b>	184	1
Alle anderen Leistungsklassen der Sportler	59,45	368	97
Leistungsklassen der Sportlerinnen	10,82	67	30
Gesamt	100,0	619	128

Abschließend bleibt festzuhalten: Da in den Texteinheiten, welche die *1. Fußball Bundesliga der Männer* als zentrale Leistungsklasse vorweisen, ausschließlich männliche Hochleistungssportler thematisiert werden, lässt sich mit der Dominanz dieser Leistungsklasse<sup>434</sup> hinreichend erklären, warum eine geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung zugunsten der Sportler für die gesamte sprachliche Sportberichterstattung festgestellt worden ist.

Die sprachliche Dominanz der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer*, die soeben für die gesamte Sportberichterstattung festgestellt worden ist, trifft in ähnlicher Weise für die Texteinheiten der Titelseite und der ersten Seite des Sportteils zu.

Von den 619 Texteinheiten, die für *Tabelle 10* untersucht worden sind, sind lediglich 18 Texteinheiten auf der Titelseite abgedruckt worden. 44,44 Prozent dieser Texteinheiten auf der Titelseite haben Sportler im Kontext der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* thematisiert. 50,00 Prozent und damit die Hälfte aller Texteinheiten auf der Titelseite gehören zu der Kategorie »*Alle anderen Leistungsklassen der Sportler*«. Diese 50,00 Prozent verteilen sich auf acht unterschiedliche Leistungsklassen. Lediglich 5,56 Prozent der Texteinheiten auf der Titelseite befassen sich zentral mit »*Leistungsklassen der*

<sup>434</sup> Werden die 184 Texteinheiten über die zentrale Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* gleich 100 Prozent gesetzt, so wird offensichtlich, dass alle anderen Leistungsklassen aus den Bereichen Männer- und Frauensport unter der sprachlichen Dominanz der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* leiden, weil neben dieser dominierenden Leistungsklasse nur wenig Berichterstattungsraum übrig bleibt. Beispielsweise schafft es keine von den anderen Leistungsklassen aus dem Bereich Männersport, die in *Tabelle 10* erfasst worden sind, mit ihrer absoluten Zahl an Texteinheiten mehr als 14 Prozent vom Wert der *1. Fußball Bundesliga der Männer* zu erreichen. Bei den Texteinheiten über Sportlerinnen sieht es ähnlich aus. Selbst die Leistungsklasse *WTA Tour der Frauen*, die unter allen thematisierten Frauenleistungsklassen eindeutig die meisten Texteinheiten erhalten hat, erreicht nur 15,2 Prozent vom Wert der *1. Fußball Bundesliga der Männer*.

Sportlerinnen«. Es bleibt zu konstatieren: Auch auf der Titelseite dominiert sprachlich die Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer.

Noch deutlicher fällt die Dominanz der Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer auf der ersten Seite des Sportteils aus. Insgesamt 164 der 619 Texteinheiten, die eindeutig einer zentralen Leistungsklasse zugeordnet werden konnten, sind auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden. 70 dieser 164 Texteinheiten und damit 42,68 Prozent aller Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils befassen sich primär mit Sportlern, die in der Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer aktiv sind. Texteinheiten über »Alle anderen Leistungsklassen der Sportler« machen auf der ersten Seite des Sportteils zwar 49,39 Prozent und damit einen höheren prozentualen Anteil aus, verteilen sich aber auf 36 unterschiedliche Leistungsklassen. Für die »Leistungsklassen der Sportlerinnen« bleiben lediglich 7,93 Prozent übrig. Diese 7,93 Prozent verteilen sich auf sieben unterschiedliche zentrale Leistungsklassen.

**Abbildung 1:** Visuelle und sprachliche Darstellungen, die die Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer betreffend, haben im Jahr 2015 den Sportteil der BILD-Bundesausgabe dominiert. Auch die visuelle und sprachliche Berichterstattung anlässlich des Spiels 1. FC Köln gegen VfB Stuttgart (BILD-Bundesausgabe am 17. August 2015, Seite 14) ist dieser Leistungsklasse zugeordnet worden

**Modeste feiert mit Bittencourt und Schnuller im Mund. Eine Geste für Sohn Brooklyn (im Juni geboren)**  
Foto: WITTERS

**Das war knapp. Unter dem Körper von VfB-Torwart Tyton rutscht der Elfer von Modeste ins Netz**  
Foto: PETER SCHATZ

**Ein Schnuller erlöst die Kölner Nuller**

**Von J. NAGLER, M. FRANK und U. VIELBERG**

**Stark gespielt, fies verloren: Stuttgart war gegen Köln klar überlegen, verpatzte aber mit 1:3 die Bundesliga-Premiere vom neuen Trainer Zorniger.**  
Ging irre los: drei Alu-Treffer in zehn Mi-

nuten! Erst Lehmann nach nur 88 Sekunden, dann auch die Stuttgarter Didavi (7.) und Gentner (11.).  
Nach der Pause 11:3 Torschüsse für den VfB. Und Köln macht die Tore!  
Erst per Elfmeter durch Modeste, der von Keeper Tyton gelegt worden war (75.). Mo-

deste jubelt mit Schnuller für Sohn Brooklyn (geboren im Juni). Und erlöst die Kölner „Nuller“: letzte Saison neunmal 0:0 (Liga-Rekord), zuvor fünfmal in Folge ohne Auswärtstor!  
Der neun Minuten zuvor eingewechselte Zoller knipst das 0:2 (77.). Und hält danach Stuttgart im Spiel: Dum-

mes Foul an Kostic, Didavi verwandelt den Elfer zum 1:2 (79.). Nach Modeste-Vorlage packt Osako noch das 1:3 drauf (90.+2).  
**Nächstes VfB-Problem:** Nationalspieler Rüdiger steht vor einem Wechsel nach Italien, fliegt heute zum Medizincheck beim Champions-League-Klub AS Rom.

0:1 Modeste	(75./FE)
0:2 Zoller	(77.)
1:2 Didavi	(79./FE)
1:3 Osako	(90.+2)

Auch für die erste Seite des Sportteils trifft zu, was bereits für die gesamte Sportberichterstattung und die Titelseite festgestellt worden ist: Unter der sprachlichen Dominanz der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* leiden alle anderen Leistungsklassen aus den Bereichen Männer- und Frauensport. Die anderen Leistungsklassen erhalten im Vergleich zur *1. Fußball Bundesliga der Männer* nur wenig sprachliche Aufmerksamkeit.<sup>435</sup>

### 10.2.2.2

#### Thematisierte Sportarten und Leistungsklassen - ohne 1. Fußball Bundesliga der Männer: Dominierende Stellung der männlichen Leistungsklassen in den Aufmerksamkeits- und Popularitätsrankings

Mit Hilfe der durchgeführten Stichprobengröße  $n = 38$  *Erscheinungstage* hat sich zwar die sprachliche Dominanz der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* für die gesamte Sportberichterstattung, Titelseite und erste Seite des Sportteils ausreichend nachweisen lassen, für ein Ranking, die sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den restlichen Leistungsklassen betreffend, ist diese Stichprobengröße aber zu klein gewesen. Ursächlich hierfür ist, wie das soeben angeführte Datenmaterial gezeigt hat, dass über alle anderen Sportereignisse relativ wenig berichtet wird.

Dementsprechend musste, wie es auch schon auf der visuellen Ebene geschehen ist, die Stichprobengröße  $n = 113$  *Erscheinungstage* herangezogen werden, um im Hinblick auf die restlichen Leistungsklassen ein sprachliches Aufmerksamkeitsranking erstellen zu können.<sup>436</sup>

**435** Diese Feststellung wird durch das folgende Datenmaterial gestützt: Werden die 70 Texteinheiten über die *1. Fußball Bundesliga der Männer*, die auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden sind, gleich 100 Prozent gesetzt, so erreicht keine andere zentrale Leistungsklasse aus dem Bereich Männersport, die auf der ersten Seite des Sportteils thematisiert worden ist, 15 Prozent von diesem Wert. Unter den Leistungsklassen aus dem Bereich Frauensport, die auf der ersten Seite des Sportteils erörtert worden sind, erhält die Leistungsklasse *WTA Tour der Frauen* mit insgesamt sieben Texteinheiten eindeutig die meiste Aufmerksamkeit. Keine andere Leistungsklasse aus dem Bereich Frauensport erhält während der 38 ausgewerteten Erscheinungstage überhaupt mehr als eine Texteinheit auf der ersten Seite des Sportteils. Aber trotz ihrer dominierenden Stellung im Bereich Frauensport, erreicht die Leistungsklasse *WTA Tour der Frauen* nur 10,0 Prozent vom Wert der *1. Fußball Bundesliga der Männer*.

**436** Analog zum Vorgehen auf der visuellen Ebene mussten die Kodieranleitungen für die zweite Auswertungsphase leicht modifiziert werden. Da Artikel über ein »*Anderes Themengebiet*« hinsichtlich der Erstellung eines Aufmerksamkeitsrankings keine Bedeutung gehabt hätten, ist diese Kategorie unter A.5. entfernt worden. Außerdem ist festgelegt worden, dass für Texteinheiten, die unter B.4. der zentralen Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* zugeordnet worden wären, nicht mehr länger Bögen ausgefüllt werden müssen, da die Dominanz dieser Leistungsklasse bereits hinreichend nachgewiesen worden ist. Des Weiteren mussten auch für Texteinheiten, die unter B.4. keiner Leistungsklasse zugeordnet werden konnten, keine Bögen mehr ausgefüllt werden. Auch diese Bögen hätten im Hinblick auf die Erstellung eines Aufmerksamkeitsrankings der restlichen Leistungsklassen keinen inhaltlichen Mehrwert gehabt. Diese modifizierten Kodieranleitungen sind für diejenigen Artikelbögen verwendet worden, die in der durchgehenden Nummerierung mit den Zahlen 1.010 bis 1.811 versehen worden sind. Die entsprechenden Bögen befinden sich in den Dateien »*Artikel3\_H1+H2*« und »*Artikel4\_H1+H2*«, welche sich auf dem der Arbeit beiliegenden USB-Stick befinden.

*Tabelle 11* verdeutlicht, dass die sprachliche Dominanz von Sportlern, die gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015 berücksichtigend, nicht ausschließlich auf die große Anzahl von Texteinheiten, die zur Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* gehören, zurückgeführt werden kann. 85,3 Prozent aller Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen, die in der *BILD-Bundesausgabe* 2015 erschienen sind und dabei eindeutig einer Leistungsklasse zugeordnet werden konnten, wobei es nicht die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* sein durfte, sind »*Texteinheiten über Sportler*« gewesen. Damit bleiben für die »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« lediglich 14,7 Prozent übrig.

**Tabelle 11: Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen, die sich innerhalb der gesamten BILD-Sportberichterstattung des Jahres 2015 eindeutig einer zentralen Leistungsklasse zuordnen lassen – ohne Texteinheiten über die 1. Fußball Bundesliga der Männer**

Texteinheiten über	Prozentuale Verteilung/ Absolute Zahlen der gebildeten Kategorien (N=1.309)		Anzahl Sport- arten (N=65)	Anzahl Leis- tungsklassen (N=220)
	%	Absolute Zahl		
Sportler	<b>85,3</b>	1.116	36	161
Sportlerinnen	<b>14,7</b>	193	29	59
Gesamt	100,0	1.309	65	220

Ähnlich dem Vorgehen auf der visuellen Ebene, gilt es zu klären, welche Leistungsklassen aus dem Bereich Männersport dabei die gesamte sprachliche Sportberichterstattung dominieren und dementsprechend in hohem Maße dafür verantwortlich sind, dass nur wenig Aufmerksamkeit für die Sportlerinnen übrig bleibt.

Diejenigen zehn Sportereignisse, die im Jahr 2015 die meisten Texteinheiten von der *BILD-Redaktion* zugestanden bekommen haben, sind in *Tabelle 12* festgehalten worden.

**Tabelle 12: Aufmerksamkeitsranking der Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen nach Leistungsklassen für die gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015 (N = 1.309) – ohne 1. Fußball-Bundesliga der Männer**

Positionierung im Ranking	Leistungsklasse	Anzahl Texteinheiten	
		%	Absolute Zahl
1	<b>UEFA Champions League Männer</b> (Fußball)	7,1	93
2	<b>Formel 1 Rennen Männer</b> (Motorsport)	6,2	81
3	<b>WTA Tour Frauen</b> (Tennis)	5,7	75
4	<b>DFB Pokal Männer</b> (Fußball)	4,7	62
5	<b>2. Bundesliga Männer</b> (Fußball)	4,4	58
6	<b>ATP Tour Männer</b> (Tennis)	4,3	56
7	<b>NBA Männer</b> (Basketball)	3,3	43
8	<b>Premier League Männer</b> (Fußball)	2,8	37
9	<b>UCI World Tour Männer</b> (Radfahren)	2,6	34
10	<b>WBA Titelkampf Männer</b> (Boxen)	2,4	31
11-220	-	56,5	739
Gesamt	220 Leistungsklassen	100,0	1.309

Schwarze Schrift steht in *Tabelle 12* für Männersportereignisse, rote Schrift für Frauensportereignisse. Da die dominierende Stellung der Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* bereits ausreichend nachgewiesen worden ist, taucht diese Leistungsklasse nicht in *Tabelle 12* auf.

Es zeigt sich, dass unter denjenigen zehn Leistungsklassen, die 2015 die gesamte sprachliche Sportberichterstattung dominiert haben, lediglich eine Leistungsklasse zu finden ist, im Zuge derer Sportlerinnen thematisiert worden sind. Es handelt sich dabei um die Leistungsklasse *WTA Tour der Frauen*, die zur Sportart Tennis dazugehört. Die *WTA Tour der Frauen* nimmt im Aufmerksamkeits-Ranking Position drei ein. Dieser Leistungsklasse

konnten 5,7 Prozent aller Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen, die im Jahr 2015 in der *BILD-Bundesausgabe* erschienen sind und dabei einer anderen Leistungsklasse als der *1. Fußball Bundesliga der Männer* angehört haben, zugeordnet werden.

Alle Leistungsklassen, die in dem Ranking von *Tabelle 12* namentlich erwähnt werden und dem Bereich Männersport angehören, zeichnen sich durch eine Exklusion von Frauen aus. Die Wettkämpfe in den entsprechenden Leistungsklassen sind ausschließlich von Männern ausgetragen worden.

Auffällig ist des Weiteren, dass die Leistungsklassen *UEFA Champions League der Männer* und *Formel 1 Rennen der Männer* in *Tabelle 12* die Ranking-Positionen eins und zwei einnehmen. Dieselben Ranking-Positionen waren von diesen beiden Leistungsklassen schon in *Tabelle 7* eingenommen worden. Beide Leistungsklassen aus dem Bereich Männersport dominieren also sowohl die gesamte visuelle als auch die gesamte sprachliche Sportberichterstattung des Jahres 2015, sobald die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* ausgeklammert wird.

Ferner fällt in *Tabelle 12* auf, dass die gesamte sprachliche Sportberichterstattung weiterhin von der Sportart Fußball dominiert wird, selbst wenn die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* ausgeklammert wird. Unter denjenigen zehn Leistungsklassen, die die meiste sprachliche Aufmerksamkeit erhalten haben, haben sich mit der *UEFA Champions League der Männer*, dem *DFB Pokal der Männer*, der *2. Fußball Bundesliga der Männer* und der *Premier League der Männer* vier Leistungsklassen befunden, die zur Sportart Fußball dazugehören.

Nachdem erfasst worden ist, welche Leistungsklassen von der *BILD-Sportredaktion* intensiv im Zuge der gesamten sprachlichen Sportberichterstattung begleitet worden sind, wäre für die Beantwortung von *Hypothese 2* noch zu klären, ob diese Sportereignisse von den sportinteressierten RezipientInnen im Jahr 2015 ein hohes Maß an Anerkennung erhalten haben. Abermals wird der Indikator »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« herangezogen, um zu überprüfen, wie beliebt die von der *BILD-Redaktion* thematisierten Sportereignisse bei den sportinteressierten RezipientInnen gewesen sind.

*Tabelle 13* zeigt, dass unter denjenigen zehn Leistungsklassen, die im Jahr 2015 die gesamte sprachliche Sportberichterstattung der *Bild-Bundesausgabe* dominiert haben, insbesondere die von Männern betriebenen Leistungsklassen die höchste Anerkennung von den sportinteressierten RezipientInnen erhalten haben. Die ersten sieben Positionen im Anerkennungsranking werden ausschließlich von Leistungsklassen eingenommen, die dem Bereich Männersport zuzuordnen sind.

Das einzige Frauensportereignis im Anerkennungsranking, die *WTA Tour der Frauen*, schafft es mit einer durchschnittlichen Sehbeteiligung von 0,08 Millionen lediglich auf

Ranking-Position acht. Höchstwahrscheinlich hätte die Leistungsklasse *Premier League der Männer* die *WTA Tour der Frauen* sogar auf den neunten Rang verdrängt, sofern die *Premier League der Männer* im Free-TV übertragen worden wäre. Dafür spricht, dass Männerfußball bei den sportinteressierten RezipientInnen in Deutschland besonders populär ist. Dementsprechend werden die Ranking-Positionen eins und zwei in *Tabelle 13* auch von zwei Leistungsklassen eingenommen, die zum Bereich Männerfußball gehören. Es handelt sich hierbei um die Leistungsklassen *UEFA Champions League der Männer* und *DFB Pokal der Männer*.

Zu klären wäre noch, warum die Leistungsklasse *WTA Tour der Frauen* von der *BILD-Redaktion* 2015 die drittmeisten Texteinheiten erhalten hat, obwohl sieben andere Leistungsklassen bei den sportinteressierten RezipientInnen deutlich populärer gewesen sind. Die Leistungsklasse *WTA Tour der Frauen* hat mit 75 Texteinheiten z.B. deutlich mehr Texteinheiten als die Leistungsklassen *DFB Pokal der Männer* und *WBA Titeltkämpfe der Männer* erhalten. Über den *DFB Pokal der Männer* sind nur 62 Texteinheiten erschienen, obwohl die durchschnittliche Sehbeteiligung bei Live-Übertragungen in der *ARD* bei 7,27 Millionen gelegen hat, was im Popularitätsranking Position zwei bedeutet hat.

**Tabelle 13: Ranking der in Tabelle 12 aufgelisteten Leistungsklassen hinsichtlich ihrer Popularität bei den sportinteressierten RezipientInnen in Deutschland im Jahr 2015**

Positionierung im Ranking	Leistungsklasse	ZuschauerInnen gesamt (ZuschauerInnen ab 3 Jahre)	
		Durchschnittliche Sehbeteiligung in Millionen	Sender mit größter durchschnittlicher Sehbeteiligung
1	<b>UEFA Champions League Männer</b> (Fußball)	8,50	ZDF
2	<b>DFB Pokal Männer</b> (Fußball)	7,27	ARD
3	<b>WBA-Titeltkämpfe Männer</b> (Boxen)	5,00	RTL
4	<b>Formel 1 Rennen Männer</b> (Motorsport)	4,20	RTL
5	<b>UCI World Tour Männer</b> (Radfahren)	1,17	ARD

6	<b>2. Bundesliga Männer</b> (Fußball)	0,91	SPORT 1
7	<b>ATP Tour Männer</b> (Tennis)	0,60	ZDF
8	<b>WTA Tour Frauen</b> (Tennis)	0,08	Eurosport
9	<b>Premier League Männer</b> (Fußball)	0,03	Sky Sport
10	<b>NBA Männer</b> (Basketball)	Keine Angabe	Sport 1 US

Lediglich 31 Texteinheiten haben die *WBA Titeltkämpfe der Männer* in den Mittelpunkt gerückt, obwohl die entsprechenden Titeltkämpfe im Privatsender *RTL* eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 5,00 Millionen erreicht haben, was im Popularitätsranking Position drei entsprochen hat. Während die *WTA Tour der Frauen* im Kalenderjahr 2015 aber aus 59 unterschiedlichen Turnieren bestanden hat, die von Januar bis November 2015 ausgetragen worden sind, wobei es zwischen diesen Turnieren keine großen zeitlichen Unterbrechungen gegeben hat<sup>437</sup>, sind die hohen durchschnittlichen Sehbeteiligungen im Bereich Boxen, wie in einem vorherigen Kapitel bereits erörtert worden ist, mit Kämpfen Wladimir Klitschkos erzielt worden. Klitschko hat im Kalenderjahr 2015 aber nur zweimal bei *RTL* gekämpft.

Was den *DFB Pokal der Männer* anbelangt: Im Kalenderjahr 2015 sind Achtelfinale, Viertelfinale, Halbfinale und Finale der Spielzeit 2014/15 ausgetragen worden. Die entsprechenden Spielrunden haben aber lediglich, wie ein Blick auf den Terminkalender zeigt, sieben Tage umfasst.<sup>438</sup> Des Weiteren sind im Kalenderjahr 2015 noch die 1. Runde, 2. Runde und das Achtelfinale der Spielzeit 2015/16 ausgetragen worden. Aber auch diese Spielrunden haben sich zusammengerechnet über lediglich acht Tage erstreckt.<sup>439</sup>

Es wird ersichtlich, dass die *BILD*-Redaktion die Entscheidung, welche absolute Zahl an Texteinheiten – dasselbe gilt im Übrigen für die visuelle Ebene – eine Leistungsklasse pro Jahr erhalten soll, nicht nur von der Popularität einer Leistungsklasse abhängig macht. Entscheidend ist auch, wie häufig eine Leistungsklasse aktuelle und neue Ergebnisse produzieren kann. Die Produktionsnorm *Aktualität* ist im Feld der Produktion

<sup>437</sup> Vgl. Eurosport.de (Hrsg.): »WTA. Kalender/Ergebnisse.« URL: [http://www.eurosport.de/tennis/wta/calendar-result\\_sea89.shtml](http://www.eurosport.de/tennis/wta/calendar-result_sea89.shtml), Stand: 31.12.2016

<sup>438</sup> Vgl. Kicker.de (Hrsg.): »DFB-Pokal - 2014/15.« URL: <http://www.kicker.de/news/fussball/dfbpokal/termine/dfbpokal/2014-15/termine.html>, Stand: 31.12.2016

<sup>439</sup> Vgl. Kicker.de (Hrsg.): »DFB-Pokal – 2015/16.« URL: <http://www.kicker.de/news/fussball/dfbpokal/termine/dfbpokal/2015-16/termine.html>, Stand: 31.12.2016

kultureller Güter von zentraler Bedeutung. Zumindest innerhalb der Publikationen der *BILD-Bundesausgabe*. Da es die *WTA Tour der Frauen* im Kalenderjahr 2015 geschafft hat, in kürzeren Abständen neue bzw. aktuelle Ergebnisse zu produzieren, hat sie dementsprechend über das Jahr hinweg mehr Aufmerksamkeit erhalten als die populäreren Leistungsklassen *DFB Pokal der Männer* und *WBA Titeltkämpfe der Männer*.

Zu klären wäre noch, ob es Frauenleistungsklassen gegeben hat, die im Jahr 2015 ein hohes Maß an gesellschaftlicher Anerkennung erfahren haben und es trotzdem nicht unter diejenigen zehn Leistungsklassen geschafft haben, welche anno 2015 die meiste sprachliche Aufmerksamkeit von der *BILD-Bundesausgabe* erhalten haben.

Zwecks Beantwortung dieser Frage ist *Tabelle 14* erstellt worden. Hierbei werden diejenigen fünf Leistungsklassen aus dem Bereich Männersport, die im Jahr 2015 die meisten Texteinheiten von der *BILD-Zeitung* erhalten haben, mit ihrem weiblichen Äquivalent verglichen.

Der unmittelbare Vergleich der jeweiligen Ranking-Positionen zeigt: Auf den Ranking-Positionen eins, zwei und drei erreicht das Sportereignis aus dem Bereich Männersport jeweils eine höhere durchschnittliche Sehbeteiligung als das weibliche Sportereignis.

Zwar konnte die *Media Control* für die Frauenwettbewerbe der *IAAF Leichtathletik WM 2015* keine durchschnittliche Sehbeteiligung ermitteln, die ZuschauerInnen-Zahlen, die für Männer- und Frauenwettbewerbe der *IAAF Leichtathletik WM 2015* vom *Quotenmeter* ermittelt worden sind, lassen aber zumindest die Interpretation zu, dass die Frauenwettbewerbe der *IAAF Leichtathletik WM 2015* bei den sportinteressierten RezipientInnen beliebter gewesen sind als die Übertragungen von der *2. Fußball Bundesliga der Männer*, die live auf *Sport 1* gelaufen sind.

Dementsprechend stellt sich die Anschlussfrage, warum über die *2. Fußball Bundesliga der Männer* 58 Texteinheiten, aber über die Frauenwettbewerbe der *IAAF Leichtathletik WM 2015* nur sechs Texteinheiten erschienen sind.

Dies liegt höchstwahrscheinlich daran, dass in zehn von zwölf Kalendermonaten des Jahres 2015 Spiele der *2. Fußball Bundesliga der Männer* ausgetragen worden sind, während die Leichtathletik-Weltmeisterschaft lediglich den Zeitraum vom 22. August 2015 bis zum 30. August 2015 umfasst hat.<sup>440</sup> Dementsprechend hat die Leistungsklasse *2. Fußball Bundesliga der Männer* über das Jahr hinweg deutlich mehr aktuelles Berichterstattungsmaterial (neue Resultate, Tabellenstände usw.) als die Leistungsklasse *Frauenwettbewerbe der IAAF Leichtathletik WM 2015* geliefert.

<sup>440</sup> Vgl. Welt.de (Hrsg.): »Leichtathletik-WM 2015 – Zeitplan & Termine.« URL: <https://www.welt.de/sport/leichtathletik/article145199582/Leichtathletik-WM-2015-Zeitplan-Termine.html>, Stand: 31.12.2016

**Tabelle 14: Unmittelbarer Vergleich derjenigen Leistungsklassen, die bei den Texteinheiten über Sportlern und den Texteinheiten über Sportlerinnen dieselben Rankingpositionen im Bezug auf die Aufmerksamkeitsverteilung in der BILD-Bundesausgabe einnehmen – Vergleich unter folgendem Gesichtspunkt: Popularität bei den sportinteressierten RezipientInnen**

Position im Ranking	Texteinheiten über Sportler			Texteinheiten über Sportlerinnen		
	Leistungsklasse	Durchschnittliche Sehbeteiligung in Millionen	Sender	Leistungsklasse	Durchschnittliche Sehbeteiligung in Millionen	Sender
1	<b>UEFA Champions League Männer</b> (Fußball)	<b>8,50</b>	ZDF	<b>WTA Tour Frauen</b> (Tennis)	0,08	Eurosport
2	<b>Formel 1 Rennen Männer</b> (Motorsport)	<b>4,20</b>	RTL	<b>FIFA Fußball WM der Frauen 2015</b> (Fußball)	1,94	ARD
3	<b>DFB Pokal Männer</b> (Fußball)	<b>7,27</b>	ARD	<b>IBU Biathlon Weltcup Frauen</b> (Biathlon)	3,79	ZDF
4	<b>2. Bundesliga Männer</b> (Fußball)	0,91	SPORT 1	<b>IAAF Leichtathletik WM Frauen 2015</b> (Leichtathletik)	Keine Angabe (1,53)	ARD
5	<b>ATP Tour Männer</b> (Tennis)	0,60	ZDF	<b>FIS Alpiner Weltcup Frauen</b> (Skifahren)	<b>1,90</b>	ZDF

Derselbe Erklärungsansatz wird herangezogen, um zu verdeutlichen, warum über die *ATP Tour der Männer* im Jahr 2015 deutlich mehr Texteinheiten als über die Leistungsklasse *FIS Alpiner Weltcup der Frauen* (56 zu 5 Texteinheiten) erschienen sind, obwohl der *FIS Alpine Weltcup der Frauen* mit einer durchschnittlichen Sehbeteiligung von 1,90 Millionen im ZDF deutlich populärer gewesen ist als die Leistungsklasse *ATP Tour der Männer*, welche auf demselben Sender nur eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 0,60 Millionen erreicht hat. Während die *ATP Tour der Männer* aber ohne größere Unterbrechungen von

Januar bis November 2015 stattgefunden hat und dabei 66 Turniere umfasst hat<sup>441</sup>, hat der *FIS Alpine Weltcup der Frauen* in der ersten Jahreshälfte 2015 nur neun Großveranstaltungen<sup>442</sup> und in der zweiten Jahreshälfte 2015 sogar nur sieben Großveranstaltungen<sup>443</sup> im Rennkalender gehabt. Die Interpretation, dass 66 Turniere über elf Monate hinweg mehr aktuelles Berichterstattungsmaterial liefern als 16 Großveranstaltungen, die auch nur über einen Zeitraum von sechs Monaten ausgetragen worden sind, ist naheliegend.

Es bleibt festzuhalten: Die sprachliche Dominanz von Männersportereignissen, die gesamte *BILD*-Sportberichterstattung des Jahres 2015 betreffend, lässt sich teilweise mit der höheren gesellschaftlichen Popularität der thematisierten Männersportereignisse erklären. Insbesondere diejenigen Männersportereignisse, die über das ganze Jahr hinweg die meisten Texteinheiten erhalten haben (dies betrifft vor allem die Leistungsklassen *1. Fußball Bundesliga der Männer*, *DFB Pokal der Männer*, *Formel 1 Rennen der Männer* und *UEFA Champions League der Männer*), haben Popularitätslevels erreicht, die von den erfassten weiblichen Leistungsklassen nicht erreicht werden konnten.

*Hypothese 2 steht im Einklang mit den Daten*, die für die gesamte sprachliche Sportberichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* ermittelt worden sind. *Hypothese 2* steht insofern im Einklang mit diesen Daten, weil diese Hypothese nicht den Anspruch erhebt, die geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung in der sprachlichen Berichterstattung vollumfänglich mit der gesellschaftlichen Popularität von Sportereignissen erklären zu wollen. Die Betonung liegt auf dem Wort *teilweise*. Es hat sich gezeigt, dass bei der geschlechtlichen Aufmerksamkeitsverteilung die **Produktionsnorm Aktualität** ebenfalls eine **entscheidende Rolle spielt**.

Es gilt zu klären, ob die soeben für die gesamte sprachliche Sportberichterstattung getroffenen Feststellungen auch für diejenigen Texteinheiten gelten, die ausschließlich auf der Titelseite bzw. der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden sind.

Von den 1.309 Texteinheiten, die sich im Zuge der gesamten *BILD-Sportberichterstattung* des Jahres 2015 eindeutig einer Leistungsklasse haben zuordnen lassen, wobei die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* ausgeklammert worden ist, sind 41 Texteinheiten auf der Titelseite der *BILD-Bundesausgabe* abgedruckt worden. Es zeigt sich dabei, dass 92,7 Prozent aller Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen, die auf der Titelseite erschienen sind, »*Texteinheiten über Sportler*« gewesen sind. Die »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« machen hingegen lediglich 7,3 Prozent aus. Dementsprechend ändert

<sup>441</sup> Vgl. Eurosport.de (Hrsg.): »ATP – Kalender/Ergebnisse.« URL: [http://www.eurosport.de/tennis/atp/calendar-result\\_sea89.shtml](http://www.eurosport.de/tennis/atp/calendar-result_sea89.shtml), Stand: 31.12.2016

<sup>442</sup> Vgl. Fis.de (Hrsg.): »Next Events Fis World Cup.« URL: [http://data.fis-ski.com/alpine-skiing/calendar.html?place\\_search=&seasoncode\\_search=2015&sector\\_search=AL&date\\_search=&gender\\_search=l&category\\_search=WC&codex\\_search=&nation\\_search=&disciplinecode\\_search=&search=Search&limit=50&date\\_from=today](http://data.fis-ski.com/alpine-skiing/calendar.html?place_search=&seasoncode_search=2015&sector_search=AL&date_search=&gender_search=l&category_search=WC&codex_search=&nation_search=&disciplinecode_search=&search=Search&limit=50&date_from=today), Stand: 31.12.2016

<sup>443</sup> Vgl. Fis.de (Hrsg.): »Next Events Fis World Cup.« URL: [http://data.fis-ski.com/alpine-skiing/calendar.html?place\\_search=&seasoncode\\_search=2016&sector\\_search=AL&date\\_search=&gender\\_search=l&category\\_search=WC&codex\\_search=&nation\\_search=&disciplinecode\\_search=&search=Search&limit=50&date\\_from=today](http://data.fis-ski.com/alpine-skiing/calendar.html?place_search=&seasoncode_search=2016&sector_search=AL&date_search=&gender_search=l&category_search=WC&codex_search=&nation_search=&disciplinecode_search=&search=Search&limit=50&date_from=today), Stand: 31.12.2016

sich an der klaren sprachlichen Dominanz von Sportlern auf der Titelseite nichts, sobald Texteinheiten über die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* nicht länger berücksichtigt werden.

Zu klären wäre noch, welche Leistungsklassen, die Sportler thematisieren, auf der Titelseite dominieren und wie es hinsichtlich der gesellschaftlichen Popularität dieser Leistungsklassen aussieht. Innerhalb der Kategorie »*Texteinheiten über Sportler*« entfallen die meisten Berichte der Titelseite eindeutig auf die Leistungsklasse *UEFA Champions League der Männer*. Über diese Leistungsklasse erscheinen neun Texteinheiten auf der Titelseite, keine andere männliche Leistungsklasse erreicht fünf oder mehr Texteinheiten auf der Titelseite. Die zweitmeisten Texteinheiten auf der Titelseite gehören zur Leistungsklasse *Formel 1 Rennen der Männer*, obwohl es insgesamt nur vier Texteinheiten gibt, die dieser Leistungsklasse zugeordnet worden sind.

Bedingt durch die schwachen Berichterstattungsanteile aller anderen Leistungsklassen, gehören immerhin 21,95 Prozent und damit fast ein Viertel aller Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen, die auf der Titelseite erschienen sind, zur Leistungsklasse *UEFA Champions League der Männer*.

Mit Blick auf die »*Texteinheiten über Sportlerinnen*«, die auf der Titelseite abgedruckt worden sind, lässt sich nicht von der Dominanz einer spezifischen Leistungsklasse sprechen. Lediglich die *Frauenwettbewerbe der IAAF Leichtathletik WM 2015*, die *WTA Tour der Frauen* und die *FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2015* sind mit jeweils einer Texteinheit auf der Titelseite thematisiert worden.

Da der Großteil der Aufmerksamkeit auf der Titelseite eindeutig an die Leistungsklasse *UEFA Champions League der Männer* geht und für diese Leistungsklasse in *Tabelle 13* festgestellt worden ist, dass sie von allen untersuchten Leistungsklassen geschlechterübergreifend den höchsten gesellschaftlichen Popularitätswert erzielt hat, scheint auch für die Titelseite zu gelten, was bereits für die gesamte sprachliche Sportberichterstattung festgestellt worden ist: Die gesellschaftliche Popularität von Sportereignissen nimmt entscheidend Einfluss darauf, welche sprachlichen Schwerpunkte die *BILD-Redaktion* in ihrer Berichterstattung setzt.

Dementsprechend stehen die Daten, welche für die Titelseite ermittelt worden sind, **im Einklang mit Hypothese 2**, weil sich mit der höheren gesellschaftlichen Popularität bestimmter Männersportereignisse teilweise erklären lässt, warum Sportler die Titelseite der *BILD-Bundesausgabe* sprachlich dominieren. Allgemein fällt auf, dass es geschlechterübergreifend alle Leistungsklassen, die *1. Fußball Bundesliga der Männer* und die *UEFA Champions League der Männer* ausgenommen, schwer haben, sprachliche Aufmerksamkeit auf der Titelseite der *BILD-Bundesausgabe* zu erhalten.

Von den 1.309 erfassten Texteinheiten sind 264 auf der ersten Seite des Sportteils erschienen. Auch auf der ersten Seite des Sportteils bleibt es dabei, dass die »*Texteinheiten über*

*Sportler*« dominieren, wenn die zur Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* gehörenden Texteinheiten nicht länger berücksichtigt werden. 89,4 Prozent der berücksichtigten Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils gehören zu der Kategorie »*Texteinheiten über Sportler*«. Damit bleiben für die »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« 10,6 Prozent übrig.

Da die Grundgesamtheit  $N = 264$  *Texteinheiten* deutlich größer ausfällt als die für die Titelseite ermittelte Grundgesamtheit, macht es Sinn, für die erste Seite des Sportteils ein Aufmerksamkeits-Ranking der Leistungsklassen zu erstellen.

Hierbei zeigt sich, dass sich unter denjenigen zehn Leistungsklassen, welche die sprachlichen Darstellungen auf der ersten Seite des Sportteils im Jahr 2015 dominiert haben, acht Leistungsklassen aus dem Bereich Männersport befinden. Lediglich die Frauensportereignisse *WTA Tour der Frauen* (Sportart Tennis) und die *FIFA Fußball WM der Frauen 2015* haben es unter die ersten zehn Plätze des Rankings geschafft. Die *WTA Tour der Frauen* belegt zusammen mit vier anderen Leistungsklassen den geteilten dritten Platz im Aufmerksamkeitsranking.<sup>444</sup> Die *FIFA Fußball WM der Frauen 2015* belegt den geteilten achten Platz.<sup>445</sup> Die ersten beiden Plätze im Ranking gehen an zwei Leistungsklassen, die ausschließlich von Männern betrieben worden sind. Es handelt sich hierbei um die Leistungsklassen *UEFA Champions League der Männer* und *DFB Pokal der Männer*.<sup>446</sup> Wäre die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* im Ranking berücksichtigt worden, wären sogar die ersten drei Plätze des Aufmerksamkeitsrankings ausschließlich von männlichen Sportereignissen belegt worden.

Auch die zehn Leistungsklassen, welche die sprachlichen Darstellungen auf der ersten Seite des Sportteils im Jahr 2015 dominiert haben, sind unter Zuhilfenahme des Indikators »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« miteinander verglichen worden. Hierbei zeigt sich, dass die fünf größten gesellschaftlichen Prestigewerte ausschließlich von Leistungsklassen erzielt werden, die dem Bereich Männersport zugeordnet werden können.<sup>447</sup> Unter den ersten fünf Plätzen des Popularitätsrankings befinden sich auch die Leistungsklassen *UEFA Champions League der Männer* und

**444** Bei diesen vier anderen Leistungsklassen handelt es sich ausschließlich um Wettbewerbe, die dem Bereich Männerfußball zugeordnet werden können. Konkret geht es um die vier folgenden Leistungsklassen: *UEFA Europa League der Männer*, *Premier League der Männer*, *UEFA European Qualifiers der Männer 2016* und *Spanische Primera División der Männer*. Diese vier Leistungsklassen und die *WTA Tour der Frauen* haben im Untersuchungszeitraum pro Leistungsklasse jeweils 11 Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils erhalten.

**445** Die *FIFA Fußball WM der Frauen 2015* teilt sich den achten Platz im Aufmerksamkeitsranking mit der Leistungsklasse *Formel 1 Rennen der Männer*. Über beide Leistungsklassen sind im Untersuchungszeitraum jeweils 8 Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils erschienen.

**446** Über die *UEFA Champions League der Männer* sind im Untersuchungszeitraum 45 Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils publiziert worden. Über den *DFB Pokal der Männer* sind 30 Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden.

**447** Der erste Platz des Popularitätsrankings wird von der Leistungsklasse *FIFA Fußball WM der Männer 2014* eingenommen. Diese Leistungsklasse hat eine durchschnittliche Sehbeteiligung in Höhe von 12,59 Millionen ZuschauerInnen erreicht. Auf den Plätzen zwei bis fünf des Popularitätsrankings folgen die Leistungsklassen *UEFA European Qualifiers der Männer 2016* (durchschnittliche Sehbeteiligung: 9,76 Millionen), *UEFA Champions League der Männer* (durchschnittliche Sehbeteiligung: 8,50 Millionen), *DFB Pokal der Männer* (durchschnittliche Sehbeteiligung: 7,27 Millionen) und *Formel 1 Rennen der Männer* (durchschnittliche Sehbeteiligung: 4,20 Millionen).

*DFB Pokal der Männer*. Diese beiden Leistungsklassen, die dem Bereich Männerfußball angehören, haben durchschnittliche Sehbeteiligungen erreicht, die von den weiblichen Leistungsklassen *FIFA Fußball WM der Frauen 2015* und *WTA Tour der Frauen* nicht ansatzweise erreicht werden konnten.<sup>448</sup> Dementsprechend ist es auch nicht verwunderlich, dass diese beiden männlichen Leistungsklassen im Aufmerksamkeitsranking der *BILD-Bundesausgabe*, was die erste Seite des Sportteils anbelangt, absolute Zahlen erreicht haben, die von den beiden Frauensportereignissen nicht erreicht werden konnten.<sup>449</sup>

Offen bleibt bisher die Beantwortung der Frage, warum die Leistungsklasse *WTA Tour der Frauen* im Aufmerksamkeitsranking der *BILD-Bundesausgabe* den geteilten dritten Platz belegt hat, obwohl eben jene Leistungsklasse bei den sportinteressierten RezipientInnen nicht sonderlich beliebt gewesen ist und folglich im gesellschaftlichen Popularitätsranking nur den achten Platz eingenommen hat.

Hierfür ist ursächlich gewesen, dass Sportereignisse, die deutlich populärer als die *WTA Tour der Frauen* gewesen sind, über deutlich kürzere Zeiträume hinweg im Jahr 2015 stattgefunden haben. Die Leistungsklasse *FIFA Fußball WM der Männer 2014*, die im Popularitätsranking beispielsweise den ersten Platz mit einer durchschnittlichen Sehbeteiligung in Höhe von 12,59 Millionen ZuschauerInnen belegt hat, hat im Jahr 2015 überhaupt nicht stattgefunden und ist von der *BILD-Zeitung* nur in Form einer ausführlichen Rückblende aufgegriffen worden.

Die *UEFA European Qualifiers der Männer 2016* sind mit einer durchschnittlichen Sehbeteiligung von 9,76 Millionen ZuschauerInnen zwar deutlich populärer als die *WTA Tour der Frauen* (durchschnittliche Sehbeteiligung: 0,08 Millionen) gewesen, aber lediglich die Spieltage fünf<sup>450</sup>, sechs<sup>451</sup>, sieben<sup>452</sup>, acht<sup>453</sup>, neun<sup>454</sup> und zehn<sup>455</sup> der *UEFA European Qualifiers der Männer 2016* Gruppenphase, sowie die dazugehörigen Hin-<sup>456</sup> und Rück-

**448** Die *FIFA Fußball WM der Frauen 2015* hat eine durchschnittliche Sehbeteiligung in Höhe von 1,94 Millionen ZuschauerInnen erreicht. Die *WTA Tour der Frauen* hat im Durchschnitt nur 0,08 Millionen ZuschauerInnen ab drei Jahre erreicht.

**449** Über die *UEFA Champions League der Männer* hat es 45 Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils gegeben, über den *DFB Pokal der Männer* sind 30 Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils platziert worden. Über die weiblichen Leistungsklassen *WTA Tour der Frauen* (11 Texteinheiten) und *FIFA Fußball WM der Frauen 2015* (8 Texteinheiten) hat es hingegen deutlich weniger Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils gegeben.

**450** Vgl. Uefa.com (Hrsg.): »Spiele.« URL: <http://dfl.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-8>, Stand: 31.12.2016

**451** Vgl. Uefa.com (Hrsg.): »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-7>, Stand: 31.12.2016

**452** Vgl. Uefa.com (Hrsg.): »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-6>, Stand: 31.12.2016

**453** Vgl. Uefa.com (Hrsg.): »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-5>, Stand: 31.12.2016

**454** Vgl. Uefa.com (Hrsg.): »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-4>, Stand: 31.12.2016

**455** Vgl. Uefa.com (Hrsg.): »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-3>, Stand: 31.12.2016

**456** Vgl. Uefa.com (Hrsg.): »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-2>, Stand: 31.12.2016

spiele<sup>457</sup> der Playoffs, sind im Kalenderjahr 2015 ausgetragen worden. Damit stehen 25 Tage, an denen Spiele im Rahmen der *UEFA European Qualifiers der Männer 2016* im Jahr 2015 ausgetragen worden sind, elf Monaten gegenüber, in denen Spiele auf der *WTA Tour der Frauen* stattgefunden haben. Von daher ist es auch nicht verwunderlich, dass über die Leistungsklasse *WTA Tour der Frauen* im Jahr 2015 genauso viele Texteinheiten auf der ersten Seite des Sportteils erschienen sind wie über die Leistungsklasse *UEFA European Qualifiers der Männer 2016*. Und über die *WTA Tour der Frauen* sind sogar mehr Texteinheiten als über die *FIFA Fußball WM der Männer 2014* auf der ersten Seite des Sportteils erschienen, obwohl diese beiden männlichen Leistungsklassen bei den sportinteressierten RezipientInnen deutlich beliebter gewesen sind als die *WTA Tour der Frauen*. Dieser Umstand lässt sich mit der Bedeutung, welcher der Produktionsnorm **Aktualität** bei der sprachlichen Aufmerksamkeitsverteilung in der *BILD-Bundesausgabe* zukommt, hinreichend erklären.

Auch für die erste Seite des Sportteils hat sich nachweisen lassen, dass sich die Sportredaktion der *BILD-Zeitung* bei der sprachlichen Aufmerksamkeitsverteilung teilweise an der gesellschaftlichen Popularität der jeweiligen Sportereignisse orientiert hat. Da es die am häufigsten thematisierten Frauensportereignisse nicht geschafft haben, mit den Prestigelevels der am häufigsten thematisierten Männersportereignisse mithalten, dominieren sprachliche Ausführungen über Sportler die erste Seite des Sportteils. Insofern **bestätigt sich Hypothese 2** im Lichte der Daten, die für die erste Seite des Sportteils ermittelt worden sind.

Da die wichtigsten Erkenntnisse, die für die sprachliche Berichterstattungsebene gesammelt worden sind, den Erkenntnissen, die für die visuelle Berichterstattungsebene im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 2* gesammelt worden sind, sehr ähneln, sollen sie nur kurz dargestellt werden: Die *BILD-Bundesausgabe* orientiert sich bei der sprachlichen Aufmerksamkeitsverteilung, die zwischen den einzelnen Leistungsklassen stattfindet, stark an der gesellschaftlichen Popularität der jeweiligen Sportereignisse. Da es männliche Leistungsklassen gibt, die derart hohe gesellschaftliche Prestigelevels erreichen, welche von keiner weiblichen Leistungsklasse nur ansatzweise erreicht werden, erklärt sich mit diesem Umstand, warum die *BILD-Bundesausgabe* im Jahr 2015 deutlich mehr Texteinheiten über Sportler veröffentlicht hat.

Zwar spielt bei der sprachlichen Aufmerksamkeitsverteilung auch die Produktionsnorm **Aktualität** eine wichtige Rolle, da diese Produktionsnorm aber in gleicher Weise auf die Berichterstattung über männliche und weibliche Leistungsklassen einwirkt, lässt sich mit dieser Produktionsnorm nicht begründen, warum über Sportler deutlich mehr Texteinheiten erscheinen. Geschlechterübergreifend erscheinen über Leistungsklassen, die in kurzen zeitlichen Abständen neue Ergebnisse liefern, mehr Texteinheiten als über Leistungsklassen, die nur in großen Zeitabständen aktuelle Resultate produzieren. Deshalb

<sup>457</sup> Vgl. Uefa.com (Hrsg.): »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-1>, Stand: 31.12.2016

sind auch relativ viele Texteinheiten über die *ATP Tour der Männer* und die *WTA Tour der Frauen* in der *BILD-Bundesausgabe* anno 2015 erschienen, obwohl beide Leistungsklassen im selben Jahr keine hohen gesellschaftlichen Prestigelevels erzielen konnten. Um bei diesem Beispiel zu bleiben: Sowohl die männliche als auch die weibliche Leistungsklasse haben von der Produktionsnorm Aktualität profitiert.

Auf der anderen Seite gibt es auch geschlechterübergreifend, ebenfalls hervorgerufen durch den Einfluss der Produktionsnorm Aktualität, das Phänomen, dass über Leistungsklassen, die bei den RezipientInnen sehr beliebt gewesen sind, relativ wenige Texteinheiten erschienen sind, weil diese Leistungsklassen nur bedingt die Anforderungen der Produktionsnorm Aktualität erfüllt haben. Dies gilt insbesondere für die männliche Leistungsklasse *FIFA Fußball-WM der Männer 2014*, die unter allen erfassten Leistungsklassen den höchsten gesellschaftlichen Prestigewert erzielen konnte, aber im Kalenderjahr 2015 keine neuen Ergebnisse liefern konnte. Auch die weibliche Leistungsklasse *FIFA Fußball Weltmeisterschaft der Frauen 2015* war bei den sportinteressierten RezipientInnen ziemlich beliebt, konnte aber die Produktionsnorm Aktualität über das komplette Kalenderjahr 2015 hinweg ebenfalls nur bedingt bedienen, weil nur einen Monat lang neue Resultate produziert wurden.

Das Fazit für die sprachliche Berichterstattungsebene lautet: Die *BILD-Bundesausgabe* gesteht Sportlern nicht mehr Texteinheiten als Sportlerinnen zu, weil die *BILD-Bundesausgabe* die *Unsichtbarmachung* bzw. die Marginalisierung der weiblichen Geschlechtskategorie herbeiführen will. Davon kann überhaupt nicht die Rede sein. Stattdessen orientiert sich die geschlechtliche Aufmerksamkeitsverteilung, die auf der sprachlichen Berichterstattungsebene stattfindet, an ökonomischen Prämissen. Diejenigen Leistungsklassen, die im Medium Fernsehen die höchste Anerkennung von den sportinteressierten RezipientInnen erhalten haben, und zugleich regelmäßig neue und spannende Resultate produzieren, werden in der *BILD-Bundesausgabe* besonders intensiv thematisiert. Indem die *BILD-Redaktion* einen derartigen Schwerpunkt in ihrer sprachlichen Berichterstattung setzt, kann sie sich sicher sein, dass sie das Interesse vieler potentieller LeserInnen wecken und diese zu einer Kaufentscheidung bewegen wird.

Nach der vollständigen Bearbeitung von *Hypothese 2* lassen sich die folgenden Rückschlüsse ziehen, die sowohl für die visuelle als auch für die sprachliche Berichterstattungsebene gelten: Das von Joachim Friedrich Staab entwickelte *Finalmodell* bestätigt sich im Lichte der vorliegenden Daten. Die *BILD-Redaktion* verfolgt mit der von ihr vorgenommenen Nachrichtenauswahl und Nachrichtengewichtung eindeutig eine konkrete Zielsetzung, die darin besteht, den ökonomischen Erfolg des eigenen Mediums zu maximieren. Deshalb werden auch Leistungsklassen, von denen sich im Fernsehen gezeigt hat, dass sie dazu in der Lage sind, das Interesse zahlreicher Menschen bzw. potentieller LeserInnen zu wecken, in den Mittelpunkt der Berichterstattung gerückt. Insofern bestätigt sich auch Stefanie Hauers theoretische Annahme, dass Medienhäuser zunehmend wie Wirtschaftskonzerne geführt werden. Diese Fokussierung auf populäre Sportereignisse geht zu Lasten der Vielfalt des Sportraums, welche in der Berichterstattung der *BILD-Zeitung* nicht mehr

adäquat abgebildet wird. Da auch andere Printmedien ökonomischen Zwängen unterliegen, lassen sich diese Erkenntnisse sicherlich von der *BILD-Bundesausgabe* auf andere deutsche Printmedien übertragen.

Da sich die *BILD-Bundesausgabe* anno 2015 kühl an der Produktionsnorm »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« orientiert hat, liegt eine *instrumentelle Aktualisierung*, so wie sie von Kepplinger beschrieben worden ist, nicht vor. Der *BILD-Redaktion* geht es nicht primär darum, in den Mittelpunkt der Berichterstattung zu rücken, was dem subjektiven Empfinden der Redaktion nach besonders wichtig wäre. Nicht die subjektiven Präferenzen der Redaktion, sondern die Präferenzen, die zuvor auf derjenigen Ebene, die von Shoemaker und Reese als *gesellschaftliche Ebene* beschrieben worden ist, geäußert worden sind, entscheiden darüber, welche Leistungsklassen im Selektionsprozess eine dominierende Stellung einnehmen sollen. Da die männlichen Leistungsklassen auf der *gesellschaftlichen Ebene* mehr Anerkennung als die weiblichen Leistungsklassen von den sportinteressierten ZuseherInnen erhalten, ist es der Männersport, der die Sportberichterstattung dominiert.

Da empirisch nachgewiesen worden ist, dass sich die durchschnittlichen Sehbeteiligungen im Medium Fernsehen auf die Selektionsentscheidungen der *BILD-Bundesausgabe* auswirken, steht das Datenmaterial dieser Arbeit auch im Einklang mit Bourdieus theoretischer Annahme, dass die Felder Wechselwirkungen miteinander eingehen würden. Der Ursprung der geschlechtlichen Verzerrung, welche für *Hypothese 2* ermittelt worden ist, liegt nämlich in einem anderen Feld (Feld des Fernsehens) begründet.

Die Forschungsergebnisse haben auch eben jenen prognostischen Gehalt, den Kepplinger und Bastian von der *Nachrichtenwerttheorie* einfordern. Anknüpfend an das vorliegende Datenmaterial, kann die Prognose getroffen werden, dass die *BILD-Bundesausgabe* auch zukünftig Leistungsklassen bei der Nachrichtenauswahl und -gewichtung bevorzugen wird, die zuvor hohe ZuschauerInnen-Zahlen im Fernsehen erreicht haben. Zukünftig muss folglich nicht immer zwingend eine Zeitungsanalyse vorgenommen werden, um sagen zu können, welche Leistungsklassen in einem bestimmten Kalenderjahr die *BILD-Berichterstattung* dominiert haben. Um diese Frage beantworten zu können, reicht es schon aus, einen Blick auf die durchschnittlichen FernsehzuschauerInnen-Zahlen eines Jahres zu werfen. Diese Vorgehensweise kann sicherlich auch Anwendung finden, wenn man darüber Auskunft geben möchte, welche Leistungsklassen in anderen Sportprintmedien die Berichterstattung dominiert haben. Natürlich darf hierbei nicht vergessen werden, dass auch dem Nachrichtenfaktor *Aktualität* eine hohe Bedeutung im Selektionsprozess zukommt. Insofern darf nicht nur auf die *gesellschaftlichen Prestigelevels* der Leistungsklassen geschaut werden, sondern es muss auch berücksichtigt werden, in welchen Zeitabständen die Leistungsklassen jeweils neue Ergebnisse produzieren.

Bei der Auswertung des Untersuchungsmaterials hat sich gezeigt, dass es keine Artikel im Untersuchungszeitraum gegeben hat, innerhalb derer die *BILD-Redaktion* versucht hätte, einen Diskurs über die Frage einzuleiten, warum Männersport bei den sportinteressierten

RezipientInnen so viel beliebter als Frauensport gewesen ist. Insofern hat der Habitus der *BILD-Redaktion*, was die Wirkmächtigkeit des Nachrichtenfaktors »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« anbelangt, im Jahr 2015 zur *Hysteresis* geneigt. Damit ist gemeint, dass der *BILD-Redaktion* die Wirkmächtigkeit dieser Produktionsnorm bekannt gewesen ist, zugleich aber nicht versucht worden ist, diese zu hinterfragen, obwohl es offensichtlich ist, dass die Wirkmächtigkeit dieser Produktionsnorm zu einer Marginalisierung von SportlerInnen und insofern zu *Neosexismus* geführt hat.

Ein geschlechtersensibler Diskurs hätte dabei problemlos von der *BILD-Redaktion* angestoßen werden können, hierfür hätte es ausgereicht, einen Kommentar darüber zu verfassen, warum in der *BILD-Zeitung* deutlich mehr über Männersport berichtet wird. In diesem Kontext hätte man die LeserInnen darum bitten können, LeserInnen-Briefe einzusenden, um der Redaktion mitzuteilen, warum es so viel interessanter ist, Männersport zu verfolgen, bzw. was sich im Bereich Frauensport ändern müsste, damit die RezipientInnen dem Frauensport mehr Aufmerksamkeit und Interesse schenken würden. Hätte die *BILD-Redaktion* von diesem Instrumentarium Gebrauch gemacht, hätte sie sich der schöpferischen Seite des Habitus bedient und einen Beitrag für mehr Geschlechtergerechtigkeit innerhalb der Sportberichterstattung geleistet.

Es wäre auch deshalb wichtig, einen entsprechenden Diskurs einzuleiten, weil die neuesten empirischen Erkenntnisse zur *selektiven Beitragserinnerung* darauf hindeuten, dass sich die RezipientInnen nach dem Zeitungsstudium insbesondere an diejenigen Artikel und Fotos erinnern werden, die ihrem persönlichen Empfinden nach wichtig gewesen sind. Wenn man die durchschnittlichen Sehbeteiligungen der Männer- und Frauensportereignisse heranzieht, so wird offensichtlich, dass den RezipientInnen aktuell die Männersportereignisse deutlich wichtiger sind. Ergo werden sie sich nachträglich auch besser an die Berichte über Männersport erinnern können. Damit die SportlerInnen medial nicht komplett in Vergessenheit geraten, ist es wichtig, sich Strategien zu überlegen, wie die Frauensportereignisse zukünftig mehr FernsehzuschauerInnen erreichen könnten.

Der großen Wirkmächtigkeit eingedenk, die von der Produktionsnorm »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« ausgeht, kann es im Nachhinein als eine Errungenschaft dieser Arbeit bezeichnet werden, dass dieser Indikator entwickelt worden ist. In diesem Punkt geht diese Arbeit weit über den aktuellen Forschungsstand hinaus. Bisher hat es keinen detaillierten empirischen Beleg für die theoretische Annahme gegeben, dass sich die deutschen Sportprintmedien in der ersten Phase des Selektionsprozesses auf populäre Sportereignisse fokussieren würden. Eine systematische Zuordnung von Prestigelevels zu allen männlichen und weiblichen Leistungsklassen, die umfangreicher in den Sportprintmedien visualisiert und thematisiert werden, hat es bisher in keiner Forschungsarbeit gegeben, die sich mit der Konstruktion von Geschlecht in den deutschen Sportprintmedien auseinandergesetzt hat. Da die geschlechterübergreifende Wirkmächtigkeit dieser Produktionsnorm nachgewiesen worden ist, sollten zukünftige Forschungsarbeiten nicht auf diesen Indikator verzichten.

### 10.3

## Bedeutung der Produktionsnormen Elite und Ethnozentrismus im Hinblick auf die Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil

*Hypothese 3* hat folgenden Wortlaut gehabt:

»Das Auftreten von geschlechtlichen Asymmetrien im Zuge der Aufmerksamkeitsverteilung zwischen einer männlichen und einer weiblichen Leistungsklasse, die sich hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Popularitätslevels kaum voneinander unterscheiden, hängt entscheidend mit den Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* zusammen.«

Es ist ganz entscheidend, dass zwei Leistungsklassen miteinander verglichen werden müssen, die sich hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Prestigelevels kaum voneinander unterscheiden. Immerhin hat die Auseinandersetzung mit *Hypothese 2* gezeigt, dass es sich bei der gesellschaftlichen Popularität von Sportereignissen um eine Produktionsnorm handelt, die auf die Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil der *BILD-Bundesausgabe* entscheidend Einfluss nimmt. Insofern kann die Bedeutung, welche den Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus* im Prozess der Nachrichtenauswahl und –gewichtung zukommt, nur erfasst werden, wenn zuvor der andere relevante Nachrichtenfaktor kontrolliert worden ist.

Ferner ist es wichtig, dass über die beiden ausgewählten Leistungsklassen genügend Fotos und Texteinheiten in der *BILD-Bundesausgabe* erschienen sind, damit ausreichendes Untersuchungsmaterial für eine vergleichende Inhaltsanalyse herangezogen werden kann.

Beim Betrachten der Datei »*Media Control\_Popularität\_Sportereignisse*«<sup>458</sup> zeigt sich, dass die Tennis-Leistungsklassen *ATP Tour der Männer* und *WTA Tour der Frauen* über sehr ähnliche Popularitätslevels verfügen. Zwar hat die Leistungsklasse *ATP Tour der Männer* im *ZDF* eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 0,60 Millionen bei Live-Übertragungen erzielt, es gab im *ZDF* aber lediglich zwei von diesen Live-Übertragungen, die zusammengerechnet nur 208 Sendeminuten umfassten.

Der Großteil der Live-Übertragungen von der *ATP Tour der Männer* erfolgte im Jahr 2015 auf dem Sender *Eurosport*. Dieser Sportsender widmete im Jahr 2015 insgesamt 8.906 Sendeminuten Live-Übertragungen von der *ATP Tour der Männer*, wobei während dieser Übertragungen eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 0,07 Millionen erzielt wurde. *Eurosport* berichtete im selben Jahr auch ausführlich von der *WTA Tour der Frauen*. 5.066 Sendeminuten wurden für Live-Übertragungen von der *WTA Tour der Frauen* zur Verfügung gestellt, wobei während dieser Liveübertragungen eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 0,08 Millionen erreicht wurde. Diese Zahlen zeigen: Hinsichtlich

<sup>458</sup> Diese Datei kann dem der Arbeit beiliegenden USB-Stick entnommen werden.

des gewählten Indikators »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« unterscheiden sich diese beiden Leistungsklassen kaum voneinander. Auch hinsichtlich der Produktionsnorm *Aktualität*, deren Wirkmächtigkeit im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 2* ebenfalls empirisch nachgewiesen worden ist, unterscheiden sich diese beiden Leistungsklassen kaum voneinander. Es ist bereits darauf eingegangen worden, dass es im Jahr 2015 66 Turniere auf der *ATP Tour der Männer* und 59 Turniere auf der *WTA Tour der Frauen* gegeben hat.

Auch die zweite Bedingung, dass nur Leistungsklassen miteinander verglichen werden sollen, über die genügend Texteinheiten und Fotos in der *BILD-Bundesausgabe* des Jahres 2015 erschienen sind, können die Leistungsklassen *ATP Tour der Männer* und *WTA Tour der Frauen* erfüllen. *Tabelle 12* hat gezeigt, dass es in der gesamten Sportberichterstattung 75 Texteinheiten über die *WTA Tour der Frauen* und 56 Texteinheiten über die *ATP Tour der Männer* gegeben hat.

Auf der visuellen Ebene fallen die absoluten Zahlen geringer aus: Von der *ATP Tour der Männer* hat es lediglich 33 Fotos gegeben, von der *WTA Tour der Frauen* sogar nur 20. Ausgehend von den geringen absoluten Zahlen, die für diese beiden Leistungsklassen auf der visuellen Berichterstattungsebene nach Auswertung von 113 Erscheinungstagen ermittelt worden sind, ist entschieden worden, dass zwecks Bearbeitung von *Hypothese 3* eine Vollerhebung der verfügbaren *BILD-Bundesausgaben* vorgenommen werden muss. Alle rechtlich verfügbaren 226 Zeitungsexemplare, die Kapitel 16 »*Grundgesamtheit der ausgewerteten BILD-Bundesausgaben von 2015*« entnommen werden können, sollten in die Auswertung eingehen. Da zum Zeitpunkt der Bestellung, die im Januar 2017 vorgenommen wurde, die Ausgabe vom 28. Oktober 2015 nicht mehr im Bestand der *Axel Springer Syndication* vorrätig war, reduzierte sich die auszuwertende Grundgesamtheit auf 225 Zeitungsexemplare.

Dass die Berichterstattung über die Leistungsklassen *ATP Tour der Männer* und *WTA Tour der Frauen* als Untersuchungsgegenstand herangezogen worden ist, hat noch einen dritten Grund gehabt. Beide Leistungsklassen lassen sich hinsichtlich der Produktionsnorm *Elite* sehr gut miteinander vergleichen. Sowohl die Turniere der *ATP Tour* als auch die der *WTA Tour* sind derart strukturiert, dass sie sich aus unterschiedlichen Turnierrunden zusammensetzen. Dementsprechend lässt sich turnierübergreifend der sportliche Erfolg der AthletInnen sehr gut daran bemessen, welche Turnierrunden von den thematisierten bzw. visualisierten TennisspielerInnen erreicht worden sind. Des Weiteren lassen sich die Nationalitäten der teilnehmenden TennisspielerInnen problemlos ermitteln. Für den ausgewählten Untersuchungsgegenstand kann folglich auch ermittelt werden, welche Bedeutung der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* innerhalb der *BILD-Bundesausgabe* zukommt.

### 10.3.1

#### Absolute Zahlen der Fotos/Texteinheiten und deren exakte Platzierung

Als erster Indikator, der darüber Auskunft geben soll, wie die *BILD-Bundesausgabe* anno 2015 die Aufmerksamkeit zwischen den ausgewählten Leistungsklassen verteilt hat, fungiert die absolute Zahl der Texteinheiten über bzw. der Fotos von den entsprechenden Leistungsklassen. Auch die Platzierung der relevanten visuellen und sprachlichen Analyseeinheiten, da für die Aufmerksamkeitsverteilung von zentraler Bedeutung, soll überprüft werden. Zunächst werden die Forschungsergebnisse, die sprachliche Berichterstattungsebene betreffend, vorgestellt.

#### 10.3.1.1

##### Übergewicht an Texteinheiten über Tennisspielerinnen

In die Auswertung gehen nur Artikel ein, die sich überwiegend – mehr als 50 Prozent der Gesamtfläche des Artikels – mit SportlerInnen befassen, die 2015 auf der *ATP Tour* oder der *WTA Tour* aktiv gewesen sind. Außerdem muss unter allen Leistungsklassen, die in einem entsprechenden Artikel thematisiert werden, die meiste Berichterstattungsfläche an die Leistungsklassen *ATP Tour* und *WTA Tour* gehen. Stehen hingegen andere Leistungsklassen aus dem Tennissport flächenmäßig im Mittelpunkt, etwa der *Fed Cup der Frauen* oder der *Davis Cup der Männer*, dann sind die entsprechenden Artikel nicht erfasst worden.<sup>459</sup>

Nachdem die hypothesenrelevanten Artikel in »Artikel über Sportler« (ausschließlich Männer werden thematisiert), »Artikel über Sportlerinnen« (nur Frauen werden genannt) und »Artikel über beide Geschlechter« (Sportler auf der *ATP Tour* und Sportlerinnen auf der *WTA Tour* werden in den entsprechenden Artikeln thematisiert) aufgeteilt worden sind, zeigt sich folgendes Ergebnis: Wie *Tabelle 15* veranschaulicht, dominieren die »Artikel über Sportlerinnen« die Aufmerksamkeitsverteilung. Im Zuge der sprachlichen Berichterstattung über die Leistungsklassen *ATP Tour* und *WTA Tour* gehören 51,31 Prozent der untersuchten Artikel zu dieser Kategorie. Während sich mehr als die Hälfte der untersuchten Artikel ausschließlich mit weiblichem Hochleistungssport befasst, geht

<sup>459</sup> Da es den Rahmen sprengen würde, auf alle Kodieranleitungen detailliert einzugehen, ist folgende Regelung getroffen worden: Es soll nur auf die wichtigsten Kodieranleitungen eingegangen werden. Der standardisierte Analysebogen, der zwecks Bearbeitung von *Hypothese 3* für die sprachliche Berichterstattungsebene erstellt worden ist, kann im Unterkapitel 17.2.1 unter »Analysebogen für Artikel – Bearbeitung der Hypothesen 3 bis 5« eingesehen werden. Im selben Unterkapitel können unter »Kodieranleitungen für Artikel – Bearbeitung der Hypothesen 3 bis 5« auch die dazugehörigen Kodieranleitungen vollumfänglich eingesehen werden. Die beiden Bezeichnungen sind selbsterklärend: Die Analysebögen und Kodieranleitungen, welche für *Hypothese 3* herangezogen werden, sollen auch für alle danach folgenden Hypothesen genutzt werden, sofern es um die sprachliche Berichterstattungsebene geht. Die Artikelbögen, die während der Bearbeitung der *Hypothesen 3 bis 5* ausgefüllt worden sind, können dem der Arbeit beiliegenden USB-Stick entnommen werden. Dafür muss die Datei »Artikel\_H3+H4+H5« geöffnet werden.

es lediglich in knapp einem Drittel der ausgewerteten Artikel exklusiv um männlichen Tennissport. 35,08 Prozent der untersuchten Artikel sind »Artikel über Sportler«. Die restlichen Artikel bzw. 13,61 Prozent befassen sich mit beiden Geschlechtern.

**Tabelle 15: Sprachliche Schwerpunktsetzung im Zuge der Berichterstattung über die Leistungsklassen ATP Tour und WTA Tour (N = 191)**

Artikel über	%	Absolute Zahl
Sportler	35,08	67
Sportlerinnen	<b>51,31</b>	98
Beide Geschlechter	13,61	26
<b>Gesamt</b>	100,0	191

Dieser geschlechtliche Unterschied, die sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung betreffend, wird noch greifbarer, nachdem die »Artikel über beide Geschlechter« jeweils in eine »Texteinheit über Sportler« und eine »Texteinheit über Sportlerinnen« aufgeteilt worden sind. *Tabelle 16* bestätigt dies:

**Tabelle 16: Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den Tennisspielern und den Tennisspielerinnen auf der sprachlichen Ebene (N = 217)**

Texteinheit über	%	Absolute Zahl
Sportler	42,9	93
Sportlerinnen	<b>57,1</b>	124
<b>Gesamt</b>	100,0	217

Da sich aus einem »Artikel über beide Geschlechter« jeweils zwei auswertungsrelevante Texteinheiten ergeben, vergrößert sich die Grundgesamtheit. Während die Grundgesamtheit der hypothesenrelevanten Artikel bei *Tabelle 15* lediglich 191 Artikel betragen hat, beträgt sie jetzt, wie *Tabelle 16* zeigt, 217 Texteinheiten. 57,1 Prozent dieser Texteinheiten gehören zu der Kategorie »Texteinheiten über Sportlerinnen«. Für die »Texteinheiten über Sportler« bleiben 93 Texteinheiten bzw. 42,9 Prozent übrig.

Hingegen liegt, was die exakte Platzierung der Texteinheiten anbelangt, kein geschlechtlicher Unterschied vor. *Tabelle 17* verdeutlicht, dass »Texteinheiten über Sportler« ähnlich häufig wie »Texteinheiten über Sportlerinnen« auf der ersten Seite des Sportteils erscheinen.

11,8 Prozent aller untersuchten »Texteinheiten über Sportler« sind auf der ersten Seite des Sportteils erschienen. 12,9 Prozent aller »Texteinheiten über Sportlerinnen« sind ebenfalls auf der ersten Seite des Sportteils erschienen. Da es weder die Texteinheiten über die Tennisspieler noch die Texteinheiten über die Tennisspielerinnen auf die Titelseite geschafft haben, dominiert geschlechterübergreifend eindeutig die Platzierung der Texteinheiten auf den sonstigen Seiten des Sportteils. 88,2 Prozent aller »Texteinheiten über Sportler« bzw. 87,1 Prozent aller »Texteinheiten über Sportlerinnen« sind auf den sonstigen Seiten des Sportteils abgedruckt worden. Während sich die prozentualen Zahlen ähneln, gibt es aber hinsichtlich der absoluten Zahlen deutliche geschlechtliche Unterschiede. Es sind 108 Texteinheiten über die Tennisspielerinnen der *WTA Tour der Frauen* auf den sonstigen Seiten des Sportteils abgedruckt worden. Auf den sonstigen Seiten des Sportteils sind aber nur 82 Texteinheiten über die Tennisspieler der *ATP Tour der Männer* abgedruckt worden.

**Tabelle 17: Exakte Platzierung der *Texteinheiten über Sportler* und der *Texteinheiten über Sportlerinnen* im Rahmen der Berichterstattung über die Leistungsklassen ATP und WTA Tour**

Platzierung	Texteinheiten über				Grundgesamtheit der Texteinheiten über SportlerInnen (N=217)	
	Sportler (N=93)		Sportlerinnen (N=124)			
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Titelseite	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Erste Seite Sportteil	<b>11,8</b>	11	<b>12,9</b>	16	12,4	27
Sonstige Seite Sportteil	<b>88,2</b>	82	<b>87,1</b>	108	87,6	190
<b>Gesamt</b>	100,0	93	100,0	124	100,0	217

Diese Feststellung ist insofern wenig erstaunlich, da sich bereits im Zuge der Auswertung von *Tabelle 16* gezeigt hat, dass es insgesamt deutlich mehr »Texteinheiten über Sportlerinnen« – 124 zu 93 Texteinheiten – gegeben hat. Es gilt zu klären, ob sich dieser geschlechtliche Unterschied in der Aufmerksamkeitsverteilung mit den Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* erklären lässt.

### 10.3.1.2

#### Geschlechterübergreifende Wirkmächtigkeit der Produktionsnormen Elite und Ethnozentrismus auf der sprachlichen Berichterstattungsebene

Damit diese Frage beantwortet werden kann, muss zunächst die der Berichterstattung zugrundeliegende Sportrealität ausgewertet werden. Es zeigt sich, dass an den Erstrundenmatches der 66 ATP-Turniere, die 2015 ausgetragen worden sind, 2.688 Männer teilgenommen haben.<sup>460</sup> An den Erstrundenmatches der 59 WTA-Turniere, die 2015 ausgetragen worden sind, haben 2.572 Spielerinnen teilgenommen.<sup>461</sup>

Ausgehend von den vorgenommenen Berechnungen<sup>462</sup>, kommt man zu dem Ergebnis, dass an den Turnieren der *ATP Tour* und der *WTA Tour* 5.260 SpielerInnen teilgenommen haben. Wird diese absolute Zahl gleich 100 Prozent gesetzt, so sind 51,1 Prozent der TeilnehmerInnen männlich gewesen. Damit machen die 2.572 Frauen 48,9 Prozent des TeilnehmerInnen-Feldes in der Sportrealität aus. Die TeilnehmerInnen-Zahlen der Sportrealität, da geschlechtergerecht verteilt, liefern keine hinreichende Erklärung dafür, warum im Jahr 2015 deutlich mehr »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« in der *BILD-Bundesausgabe* erschienen sind. Zunächst wird überprüft, ob sich dies mit der Produktionsnorm *Elite* erklären lässt.

Doch welche sportlichen Erfolge sollen überhaupt berücksichtigt werden? Immerhin setzen sich sowohl die *ATP Tour* als auch die *WTA Tour* aus unterschiedlichen Leistungsklassen zusammen. Im Einzelnen wären dies: Einzel-, Doppel- und Mixed-Wettbewerbe. Während in den Einzel- und Doppelwettbewerben Geschlechtersegregationen vorgenommen werden, handelt es sich beim Mixed-Wettbewerb um eine geschlechtergemischte Leistungsklasse. Hierbei bilden jeweils ein Mann und eine Frau ein Doppel, welches gegen ein anderes geschlechtergemischtes Doppel antritt.

Beim Blick auf *Tabelle 18* zeigt sich, dass unter den soeben vorgestellten drei Wettbewerben der Einzelwettbewerb eindeutig die meiste sprachliche Aufmerksamkeit erhält. Diese Feststellung gilt geschlechterübergreifend. In den 93 »*Texteinheiten über Sportler*« werden insgesamt 253 verschiedene Tennisspieler namentlich erwähnt. 248 dieser Tennisspieler und damit 98,02 Prozent aller namentlich erwähnten Tennisspieler werden überwiegend

**460** Vgl. Eurosport.de (Hrsg.): »ATP – Kalender/Ergebnisse.« URL: [http://www.eurosport.de/tennis/atp/calendar-result\\_sea89.shtml](http://www.eurosport.de/tennis/atp/calendar-result_sea89.shtml), Stand: 31.12.2016

**461** Vgl. Eurosport.de (Hrsg.): »WTA – Kalender/Ergebnisse.« URL: [http://www.eurosport.de/tennis/wta/calendar-result\\_sea89.shtml](http://www.eurosport.de/tennis/wta/calendar-result_sea89.shtml), Stand: 31.12.2016

**462** Die entsprechenden Zahlen haben sich ergeben, nachdem für alle Turniere ermittelt worden ist, wie viele Personen jeweils an den ersten Turnierrunden im Einzelwettbewerb teilgenommen haben. Konkret sind die Erstrunden-Teilnehmerinnenzahlen aller WTA-Turniere miteinander addiert worden. Auch aus den Erstrunden-Teilnehmerzahlen aller ATP-Turniere ist eine entsprechende Summe gebildet worden. 2.688 Spieler bedeutet folglich nicht, dass es sich hierbei um 2.688 verschiedene Männer handelt. Immerhin haben viele Tennisspieler an mehreren Turnieren teilgenommen. Dasselbe gilt für die Sportlerinnen.

– flächenmäßig betrachtet – im Zuge der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe thematisiert. Dementsprechend ist das Abschneiden der Männer in den Doppel- und Mixed-Wettbewerben für die *BILD-Redaktion* von untergeordnetem Interesse.

**Tabelle 18: Thematisierte SportlerInnen in den entsprechenden Wettbewerben der ATP Tour und der WTA Tour - Sprachliche Berichterstattungsebene**

Wettbewerb	Thematisierte				Grundgesamtheit der thematisierten TennisspielerInnen (N=637)	
	Tennisspieler (N=253)		Tennisspielerinnen (N=384)			
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Mixed	1,19	3	0,52	2	0,78	5
Doppel	0,79	2	5,73	22	3,77	24
Einzel	<b>98,02</b>	248	<b>93,75</b>	360	95,45	608
<b>Gesamt</b>	100,0	253	100,0	384	100,0	637

Ähnlich sieht es bei den »*Texteinheiten über SportlerInnen*« aus. In diesen 124 Texteinheiten werden 384 verschiedene Tennisspielerinnen namentlich erwähnt. 360 dieser Sportlerinnen bzw. 93,75 Prozent aller namentlich erwähnten Tennisspielerinnen tauchen überwiegend im Kontext der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe auf. Auch für die Sportlerinnen gilt: Die *BILD-Bundesausgabe* interessiert sich kaum für deren sportliche Erfolge in den Doppel- und Mixed-Wettbewerben.

Diese Feststellung bedeutet für das weitere Vorgehen: Wer überprüfen möchte, welche Bedeutung die Produktionsnorm *Elite* für die *BILD-Redaktion* im Hinblick auf die geschlechtliche Aufmerksamkeitsverteilung hat, muss sich insbesondere mit den sportlichen Erfolgen der TennisspielerInnen in den Einzelwettbewerben auseinandersetzen.

Um dieser Zielsetzung gerecht zu werden, ist für jeden Tennisspieler bzw. jede Tennisspielerin, der bzw. die im Kontext der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe namentlich erwähnt worden ist, festgehalten worden, welche Turnierrunde die *BILD-Redaktion* überwiegend – flächenmäßig betrachtet – mit ihm bzw. ihr in Verbindung gebracht hat.<sup>463</sup>

<sup>463</sup> Es ist, diesem Muster folgend, unter B.6. »*Thematisierte SportlerInnen, Turniere, Wettbewerbe und sportliche Leistungen*« allen namentlich erwähnten SportlerInnen jeweils eine Turnierrunde zugeordnet worden.

*Tabelle 19* zeigt, dass die SportlerInnen geschlechterübergreifend am häufigsten mit der 1. Runde in Verbindung gebracht werden. Die *BILD-Redaktion* rückt 20,6 Prozent der namentlich erwähnten Sportler in einen sprachlichen Bezugsrahmen, der die erste Turnierrunde akzentuiert. Bei den Sportlerinnen sind es sogar 25,6 Prozent. Damit werden sowohl die Sportlerinnen als auch die Sportler häufiger mit der 1. Runde als mit den Finalspielen in Verbindung gebracht.

Hierbei muss aber berücksichtigt werden, dass an den Erstrundenspielen wesentlich mehr Personen als an den Finalspielen teilgenommen haben. Dementsprechend müsste zwecks besserer Deutung von *Tabelle 19* überprüft werden, wie sich die TeilnehmerInnen-Zahlen in der Sportrealität auf die einzelnen Turnierrunden verteilt haben.

**Tabelle 19: Innerhalb der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe auftauchende Turnierrunden – Sprachliche Berichterstattungsebene**

Turnierrunde	Thematisierte Sportler (N=248)		Thematisierte Sportlerinnen (N=360)		Grundgesamtheit der thematisierten SportlerInnen (N=608)	
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Runde 1	<b>20,6</b>	51	<b>25,6</b>	92	23,5	143
Runde 2 und Runde 3	13,3	33	18,6	67	16,5	100
Achtelfinale	16,9	42	20,3	73	18,9	115
Viertelfinale	<b>17,3</b>	43	<b>13,9</b>	50	15,3	93
Halbfinale	<b>13,7</b>	34	<b>10,8</b>	39	12,0	73
Finale	<b>18,2</b>	45	<b>10,8</b>	39	13,8	84
<b>Gesamt</b>	100,0	248	100,0	360	100,0	608

Diese Aufgabe übernimmt *Tabelle 20*. *Tabelle 20* zeigt, dass die mit Abstand meisten Personen an den Erstrundenspielen teilgenommen haben. Diese Feststellung gilt geschlechterübergreifend. 48,2 Prozent der Männer, die rundenübergreifend an den Einzelwettbewerben

teilgenommen haben<sup>464</sup>, haben an der ersten Turnierrunde teilgenommen. 49,6 Prozent der SportlerInnen, die rundenübergreifend an den Einzelwettbewerben teilgenommen haben, haben an der ersten Turnierrunde teilgenommen. Im unmittelbaren Vergleich mit *Tabelle 19* zeigt sich, dass diejenigen SportlerInnen, die im Zuge der Berichterstattung über die 1. Turnierrunde von der *BILD-Redaktion* namentlich erwähnt worden sind, in der *BILD-Zeitung* unterrepräsentiert sind. Die Information berücksichtigend, dass geschlechterübergreifend die mit Abstand meisten SportlerInnen an den Erstrundenspielen teilgenommen haben, hätte es deutlich mehr Möglichkeiten gegeben, über die ersten Turnierrunden zu berichten.

**Tabelle 20: Sportrealität des Jahres 2015 - Teilnehmende SportlerInnen an den jeweiligen Runden des Einzelwettbewerbs**

Turnierrunde	Teilnehmende Sportler (N=5.572)		Teilnehmende SportlerInnen (N=5.190)		Grundgesamtheit der teilnehmenden SportlerInnen (N=10.762)	
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Runde 1	<b>48,2</b>	2.688	<b>49,6</b>	2.572	48,9	5.260
Runde 2 und Runde 3	16,7	928	17,3	896	16,9	1.824
Achtelfinale	18,7	1.040	17,5	912	18,2	1.952
Viertelfinale	<b>9,3</b>	520	<b>8,8</b>	456	9,1	976
Halbfinale	<b>4,7</b>	264	<b>4,5</b>	236	4,6	500
Finale	<b>2,4</b>	132	<b>2,3</b>	118	2,3	250
<b>Gesamt</b>	100,0	5.572	100,0	5.190	100,0	10.762

Der Vergleich von *Tabelle 19* mit *Tabelle 20* zeigt ferner, dass die *BILD-Zeitung* geschlechterübergreifend sportlichen Erfolg honoriert. Als sportliche Erfolge scheinen gemäß

<sup>464</sup> Eine kurze Erläuterung zu diesen rundenübergreifenden TeilnehmerInnen-Zahlen: *Tabelle 20* erfasst, wie viele Personen jeweils absolut gesehen an den einzelnen Turnierrunden teilgenommen haben. Ziehen wir als Beispiel die Sportler heran: An den ersten Turnierrunden haben turnierübergreifend 2.688 Männer teilgenommen. An den Runden 2 und 3 haben turnierübergreifend 928 Männer teilgenommen. Am Ende werden die absoluten Zahlen aller Turnierrunden miteinander addiert. Dementsprechend haben rundenübergreifend 5.572 Männer an den Einzelwettbewerben teilgenommen. Diese 5.572 Männer werden gleich 100 Prozent gesetzt. 2.688 sind 48,2 Prozent von 5.572.

*BILD-Definition* insbesondere Viertelfinal-, Halbfinal- und Finalteilnahmen zu gelten. 49,2 Prozent der Tennisspieler werden überwiegend im Kontext dieser letzten drei Turnierrunden thematisiert. Dabei haben nur 16,4 Prozent aller Männer, die rundenübergreifend an allen Turnierrunden teilgenommen haben, an diesen letzten drei Turnierrunden teilgenommen. Ergo sind die Viertelfinal-, Halbfinal- und Finalteilnehmer in der sprachlichen Berichterstattung deutlich überrepräsentiert. Insbesondere ab dem Erreichen des Viertelfinales erhöht sich bei den Männern die Wahrscheinlichkeit, von Seiten der *BILD-Bundesausgabe* Aufmerksamkeit zu erhalten.

Ähnlich sieht es bei den Sportlerinnen aus: 35,5 Prozent der Tennisspielerinnen, die im Zuge der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe der *WTA-Tour* namentlich erwähnt werden, werden mit den Turnierrunden Viertelfinale, Halbfinale und Finale in Verbindung gebracht. In der Sportrealität haben aber nur 15,6 Prozent der Frauen, die das rundenübergreifende Teilnehmerinnen-Feld der *WTA-Tour* gebildet haben, an diesen letzten drei Turnierrunden teilgenommen. Auch hier gilt: Viertelfinal-, Halbfinal- und Finalteilnahmen führen dazu, dass die Sportlerinnen von Seiten der *BILD-Redaktion* deutlich mehr Aufmerksamkeit erhalten.

Es bleibt festzuhalten: Die sprachliche Fokussierung auf sportlich besonders erfolgreiche AthletInnen ist eine Produktionsnorm, die in der *BILD-Bundesausgabe* geschlechterübergreifende Wirkmächtigkeit entfaltet. Dies verdeutlichen insbesondere die absoluten Zahlen: 122 Sportler werden im Rahmen von Viertelfinal-, Halbfinal- oder Finalteilnahmen thematisiert, bei den Sportlerinnen sind es mit 128 fast genauso viele.<sup>465</sup>

Dass es trotzdem mehr »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« gegeben hat, scheint mit den ersten Turnierrunden zusammenzuhängen. Während 159 Sportlerinnen im Kontext der ersten drei Turnierrunden thematisiert worden sind, wie *Tabelle 19* gezeigt hat, sind lediglich 84 Sportler im Zuge der Berichterstattung über diese ersten drei Turnierrunden namentlich erwähnt worden. Es gilt zu überprüfen, ob dies etwas mit den Nationalitäten der teilnehmenden AthletInnen zu tun hat. Die Produktionsnorm *Ethnozentrismus* muss hinsichtlich ihrer Wirkmächtigkeit untersucht werden.

*Ethnozentrismus* soll als Produktionsnorm derart verstanden werden, dass deutsche SportlerInnen in deutschen Sportprintmedien mehr Aufmerksamkeit erhalten als ausländische AthletInnen. Der Anteil der deutschen Teilnehmer an den Turnierrunden der *ATP Tour* ist anno 2015 überschaubar gewesen. An den ersten Turnierrunden der 66 ATP-Turniere haben beispielsweise nationenübergreifend 2.688 Personen teilgenommen. Unter diesen 2.688 Erstrundenteilnehmern haben sich lediglich 148 deutsche Männer befunden. Damit haben die deutschen Männer gerade einmal 5,5 Prozent aller Erstrundenteilnehmer ausgemacht. Da die Erfolgsbilanzen der deutschen Tennisspieler im Jahr 2015 über-

<sup>465</sup> Die absoluten Zahlen für Viertelfinale, Halbfinale und Finale, die in *Tabelle 19* eingesehen werden können, sind für die thematisierten Sportler und die thematisierten Sportlerinnen jeweils miteinander addiert worden.

schaubar gewesen sind, nimmt der Anteil der deutschen Teilnehmer für die folgenden Turnierrunden sogar weiter ab. Während noch 4,4 Prozent der Achtelfinalteilnehmer bzw. 3,5 Prozent der Viertelfinalteilnehmer deutsche Männer gewesen sind, haben sich unter den Halbfinalteilnehmern nur 2,7 Prozent und unter den Finalteilnehmern sogar nur 1,5 Prozent deutsche Tennisspieler befunden.

Es stellt sich die Anschlussfrage, ob die deutschen Männer, die von der *BILD-Bundesausgabe* im Kontext bestimmter Turnierrunden thematisiert worden sind, im Vergleich zu ihren realen prozentualen Anteilen an den jeweiligen Turnierrunden überrepräsentiert worden sind.

Diese Frage lässt sich eindeutig mit »Ja« beantworten. Insbesondere in denjenigen Texteinheiten, die sich mit Tennisspielern im Zuge von Erstrundenspielen auseinandersetzen, sind die deutschen Männer sehr stark überrepräsentiert. Unter den 51 Männern, die von der *BILD-Bundesausgabe* im Rahmen einer Erstrundenpartie nationenübergreifend namentlich erwähnt worden sind, haben sich 23 deutsche Männer befunden. Damit haben die deutschen Männer 45,1 Prozent aller Tennisspieler ausgemacht, die von der *BILD-Zeitung* sprachliche Aufmerksamkeit für ihr Erstrundenspiel erhalten haben. Wäre die Berichterstattung ein exaktes Abbild der Sportrealität gewesen, hätte der Anteil der namentlich erwähnten deutschen Tennisspieler in der ersten Runde bei lediglich 5,5 Prozent liegen dürfen.

Im unmittelbaren Vergleich zwischen Sportrealität und Sportberichterstattung fällt des Weiteren auf, dass die deutschen Männer in jeder einzelnen Turnierrunde von der *BILD-Redaktion* bevorzugt werden. Für jede einzelne Turnierrunde gilt: Der prozentuale Anteil der sprachlich thematisierten deutschen Männer liegt über dem realen Anteil der deutschen Männer an der jeweiligen Turnierrunde.<sup>466</sup>

Auch während der Berichterstattung über die Turnierrunden Viertelfinale, Halbfinale und Finale werden die deutschen Männer, was die Aufmerksamkeitsverteilung anbelangt, gegenüber ausländischen Teilnehmern bevorzugt. Es fällt aber auf, dass ab dem Viertelfinale der prozentuale Anteil der thematisierten deutschen Männer deutlich zurückgeht. Da sich dieser starke Rückgang aber nicht mit der Sportrealität erklären lässt (4,4 Prozent der Achtelfinalteilnehmer bzw. 3,5 Prozent der Viertelfinalteilnehmer sind Deutsche gewesen), scheint in der *BILD-Redaktion* folgende Produktionsnorm zu gelten: Ab dem Viertelfinale sollen auch vermehrt die Erfolge ausländischer Tennisspieler gewürdigt werden.

<sup>466</sup> In der Sportrealität sind nur 2,8 Prozent der Tennisspieler, die an den *Turnierrunden 2 und 3* teilgenommen haben, Deutsche gewesen. Aber 33,3 Prozent aller Tennisspieler, die im Zuge der Berichterstattung über die *Turnierrunden 2 und 3* von der *BILD-Redaktion* namentlich erwähnt worden sind, sind deutsche Männer gewesen. Auch für die Turnierrunden Achtelfinale (4,4 Prozent in der Sportrealität, aber ein Berichterstattungsanteil von 42,9 Prozent), Viertelfinale (3,5 Prozent in der Sportrealität, Berichterstattungsanteil von 16,3 Prozent), Halbfinale (2,7 Prozent in der Sportrealität, Berichterstattungsanteil von 5,9 Prozent) und Finale (1,5 Prozent in der Sportrealität, Berichterstattungsanteil von 4,4 Prozent) gilt: Der prozentuale Anteil der sprachlich thematisierten deutschen Männer liegt über dem realen Anteil der deutschen Männer an den jeweiligen Turnierrunden der *ATP Tour*.

Jetzt gilt es zu überprüfen, ob die Produktionsnorm *Ethnozentrismus* in ähnlicher Weise für die Berichterstattung über die Tennisspielerinnen eingesetzt wird. Auch für die Sportrealität der *WTA Tour* gilt: Die deutschen Frauen stellen im nationenübergreifenden Feld lediglich eine Minderheit dar. Von den 2.572 Frauen, die an den Erstrundenspielen der *WTA Tour* teilgenommen haben, sind lediglich 195 bzw. 7,6 Prozent deutsche Starterinnen gewesen.

Im Vergleich zu den deutschen Männern fällt auf, dass die deutschen Frauen 2015 deutlich erfolgreicher gewesen sind. So sind 7,6 Prozent der Halbfinalteilnehmerinnen und sogar 9,3 Prozent der Finalteilnehmerinnen deutsche Frauen gewesen. Bei den Männern waren lediglich 2,7 Prozent der Halbfinalteilnehmer und sogar nur 1,5 Prozent der Finalteilnehmer Deutsche gewesen. Auch im Hinblick auf die Viertelfinal-Teilnahmen sind die deutschen Frauen erfolgreicher gewesen: 8,3 Prozent der Frauen, die anno 2015 im Viertelfinale eines *WTA Turniers* standen, waren Deutsche. Aber nur 3,5 Prozent der Männer, die im selben Jahr im Viertelfinale eines *ATP Turniers* standen, traten für Deutschland an.

Die Inhaltsanalyse der *BILD-Berichterstattung* zeigt, dass auch die deutschen Frauen gegenüber ihren ausländischen Konkurrentinnen bevorzugt werden, wenn es darum geht, den einzelnen Athletinnen sprachliche Aufmerksamkeit zu schenken. Unter den 92 Sportlerinnen, die von der *BILD-Redaktion* im Zuge eines Erstrundenspiels namentlich erwähnt worden sind, haben sich 47 deutsche Frauen befunden. Damit ist mehr als die Hälfte der Sportlerinnen, die aufgrund ihrer Auftaktspiele Einzug in die Berichterstattung gefunden haben, deutsch gewesen. In der Sportrealität sind aber nur 7,6 Prozent der Erstrundenteilnehmerinnen Deutsche gewesen.

Nicht nur für die erste Turnierrunde, sondern für alle Turnierrunden gilt: Die deutschen Teilnehmerinnen werden von Seiten der *BILD-Redaktion* bevorzugt. Im Zuge der sprachlichen Berichterstattung über alle Turnierrunden sind die deutschen Frauen deutlich überrepräsentiert.<sup>467</sup> Wie bei den Männern, so gilt aber auch hier: Der prozentuale Anteil der deutschen Frauen, die eine sprachliche Würdigung erhalten, geht für die Turnierrunden Viertelfinale, Halbfinale und Finale deutlich zurück. Auch dies lässt sich nicht mit der Sportrealität erklären. Dort ist der prozentuale Anteil der deutschen Frauen über die Turnierrunden hinweg nämlich relativ konstant geblieben. Der prozentuale Anteil variiert in der Sportrealität lediglich zwischen 7,6 Prozent (1. Turnierrunde) und 9,3 Prozent (Finale). Dementsprechend ist die Interpretation, dass ab dem Viertelfinale, genauso wie bei den Männern, zunehmend die Erfolge ausländischer Sportlerinnen von Seiten der *BILD-Redaktion* gewürdigt werden, naheliegend.

<sup>467</sup> In der Sportrealität sind nur 8,5 Prozent der Tennisspielerinnen, die an den *Turnierrunden 2 und 3* teilgenommen haben, Deutsche gewesen. Aber 47,8 Prozent aller Tennisspielerinnen, die im Zuge der Berichterstattung über die *Turnierrunden 2 und 3* von der *BILD-Redaktion* namentlich erwähnt worden sind, sind deutsche Frauen gewesen. Auch für die Turnierrunden Achtelfinale (7,9 Prozent in der Sportrealität, aber ein Berichterstattungsanteil von 46,6 Prozent), Viertelfinale (8,3 Prozent in der Sportrealität, Berichterstattungsanteil von 32,0 Prozent), Halbfinale (7,6 Prozent in der Sportrealität, Berichterstattungsanteil von 25,6 Prozent) und Finale (9,3 Prozent in der Sportrealität, Berichterstattungsanteil von 28,2 Prozent) gilt: Der prozentuale Anteil der sprachlich thematisierten deutschen Frauen liegt über dem realen Anteil der deutschen Frauen an den jeweiligen Turnierrunden der *WTA Tour*.

Das Zwischenfazit lautet: Geschlechterübergreifend werden deutsche TennisspielerInnen, was die sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung angeht, von Seiten der *BILD-Bundesausgabe* bevorzugt. Diese Bevorzugung deutscher AthletInnen entfaltet insbesondere in den ersten Turnierrunden Wirkmächtigkeit. Von daher wäre es naheliegend, anzunehmen, dass insgesamt mehr »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« als »*Texteinheiten über Sportler*« erschienen sind, weil mehr deutsche Frauen als Männer an den ersten Turnierrunden teilgenommen haben.

Tatsächlich haben an der ersten Turnierrunde deutlich mehr deutsche Frauen als deutsche Männer teilgenommen. 195 deutschen Frauen stehen 148 deutsche Männer gegenüber. Damit sind 56,9 Prozent der deutschen TeilnehmerInnen an den Erstrundenspielen weiblich gewesen, während nur 43,1 Prozent männlich gewesen sind. Interessanterweise entspricht diese prozentuale Verteilung fast exakt derjenigen Verteilung, die in *Tabelle 16* festgehalten worden ist. 57,1 Prozent der erfassten *Texteinheiten* sind »*Texteinheiten über Sportlerinnen*«, 42,9 Prozent »*Texteinheiten über Sportler*« gewesen. Auch an den Turnierrunden zwei und drei haben deutlich mehr deutsche Frauen als deutsche Männer partizipiert. 76 deutschen Frauen stehen 26 deutsche Männer gegenüber.

Es wird, basierend auf dieser Erkenntnis, die Schlussfolgerung vollzogen, dass **Hypothese 3 im Einklang mit dem Datenmaterial steht**, das für die **sprachliche Berichterstattungsebene** gebildet worden ist, sofern die absoluten Zahlen der *Texteinheiten* als Indikator für die sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung herangezogen werden. Da mehr deutsche Frauen als Männer an den ersten Turnierrunden teilgenommen haben und deutsche TeilnehmerInnen von der *BILD-Redaktion* insbesondere während der ersten Turnierrunden bevorzugt werden, lässt sich mit Hilfe der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* erklären, warum es mehr »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« gegeben hat.

Auch die geschlechterübergreifende Wirkmächtigkeit der Produktionsnorm *Elite* - im Hinblick auf die sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung - ist nachgewiesen worden. Zwar sind die deutschen Frauen erfolgreicher als die deutschen Männer gewesen, da ab dem Viertelfinale aber auch zunehmend ausländische Erfolge gewürdigt werden, hat die vorliegende geschlechtlich asymmetrische Erfolgsbilanz deutscher AthletInnen nur geringfügig dazu beigetragen, dass mehr »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« erschienen sind.

Das Fazit für die sprachliche Berichterstattungsebene lautet folgendermaßen: Zwischen den Tennisspielern und den Tennisspielerinnen werden die absoluten Zahlen der *Texteinheiten* von Seiten der *BILD-Redaktion* geschlechtergerecht verteilt. Zwar hat es im Untersuchungszeitraum mehr *Texteinheiten* über die Tennisspielerinnen gegeben, wären aber die deutschen Sportler erfolgreicher als die deutschen Sportlerinnen gewesen und hätten sich zugleich mehr deutsche Männer als Frauen für die Turniere der *ATP/WTA-Tour* sportlich qualifiziert, hätte es im Untersuchungszeitraum mehr *Texteinheiten* über Tennisspieler gegeben. Die TennisspielerInnen entscheiden durch ihr sportliches Tun

darüber, welche Geschlechtskategorie mehr sprachliche Aufmerksamkeit von Seiten der *BILD-Bundesausgabe* erhält. Insofern ist die sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung in der *BILD-Bundesausgabe* ein ergebnisoffener Prozess, der durch die sportlichen Entwicklungen auf *ATP-* und *WTA-Turnieren* zugunsten einer Geschlechtskategorie entschieden wird.

### 10.3.1.3

#### Bessere Platzierung der Fotos von Tennisspielerinnen

Im nächsten Arbeitsschritt soll überprüft werden, ob die soeben für die sprachliche Berichterstattungsebene gemachten Feststellungen auch für die visuelle Berichterstattungsebene zutreffen. Als Indikator für die Aufmerksamkeitsverteilung zwischen Tennisspielern und Tennisspielerinnen werden die absoluten Zahlen der entsprechenden Fotos herangezogen.<sup>468</sup>

Zwecks empirischer Auswertung sind die Kategorien »Fotos von Sportlern«, »Fotos von Sportlerinnen« und »Fotos von beiden Geschlechtern« gebildet worden. »Fotos von beiden Geschlechtern«, wobei hierbei ein aktiver Tennisspieler zusammen mit einer aktiven Tennisspielerin gezeigt werden soll, sind in der *BILD-Bundesausgabe* überhaupt nicht abgedruckt worden. Des Weiteren hat sich gezeigt, dass Tennisspielerinnen ähnlich häufig wie Tennisspieler visuelle Aufmerksamkeit von der *BILD-Redaktion* erhalten. Alle soeben beschriebenen Fakten können *Tabelle 21* entnommen werden.

52,4 Prozent der erfassten Fotos sind »Fotos von Sportlerinnen« gewesen. Auf diesen Fotos ist jeweils eine Frau das primäre Bildmotiv, die 2015 auf der *WTA Tour* aktiv gespielt hat. 47,6 Prozent der erfassten Fotos gehören der Kategorie »Fotos von Sportlern« an. Diese Fotos zeigen jeweils einen Mann als primäres Bildmotiv, der 2015 aktiv auf der *ATP Tour* gespielt hat. Diese Form der visuellen Aufmerksamkeitsverteilung kann als geschlechtergerecht bezeichnet werden. Sportlerinnen und Sportler erhalten, was die absoluten Zahlen und die prozentuale Verteilung der Fotos anbelangt, ähnlich viel Aufmerksamkeit. Diese Form der Aufmerksamkeitsverteilung stellt ferner ein fast exaktes Abbild der Sportrealität dar. Es ist bereits darauf eingegangen worden, dass sich unter

<sup>468</sup> Für die Auswertung derjenigen Fotos, die im Sinne von *Hypothese 3* forschungsrelevant gewesen sind, ist ein standardisierter Analysebogen erstellt worden. Dieser kann im Unterkapitel 17.2.2 unter »Analysebogen für Fotos – Bearbeitung der Hypothesen 3 bis 5« eingesehen werden. Die zu diesem standardisierten Analysebogen passenden Kodieranleitungen können ebenfalls im Unterkapitel 17.2.2 unter »Kodieranleitungen für Fotos – Bearbeitung der Hypothesen 3 bis 5« nachgeschlagen werden. Interessierte LeserInnen können später nochmals dort nachschlagen, um sich über die Kategorien und Kodieranleitungen zu informieren, welche für die Bearbeitung der *Hypothesen 4* und *5* gebildet worden sind. Alle Fotobögen, die zwecks Bearbeitung der *Hypothesen 3* bis *5* ausgefüllt worden sind, können dem der Arbeit beiliegenden USB-Stick entnommen werden. Hierfür muss die Datei »Fotos\_H3+H4+H5« geöffnet werden. In dieser Datei befinden sich gemäß der unter A.5. getroffenen Kodieranleitung ausschließlich Fotos, die als primäre Bildmotive – diejenige Person auf dem Foto, die flächenmäßig am größten dargestellt wird – SportlerInnen zeigen, die 2015 auf der *ATP Tour* oder der *WTA Tour* aktiv gewesen sind. Des Weiteren muss in dem Artikel, der zu dem entsprechenden Foto dazugehört, flächenmäßig am meisten über die Leistungsklassen *ATP* und *WTA Tour* berichtet werden. Sollte eine andere Leistungsklasse flächenmäßig im Mittelpunkt stehen, darf das dazugehörige Foto nicht erfasst werden. Es soll ausschließlich um Fotos gehen, die primär im Kontext der Berichterstattung über die Leistungsklassen *ATP* und *WTA Tour* erscheinen.

allen ErstrundenteilnehmerInnen der *ATP* und der *WTA Tour* im Jahr 2015, 51,1 Prozent Männer und 48,9 Prozent Frauen befunden haben. Auch unter diesem Gesichtspunkt kann die geschlechtliche Aufmerksamkeitsverteilung, so wie sie sich in *Tabelle 21* darstellt, nur als geschlechtergerecht bezeichnet werden.

**Tabelle 21: Visuelle Schwerpunktsetzung im Zuge der Berichterstattung über die Leistungsklassen ATP Tour und WTA Tour (N = 82)**

Fotos von	%	Absolute Zahl
Sportlern	47,6	39
Sportlerinnen	<b>52,4</b>	43
Beiden Geschlechtern	0,0	0
<b>Gesamt</b>	100,0	82

Da *Hypothese 3* nur danach verlangt, die Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* heranzuziehen, sofern zuvor eine geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung festgestellt worden sein sollte, ist es an dieser Stelle nicht notwendig, zu überprüfen, welche Bedeutung die beiden Produktionsnormen jeweils für die visuelle Berichterstattungsebene haben.

Im Hinblick auf die exakte Platzierung der »Fotos von Sportlern« und der »Fotos von Sportlerinnen« in der *BILD-Bundesausgabe* muss hingegen von einer geschlechtlich asymmetrischen Aufmerksamkeitsverteilung gesprochen werden, wie *Tabelle 22* verdeutlicht. Geschlechterübergreifend gilt zunächst, dass es weder die »Fotos von Sportlern« noch die »Fotos von Sportlerinnen« auf die Titelseite der *BILD-Bundesausgabe* schaffen. Dafür schaffen es die »Fotos von Sportlerinnen« deutlich häufiger als die »Fotos von Sportlern« auf die erste Seite des Sportteils. 25,6 Prozent und damit mehr als ein Viertel aller »Fotos von Sportlerinnen« werden auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt. Dagegen schaffen es nur 15,4 Prozent der »Fotos von Sportlern« auf die erste Seite des Sportteils. Dafür erscheinen 84,6 Prozent aller »Fotos von Sportlern« in den sonstigen Seiten des Sportteils, während nur 74,4 Prozent der »Fotos von Sportlerinnen« in den sonstigen Seiten des Sportteils erscheinen.

**Tabelle 22: Exakte Platzierung der Fotos von Sportlern und der Fotos von Sportlerinnen im Rahmen der Berichterstattung über die Leistungsklassen ATP und WTA Tour**

Platzierung	Fotos von				Grundgesamtheit der Fotos von SportlerInnen (N=82)	
	Sportlern (N=39)		Sportlerinnen (N=43)			
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Titelseite	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Erste Seite Sportteil	<b>15,4</b>	6	<b>25,6</b>	11	20,7	17
Sonstige Seite Sportteil	<b>84,6</b>	33	<b>74,4</b>	32	79,3	65
<b>Gesamt</b>	100,0	39	100,0	43	100,0	82

Es stellt sich automatisch die Anschlussfrage, warum es »Fotos von Sportlerinnen« häufiger – absolut und prozentual gesehen – als »Fotos von Sportlern« auf die erste Seite des Sportteils schaffen. Immerhin geht mit dieser Form der Platzierung eine erhöhte Aufmerksamkeit einher.

#### **10.3.1.4**

##### Positionierung von Fotos: Große Bedeutung der Produktionsnorm soziales Umfeld

Beim Betrachten derjenigen Fotos, die auf der ersten Seite des Sportteils erschienen sind, fällt zunächst geschlechterübergreifend auf, dass diese vorteilhafte Form der Platzierung nicht primär mit herausragenden sportlichen Erfolgen zusammenhängt. Unter denjenigen sechs »Fotos von Sportlern«, die auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden sind, zeigen drei Fotos und damit 50,0 Prozent der entsprechend platzierten Fotos primäre Bildmotive, die im Kontext der ersten drei Turnierrunden dargestellt worden sind. Unter den elf »Fotos von Sportlerinnen«, die auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden sind, zeigen sogar neun Fotos und damit 81,8 Prozent dieser Fotos Frauen als primäre Bildmotive, die im Zuge der Berichterstattung über die ersten drei Turnierrunden visualisiert worden sind. Mit der Produktionsnorm *Elite* lässt sich die geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung auf der ersten Seite des Sportteils folglich **nicht erklären**.

Dass die Produktionsnorm *Elite* auch im Zusammenspiel mit der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* keine Wirkmächtigkeit entfalten kann, zeigt sich daran, dass unter den auf der ersten Seite des Sportteils visualisierten Halbfinal- und ViertelfinalteilnehmerInnen

überhaupt keine deutschen Männer und Frauen gewesen sind. Auch die in der Sportrealität vorgefundene schlechtere Erfolgsbilanz der deutschen Männer - im Vergleich zu den deutschen Frauen - kann folglich nicht erklären, warum mehr »Fotos von Sportlerinnen« auf der ersten Seite des Sportteils erschienen sind.

Beim Durchgehen derjenigen Fotos, die auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden sind, ist die Beobachtung gemacht worden, dass in den zu den Fotos dazugehörigen Texteinheiten viel über das soziale Umfeld der primären Bildmotive berichtet worden ist.<sup>469</sup> Die Auswertung von *Tabelle 23* ergibt, dass insbesondere diejenigen TennisspielerInnen auf der ersten Seite des Sportteils visualisiert werden, deren soziales Umfeld von Seiten der *BILD-Redaktion* als berichterstattenswert eingestuft wird. 83,3 Prozent aller »Fotos von Sportlern«, die auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden sind, erscheinen zusammen mit einer Texteinheit, welche auf das soziale Umfeld des primären Bildmotivs eingeht. Ähnlich sieht es bei den Sportlerinnen aus: 81,8 Prozent aller »Fotos von Sportlerinnen«, die auf der ersten Seite des Sportteils abgedruckt worden sind, sind zusammen mit einer Texteinheit veröffentlicht worden, in der auf engste Bezugspersonen des primären Bildmotivs eingegangen worden ist.

**Tabelle 23: Fotos von Sportlern und Fotos von Sportlerinnen auf der ersten Seite des Sportteils – Thematisierung des sozialen Umfelds der SportlerInnen**

Thematisierung des sozialen Umfelds	Fotos von Sportlern (N=6)		Fotos von Sportlerinnen (N=11)		Alle Fotos von SportlerInnen auf der ersten Seite des Sportteils (N=17)	
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Ja	<b>83,3</b>	5	<b>81,8</b>	9	<b>82,4</b>	14
Nein	16,7	1	18,2	2	17,6	3
<b>Gesamt</b>	100,0	6	100,0	11	100,0	17

Es bleibt festzuhalten: Was die geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung angeht, die zwischen »Fotos von Sportlern« und »Fotos von Sportlerinnen« auf der ersten Seite des Sportteils auftritt, so lässt sich diese asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung nicht hinreichend durch das Zusammenspiel der Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* erklären. **Dementsprechend bestätigt sich Hypothese 3 im Lichte der**

<sup>469</sup> Im standardisierten Fotobogen ist diese Information unter B.9. festgehalten worden. Hierbei musste die Frage »Wird das soziale Umfeld des primären Bildmotivs thematisiert?« mit »Ja« beantwortet werden, sofern in der zum Foto dazugehörigen Texteinheit über die engsten Vertrauten des primären Bildmotivs berichtet worden war. Es ist festgelegt worden, dass TrainerInnen, Personen mit denen die TennisspielerInnen feste Beziehungen führen/führten und Personen aus dem familiären Umfeld der primären Bildmotive (Eltern, Großeltern, Kinder der TennisspielerInnen usw.) zum sozialen Umfeld gehören.

soeben beschriebenen Daten nicht. Entscheidend ist hingegen, was sich im sozialen Umfeld der TennisspielerInnen abspielt. Passieren dort Dinge, welche die *BILD-Redaktion* als spannend erachtet, dann schaffen es die TennisspielerInnen mit zunehmender Wahrscheinlichkeit auf die erste Seite des Sportteils.

Im Untersuchungszeitraum kann, diesem Phänomen entsprechend, konkret von einem *Schweinsteiger-Ivanovic-Effekt*<sup>470</sup> gesprochen werden. Im Untersuchungszeitraum ist die serbische Tennisspielerin Ana Ivanovic mit dem deutschen Fußball-Nationalspieler Bastian Schweinsteiger zusammen gewesen. Zu jedem Foto, das Ana Ivanovic auf der ersten Seite des Sportteils gezeigt hat, hat es eine dazu passende Texteinheit gegeben, die sowohl auf die Tennisspielerin Ana Ivanovic als auch auf die Beziehung zum deutschen Fußball-Nationalspieler Bastian Schweinsteiger eingegangen ist.

Insgesamt vier von diesen Fotos hat es im Untersuchungszeitraum auf der ersten Seite des Sportteils gegeben. Damit lässt sich mit dem *Schweinsteiger-Ivanovic-Effekt* fast vollumfänglich erklären, warum es im Untersuchungszeitraum elf »Fotos von Sportlerinnen«, aber nur sechs »Fotos von Sportlern« auf der ersten Seite des Sportteils gegeben hat. Da Bastian Schweinsteiger im Jahr 2015 u.a. in den Leistungsklassen *1. Fußball Bundesliga der Männer, UEFA Champions League der Männer, DFB Pokal der Männer, Premier League der Männer* und *UEFA European Qualifiers der Männer 2016* aktiv gewesen ist – Leistungsklassen, die ausnahmslos viel visuelle Aufmerksamkeit von der *BILD-Redaktion* erhalten haben –, verwundert es nicht, dass diese Beziehung zu einer häufigeren Visualisierung der Tennisspielerin Ana Ivanovic auf der ersten Seite des Sportteils geführt hat.

<sup>470</sup> Es handelt sich hierbei um keinen Effekt, der etwa in einem sozialpsychologischen Artikel vorgestellt worden ist, sondern diese Begrifflichkeit ist, ausgehend vom vorliegenden Datenmaterial, von mir entwickelt worden.

**Abbildung 2:** Dieses Foto von Ana Ivanovic kann dem Schweinsteiger-Ivanovic-Effekt zugeordnet werden. Das Foto ist auf der ersten Seite des Sportteils erschienen. In dem dazugehörigen Artikel, der den Namen »Liebes-Versteckspiel vor dem Ende!« (BILD-Bundesausgabe am 3. Februar 2015, Seite 9) trägt, geht es sowohl um das Ausscheiden von Ana Ivanovic bei den Australian Open 2015 als auch um ihr Verhältnis zum deutschen Fußball-Nationalspieler Bastian Schweinsteiger



Die zentralen Erkenntnisse, die im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 3* bisher für die visuelle Berichterstattungsebene gesammelt worden sind, lauten: Zwischen den Fotos von Tennisspielerinnen und den Fotos von Tennisspielern wird die Aufmerksamkeit von Seiten der *BILD-Bundesausgabe* geschlechtergerecht verteilt. Geschlechtergerecht bedeutet dabei, dass sich die absoluten Zahlen der Fotos an den TeilnehmerInnen-Zahlen, so wie sie sich in der Sportrealität dargestellt haben, orientieren.

Im Hinblick auf die Platzierung der Fotos ist hingegen eine geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung festgestellt worden, von der die Sportlerinnen profitieren. Die Tennisspielerinnen haben aber nicht deshalb mehr Fotos auf der ersten Seite des Sportteils erhalten, weil ihr sportliches Tun von der *BILD-Bundesausgabe* besonders gewürdigt

worden wäre, sondern weil sich die *BILD-Zeitung*, in ihrer Funktion als Boulevardzeitung, intensiv mit dem Privatleben der Tennisspielerin Ana Ivanovic auseinandergesetzt hat. Eine derartige Berichterstattung ist insofern problematisch, weil sie mittel- bis langfristig nicht dazu beitragen wird, dass die Tennisspielerinnen, die auf der *WTA Tour* agieren, mehr gesellschaftliche Anerkennung für ihr sportliches Tun erhalten werden. Stattdessen wird die visuelle Berichterstattung über die *WTA Tour* auf der ersten Seite des Sportteils zurückgehen, sobald die Beziehung mit dem gesellschaftlich populäreren Sportler beendet wird oder diese Beziehung nicht mehr länger neue Schlagzeilen (Verlobung, Heirat, Schwangerschaft usw.) liefert und damit an Aktualität verliert.

### 10.3.2

#### Flächeninhalte der Texteinheiten und Fotos

Bisher sind nur die absoluten Zahlen der Fotos/Texteinheiten und deren Platzierungen herangezogen worden, um zu überprüfen, ob es in der *BILD-Bundesausgabe* geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilungen geben könnte. Ob eine geschlechtlich symmetrische Aufmerksamkeitsverteilung vorliegt, hängt aber nicht nur von den absoluten Zahlen ab. Auch die Flächeninhalte der Texteinheiten/Fotos spielen hierbei eine wichtige Rolle. Als nächster Indikator, der über das Vorhandensein einer geschlechtlich symmetrischen Aufmerksamkeitsverteilung Aufschluss geben soll, wird der durchschnittliche Flächeninhalt der forschungsrelevanten Fotos/Texteinheiten herangezogen. Zwecks Erstellung geeigneter Mittelwerte wird jeweils das arithmetische Mittel berechnet.

#### 10.3.2.1

##### Sprachliche Ebene: Größere Berichterstattungsfläche für die Tennisspielerinnen

Zunächst werden diejenigen Forschungsergebnisse vorgestellt, welche die sprachliche Berichterstattungsebene betreffen.

Im Untersuchungszeitraum fällt die flächenmäßige Verteilung zugunsten der »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« aus. Die »*Texteinheiten über Sportler*« und die »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« machen zusammengerechnet eine Fläche von 9.721 cm<sup>2</sup> aus. 56,9 Prozent dieser Gesamtfläche bzw. 5.533 cm<sup>2</sup> entfallen auf die »*Texteinheiten über Sportlerinnen*«. Damit bleiben für die »*Texteinheiten über Sportler*« lediglich 4.188 cm<sup>2</sup> bzw. 43,1 Prozent übrig.

Erstaunlich ist, dass diese prozentuale Verteilung, die in *Tabelle 24* festgehalten worden ist, fast exakt derjenigen prozentualen Verteilung entspricht, die in *Tabelle 16* für die absolu-

ten Zahlen der Texteinheiten ermittelt worden ist. Diese Beobachtung spricht dafür, dass sich die »Texteinheiten über Sportler« kaum von den »Texteinheiten über Sportlerinnen« unterscheiden, was den durchschnittlichen Flächeninhalt der Texteinheiten anbelangt.

**Tabelle 24: Vollständiger Flächeninhalt der Texteinheiten über Sportler und der Texteinheiten über Sportlerinnen**

Texteinheiten über	Flächenmäßige Verteilung	
	%	Absolut (in cm <sup>2</sup> )
Sportler	<b>43,1</b>	4.188
Sportlerinnen	<b>56,9</b>	5.533
<b>Gesamt</b>	100,0	9.721

Nachdem die 5.533 cm<sup>2</sup> Gesamtfläche, die für die »Texteinheiten über Sportlerinnen« ermittelt worden sind, durch 93 (entsprechend viele »Texteinheiten über Sportlerinnen« sind erfasst worden) geteilt worden sind, ergibt sich für die »Texteinheiten über Sportlerinnen« ein durchschnittlicher Flächeninhalt von 44,6 cm<sup>2</sup>. Die »Texteinheiten über Sportler« erreichen mit 45,0 cm<sup>2</sup> fast exakt denselben Durchschnittswert.

Dieses Ergebnis ist insofern erstaunlich, da bereits festgestellt worden ist, dass die deutschen Tennisspielerinnen 2015 - im Vergleich zu den deutschen Männern - erfolgreicher waren. Dieser Sportrealität eingedenk und ferner annehmend, dass sich die Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* positiv auf den Flächeninhalt einer Texteinheit auswirken (*positiv* derart verstanden, dass über besonders erfolgreiche deutsche TennisspielerInnen flächenmäßig mehr berichtet wird als über weniger erfolgreiche deutsche TennisspielerInnen bzw. ausländische AthletInnen) müssten, sind die berechneten Durchschnittswerte bemerkenswert. Es scheint fast so, als ob der durchschnittliche Flächeninhalt der Texteinheiten nicht entscheidend von den Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* abhängen würde. Dies gilt es zu überprüfen.

**Abbildung 3:** Für die Flächenberechnung ist es notwendig gewesen, dass in denjenigen Artikeln, die unter A.5. als »Artikel über beide Geschlechter« eingestuft worden sind, farbliche Hervorhebungen vorgenommen werden. Textstellen, die sich ausschließlich auf Sportler beziehen, sind grün markiert worden. Textstellen, die sich nur mit Sportlerinnen befassen, sind orange hervorgehoben worden. Nur die orangenen Textstellen sind den »Texteinheiten über Sportlerinnen« flächenmäßig angerechnet worden. Dementsprechend sind nur die grünen Textstellen den »Texteinheiten über Sportlern« angerechnet worden (BILD-Bundesausgabe am 4. Juni 2015, Seite 13)

# Djokovic verdrischt Nadal zum Geburtstag

**So brutal hat noch niemand den Sand-Giganten von der Asche gefegt!**

Novak Djokovic (28/Serbien) schlug im Viertelfinale der French Open Rafael Nadal mit 7:5, 6:3, 6:1. Für den Spanier erst die zweite Pleite überhaupt in Roland Garros – und das an seinem 29. Geburtstag.

Unter Trainer Boris Becker (47) könnte Djokovic das Turnier jetzt erstmals gewinnen.

Gegner im Halbfinale: Andy Murray (Schottland) nach einem 7:6, 6:2, 5:7, 6:1 gegen David Ferrer (Spanien).

Bei den Damen putzte Serena Williams (USA) Sara Errani (Italien) 6:1, 6:3. Gegnerin jetzt: Timea Bacsinszky (Schweiz).

FOTO: AFP PHOTO/PASCAL GUYOT



**In Hammer-Form: Djokovic schaffte den 27. Sieg in Folge. Und das gegen Nadal auf Sand**

Foto: AFP/PASCAL GUYOT

## 10.3.2.2

Geschlechterübergreifende Wirkmächtigkeit  
der Produktionsnorm soziales Umfeld  
auf der sprachlichen Ebene

Da die Flächeninhalte der Texteinheiten in Bezug gesetzt werden sollen zum sportlichen Abschneiden der AthletInnen und hierbei geschlechterübergreifend nur Erfolge in den Einzeldisziplinen berücksichtigt werden sollen, ist die Entscheidung getroffen worden, dass die Flächeninhalte derjenigen Texteinheiten, die ausschließlich auf die Doppel- und Mixed-Wettbewerbe eingehen, nicht in die Berechnung der Durchschnittswerte eingehen dürfen. Nachdem vier »Texteinheiten über Sportlerinnen« und zwei »Texteinheiten über Sportler«, die sich nicht mit den Einzelwettbewerben auseinandergesetzt haben, im Rahmen der Flächenberechnung ausgeklammert worden sind, ergeben sich neue Durchschnittswerte.

An dem Umstand, dass beide Geschlechter fast denselben Durchschnittswert erreichen, ändert sich durch diese Ausklammerung aber nichts. Die »Texteinheiten über Sportlerinnen« umfassen jetzt durchschnittlich 46,0 cm<sup>2</sup>, bei den »Texteinheiten über Sportler« sind es durchschnittlich 45,8 cm<sup>2</sup>.

Tabelle 25 zeigt, welche durchschnittlichen Flächeninhalte von Texteinheiten erzielt werden, die SportlerInnen im Kontext bestimmter Turnierrunden namentlich erwähnen. In Tabelle 25 sind nationenübergreifend alle namentlich erwähnten TennisspielerInnen berücksichtigt worden. Von daher gibt diese Tabelle nur darüber Auskunft, welche Rolle die Produktionsnorm *Elite* spielt, wenn es um den durchschnittlichen Flächeninhalt der Texteinheiten geht.

Geschlechterübergreifend zeigt sich, dass der durchschnittliche Flächeninhalt der Texteinheiten nicht automatisch mit zunehmendem sportlichen Erfolg anwächst. Für die Frauen gilt etwa: Diejenigen Texteinheiten, welche die Tennisspielerinnen im Kontext der Turnierrunden zwei und drei thematisieren, erreichen mit 55,9 cm<sup>2</sup> den höchsten Durchschnittswert aller Turnierrunden. Der zweithöchste Durchschnittswert wird mit 54,4 cm<sup>2</sup> von denjenigen Texteinheiten erzielt, welche Tennisspielerinnen im Kontext von Erstrundenspielen namentlich erwähnen.

**Tabelle 25: Durchschnittlicher Flächeninhalt von Texteinheiten, in denen SportlerInnen im Kontext bestimmter Turnierrunden namentlich erwähnt werden**

Turnierrunde	Durchschnittlicher Flächeninhalt (in cm <sup>2</sup> )	
	Tennisspieler der ATP Tour	Tennisspielerinnen der WTA Tour
Runde 1	23,8	<b>54,4</b>
Runde 2 und Runde 3	<b>52,5</b>	<b>55,9</b>
Achtelfinale	33,2	41,0
Viertelfinale	33,1	25,1
Halbfinale	43,3	27,0
Finale	<b>72,1</b>	47,8

Ähnlich sieht es bei den Männern aus: Zwar wird der höchste Durchschnittswert von denjenigen Texteinheiten erzielt, die Tennisspieler im Zuge der Berichterstattung über Finalspiele namentlich erwähnt haben, der zweithöchste Durchschnittswert wird mit 52,5 cm<sup>2</sup> aber von denjenigen Texteinheiten erzielt, die Zweit- und Drittrundenspiele thematisiert haben. Außerdem liegt der Durchschnittswert, der für die Zweit- und Drittrundenspiele ermittelt worden ist, deutlich über den Durchschnittswerten, welche für das Achtelfinale (33,2 cm<sup>2</sup>), Viertelfinale (33,1 cm<sup>2</sup>) und Halbfinale (43,3 cm<sup>2</sup>) berechnet worden sind.

Auffällig ist, dass in *Tabelle 25* geschlechterübergreifend sehr hohe Durchschnittswerte für die ersten drei Turnierrunden berechnet worden sind. Drei der vier größten Durchschnittswerte, die in *Tabelle 25* auftauchen, entfallen auf die ersten drei Turnierrunden. Da bereits ermittelt worden ist, dass die *BILD-Bundesausgabe* insbesondere während der ersten drei Turnierrunden intensiv über deutsche AthletInnen berichtet hat, ist die Vermutung naheliegend, dass vor allem Texteinheiten, die sich mit deutschen AthletInnen befassen, größere Flächeninhalte von der *BILD-Redaktion* erhalten.

Zwecks Überprüfung sind nur die Flächeninhalte von Texteinheiten berücksichtigt worden, die deutsche AthletInnen im Zuge der Berichterstattung über Turnierrunden des Einzelwettbewerbs namentlich erwähnt haben.

Dabei zeigt sich, dass die »*Texteinheiten über deutsche Sportler*« mit 31,3 cm<sup>2</sup> einen Durchschnittswert erzielen, der deutlich unter dem Durchschnittswert liegt, der für alle »*Texteinheiten über Sportler*«, welche sich mit dem Einzelwettbewerb auseinandergesetzt haben, ermittelt worden ist und bei 45,8 cm<sup>2</sup> gelegen hat. Ähnlich sieht es bei den »*Texteinheiten über deutsche Sportlerinnen*« aus. Zwar erzielen diese Texteinheiten mit 40,6 cm<sup>2</sup> einen höheren Durchschnittswert als die »*Texteinheiten über deutsche Sportler*«, aber auch dieser Durchschnittswert liegt unter dem nationenübergreifenden Durchschnittswert. Dieser hat für »*Texteinheiten über Sportlerinnen*«, die auf den Einzelwettbewerb eingegangen sind, bei 46,0 cm<sup>2</sup> gelegen.

Es bleibt festzuhalten: Mit den Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* lässt sich geschlechterübergreifend nicht erklären, warum bestimmte Texteinheiten größer als andere sind. Diese Feststellung gilt aber nur, sofern beide Produktionsnormen für sich alleine betrachtet werden. Es muss noch überprüft werden, welche Effekte sich aus dem Zusammenspiel dieser beiden Produktionsnormen ergeben. Immerhin sind die »*Texteinheiten über deutsche Sportlerinnen*« im Durchschnitt 9,3 Quadratzentimeter größer gewesen als die »*Texteinheiten über deutsche Sportler*«. Es könnte durchaus sein, dass diese Tatsache mit der besseren Erfolgsbilanz der deutschen Frauen zusammenhängt.

Dieser Vermutung ist nachgegangen worden, indem diejenigen Texteinheiten, die deutsche TennisspielerInnen im Zuge der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe namentlich erwähnt haben, weiter ausdifferenziert worden sind. Es ist nicht nur geschaut worden, ob deutsche AthletInnen namentlich erwähnt worden sind, sondern auch im Kontext welcher Turnierrunden des Einzelwettbewerbs dies geschehen ist.

*Tabelle 26* zeigt dabei deutlich, dass deutsche SportlerInnen nicht automatisch mehr Berichterstattungsfläche erhalten, nur weil ihre sportlichen Erfolge zunehmen.

**Tabelle 26: Durchschnittlicher Flächeninhalt von Texteinheiten, in denen deutsche SportlerInnen im Kontext bestimmter Turnierrunden des Einzelwettbewerbs namentlich erwähnt werden**

Turnierrunde	Durchschnittlicher Flächeninhalt (in cm <sup>2</sup> )	
	Deutsche Tennisspieler	Deutsche Tennisspielerinnen
Runde 1	20,7	<b>50,2</b>
Runde 2 und Runde 3	<b>61,8</b>	<b>56,7</b>
Achtelfinale	31,3	32,0
Viertelfinale	13,8	20,5
Halbfinale	15,4	16,6
Finale	27,8	<b>49,0</b>

Tatsächlich werden die zwei höchsten Durchschnittswerte bei den Frauen in *Tabelle 26* von denjenigen Texteinheiten erzielt, die deutsche Tennisspielerinnen im Kontext der Berichterstattung über die *Turnierrunden 1* und *Turnierrunden 2+3* namentlich erwähnen. Die entsprechenden Durchschnittswerte liegen bei 50,2 cm<sup>2</sup> (*Runde 1*) und 56,7 cm<sup>2</sup> (*Runden 2 und 3*). Alle anderen Durchschnittswerte der Sportlerinnen, abgesehen vom Final-Durchschnittswert, liegen unter dem rundenübergreifenden Durchschnittswert für »*Texteinheiten über deutsche Sportlerinnen*«, der bei 40,6 cm<sup>2</sup> gelegen hat.

Ähnlich stellt sich die Situation bei den deutschen Männern dar. Der mit Abstand höchste Durchschnittswert wird von denjenigen Texteinheiten erreicht, die deutsche Tennisspieler im Kontext der *Turnierrunden 2 und 3* namentlich erwähnen. Dieser Durchschnittswert liegt bei 61,8 cm<sup>2</sup> und damit deutlich über dem rundenübergreifenden Durchschnittswert für »*Texteinheiten über deutsche Sportler*«, der bei 31,3 cm<sup>2</sup> gelegen hat. Alle anderen Durchschnittswerte, die sich für die restlichen Turnierrunden der deutschen Männer ergeben haben, liegen unter diesem rundenübergreifenden Durchschnittswert bzw. erreichen ihn maximal. Besonders erstaunlich ist, dass sogar diejenigen Texteinheiten, die über deutsche Männer im Kontext von Halbfinal- und Finalspielen berichtet haben,

Durchschnittswerte erzielen, die mit 15,4 cm<sup>2</sup> (Halbfinale) bzw. 27,8 cm<sup>2</sup> (Finale) unter dem rundenübergreifenden Durchschnittswert liegen.

Das Forschungsergebnis lautet: Auch aus dem Zusammenwirken der Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* lässt sich nicht hinreichend erklären, warum bestimmte Texteinheiten größer als andere sind. Diese Feststellung gilt geschlechterübergreifend!

Beim Durchlesen derjenigen Texteinheiten, die besonders umfangreich gewesen sind, ist eine Sache aufgefallen: In diesen sehr umfangreichen Texteinheiten wird sehr häufig auf das soziale Umfeld der namentlich erwähnten SportlerInnen Bezug genommen.<sup>471</sup>

*Tabelle 27* zeigt, dass sich alle Texteinheiten, in denen überhaupt keine Angaben zum sozialen Umfeld der namentlich erwähnten SportlerInnen gemacht werden, durch geringe durchschnittliche Flächeninhalte der Texteinheiten auszeichnen. Diese Feststellung gilt geschlechterübergreifend und für alle Turnierrunden!

Der Durchschnittswert variiert nur geringfügig in Abhängigkeit von der thematisierten Turnierrunde und liegt turnierrundenübergreifend jeweils deutlich unter den Durchschnittswerten, die nationenübergreifend für alle »*Texteinheiten über Sportler*« (45,8 cm<sup>2</sup>) und alle »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« (46,0 cm<sup>2</sup>), welche sich mit den Einzelwettbewerben auseinandergesetzt haben, ermittelt worden sind. So erzielen innerhalb von *Tabelle 27* diejenigen Texteinheiten, die sich mit TennisspielerInnen im Zuge der Berichterstattung über die Finalspleie auseinandergesetzt haben, dabei aber nicht auf das soziale Umfeld der namentlich erwähnten TennisspielerInnen eingegangen sind, zwar den höchsten Durchschnittswert innerhalb dieser Tabelle, dieser liegt mit 33,3 cm<sup>2</sup> aber deutlich unter den Durchschnittswerten, die für alle »*Texteinheiten über Sportler*« (45,8 cm<sup>2</sup>) und alle »*Texteinheiten über Sportlerinnen*« (46,0 cm<sup>2</sup>) ermittelt worden sind.

**471** Diese Information ist im standardisierten Analysebogen für Texteinheiten unter B.7. festgehalten worden. Sobald in einer Texteinheit Personen aus dem engsten sozialen Umfeld der SportlerInnen thematisiert worden sind, mussten die entsprechenden Personen unter B.7. erfasst werden. Sowohl die vollständigen Namen der Bezugspersonen als auch deren Verhältnis zu den namentlich erwähnten TennisspielerInnen (TrainerInnen, feste PartnerInnen der TennisspielerInnen, Angehörige aus dem familiären Umfeld usw.) mussten festgehalten werden.

**Tabelle 27: Durchschnittlicher Flächeninhalt von Texteinheiten, in denen es keine Angaben zum sozialen Umfeld der SportlerInnen gibt – Differenzierung nach den thematisierten Runden im Einzelwettbewerb**

Turnierrunde	Durchschnittlicher Flächeninhalt (in cm <sup>2</sup> )	
	Tennisspieler	Tennisspielerinnen
Runde 1	22,9	23,9
Runde 2 und Runde 3	24,9	26,0
Achtelfinale	26,8	24,2
Viertelfinale	20,1	22,2
Halbfinale	22,3	23,8
Finale	21,6	33,3

Ausgehend von den Beobachtungen, die in *Tabelle 27* gemacht worden sind, ist es naheliegend, zu vermuten, dass diejenigen Texteinheiten, die sich mit dem sozialen Umfeld der SportlerInnen auseinandergesetzt haben, sehr hohe Durchschnittswerte erzielen werden. *Tabelle 28* bestätigt diese Vermutung.

»Texteinheiten über Sportler«, die Männer im Zuge ihrer Teilnahme am Einzelwettbewerb namentlich erwähnen und dabei auf das soziale Umfeld der thematisierten Sportler eingehen, erreichen einen durchschnittlichen Flächeninhalt von 105,2 cm<sup>2</sup>. »Texteinheiten über Sportlerinnen«, die gleichfalls die soeben beschriebenen Kriterien für die andere Geschlechtskategorie erfüllen, erreichen sogar einen durchschnittlichen Flächeninhalt von 141,2 cm<sup>2</sup>.

**Tabelle 28: Durchschnittliche Flächeninhalte der *Texteinheiten über Sportler* und der *Texteinheiten über Sportlerinnen*, die sich im Zuge der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe mit dem sozialen Umfeld der namentlich erwähnten SportlerInnen auseinandersetzen**

Texteinheiten über	Durchschnittlicher Flächeninhalt (in cm <sup>2</sup> )
Sportler mit sozialem Umfeld	<b>105,2</b>
Sportlerinnen mit sozialem Umfeld	<b>141,2</b>

Ergo gilt geschlechterübergreifend: Texteinheiten, in denen auf das soziale Umfeld der SportlerInnen eingegangen wird, bekommen von der *BILD-Redaktion* besonders viel Berichterstattungsfläche eingeräumt. Zu klären wäre noch, ob sich dieser positive Effekt, der durch die Thematisierung des sozialen Umfelds hervorgerufen wird, nochmals verstärkt, wenn die sportlichen Erfolge der SportlerInnen zunehmen.

Diese Frage lässt sich beantworten, indem ein Blick auf *Tabelle 29* geworfen wird. Es zeigt sich, dass herausragende sportliche Erfolge nicht zwingend vorliegen müssen, damit ausführlich auf das soziale Umfeld der namentlich erwähnten SportlerInnen eingegangen wird.

So wird innerhalb von *Tabelle 29* der höchste Durchschnittswert von denjenigen Texteinheiten erzielt, die im Kontext der Berichterstattung über die *Turnierrunden 2 und 3* auf das soziale Umfeld der Tennisspieler eingegangen sind. Die entsprechenden Texteinheiten sind durchschnittlich 245,8 cm<sup>2</sup> groß gewesen. Auch die Texteinheiten, die das soziale Umfeld von Tennisspielerinnen im Zuge der Berichterstattung über das Achtelfinale thematisiert haben, haben mit 231,8 cm<sup>2</sup> einen sehr hohen Durchschnittswert erzielt.

**Tabelle 29: Durchschnittlicher Flächeninhalt von Texteinheiten, in denen Angaben zum sozialen Umfeld der SportlerInnen gemacht werden – Differenzierung nach den thematisierten Runden im Einzelwettbewerb**

Turnierrunde	Durchschnittlicher Flächeninhalt (in cm <sup>2</sup> )	
	Tennisspieler	Tennisspielerinnen
Runde 1	44,7	<b>211,7</b>
Runde 2 und Runde 3	<b>245,8</b>	112,5
Achtelfinale	84,4	<b>231,8</b>
Viertelfinale	69,7	60,7
Halbfinale	71,2	56,3
Finale	123,5	120,1

Diejenigen Durchschnittswerte, die für Texteinheiten berechnet worden sind, die auf TennisspielerInnen und deren soziales Umfeld im Rahmen von Final-, Halbfinal- und Viertelfinalteilnahmen eingegangen sind, können mit diesen beiden Durchschnittswerten nicht ansatzweise mithalten.

Das Fazit lautet: Geschlechterübergreifend sieht es die Redaktion der *BILD-Bundesausgabe* nicht als erforderlich an, dass zunächst sportliche Exzellenz von den TennisspielerInnen erbracht werden muss, ehe auf deren soziales Umfeld detailliert eingegangen werden kann.

Zu klären wäre noch, welche Personengruppen aus dem sozialen Umfeld der TennisspielerInnen thematisiert werden. Eventuell liegen hierbei geschlechtliche Unterschiede vor. Dass es tatsächlich geschlechtliche Unterschiede gibt, verdeutlicht *Tabelle 30*.

**Tabelle 30: Thematisierte Personengruppen aus dem sozialen Umfeld der TennisspielerInnen – Sprachliche Berichterstattungsebene**

Personengruppen	Tennisspieler		Tennisspielerinnen	
	%	Anzahl	%	Anzahl
TrainerInnen	<b>65,52</b>	19	32,43	12
Aktuelle oder ehemalige PartnerInnen	17,24	5	<b>29,73</b>	11
Familie	13,79	4	10,81	4
TrainingspartnerInnen	3,45	1	8,11	3
Andere	0,0	0	18,92	7
<b>Gesamt</b>	100,0	29	100,0	37

65,52 Prozent aller Personen, die aus dem sozialen Umfeld der Tennisspieler von Seiten der *BILD-Bundesausgabe* vorgestellt worden sind, haben zur Personengruppe der TrainerInnen gehört. Bei den Tennisspielerinnen hat diese Personengruppe nur knapp ein Drittel ausgemacht. Dafür ist bei den Frauen deutlich häufiger auf deren aktuelle oder ehemalige Partner - von Seiten der *BILD-Bundesausgabe* sind keine gleichgeschlechtlichen Beziehungen thematisiert worden, daher an dieser Stelle die rein männliche Formulierung - eingegangen worden. 29,73 Prozent aller Personen, die aus dem sozialen Umfeld der Tennisspielerinnen vorgestellt worden sind, haben zur Personengruppe der aktuellen oder ehemaligen Partner gehört. Bei den Tennisspielern hat die Personengruppe der aktuellen und ehemaligen Partnerinnen lediglich 17,24 Prozent ausgemacht.

Dieser geschlechtliche Unterschied in der prozentualen Verteilung lässt sich folgendermaßen erklären: Der serbische Topspieler Novak Djokovic ist 2015 von der deutschen Tennislegende Boris Becker trainiert worden. Tatsächlich wird, wenn es in der *BILD-Bun-*

*desausgabe* um die TrainerInnen der Tennisspieler geht, nur eine einzige Person namentlich erwähnt: Boris Becker! Diese Form der Berichterstattung lässt sich derart deuten, dass die *BILD-Bundesausgabe* versucht hat, einen Teil der herausragenden Erfolge, die Novak Djokovic 2015 erzielt hat, für die Sportnation Deutschland zu beanspruchen. Novak Djokovic hat nämlich im Jahr 2015 das Wimbledon-Turnier, die US-Open und die Australian Open gewonnen. Damit hat er in diesem Jahr drei der vier Grand-Slam-Turniere gewonnen. Bei den Grand-Slam-Turnieren handelt es sich geschlechterübergreifend um die vier wichtigsten Tennisturniere. Bei diesen Turnieren werden die höchsten Preisgelder ausgeschüttet und die meisten Weltranglistenpunkte vergeben. An dieser Stelle zeigt sich, dass die Produktionsnorm *Ethnozentrismus*, die schon im Hinblick auf die absoluten Zahlen der Texteinheiten eine entscheidende Rolle gespielt hat, auch indirekt Einfluss auf die Flächeninhalte der Texteinheiten genommen hat.

Dass der Beziehungsstatus der Tennisspielerinnen häufiger thematisiert worden ist, lässt sich derart erklären: Neun der elf Nennungen, die auf aktuelle oder ehemalige Partner der Tennisspielerinnen eingehen, entfallen auf Bastian Schweinsteiger und Oliver Pocher. Der *Schweinsteiger-Ivanovic-Effekt*, der bereits auf der visuellen Ebene Wirkmächtigkeit entfaltet hat, spielt auch auf der sprachlichen Berichterstattungsebene eine wichtige Rolle. Hinzu kommt der *Pocher-Lisicki-Effekt*.<sup>472</sup> Oliver Pocher, der als Person des öffentlichen Lebens gilt, weil er im Medium Fernsehen als Komiker, Moderator, Schauspieler und Sänger regelmäßig auftritt, ist im Jahr 2015 mit der deutschen Tennisspielerin Sabine Lisicki zusammen gewesen. Teilweise hat er auch ihre Spiele auf der *WTA Tour* besucht. Da die *BILD Zeitung* in ihrer Funktion als Boulevardzeitung sehr viel über Personen des öffentlichen Lebens berichtet, ist es nicht verwunderlich, dass diese Beziehung viel Berichterstattungsfläche erhalten hat.

»Texteinheiten über Sportlerinnen«, in denen die Beziehungen Schweinsteiger/Ivanovic und/oder Pocher/Lisicki thematisiert worden sind, haben einen durchschnittlichen Flächeninhalt von 185,2 cm<sup>2</sup> erreicht. Dieser Durchschnittswert liegt nochmals deutlich über dem Durchschnittswert, der in *Tabelle 28* für alle »Texteinheiten über Sportlerinnen« ermittelt worden ist, die sich mit dem sozialen Umfeld der Athletinnen auseinandergesetzt haben und bei 141,2 cm<sup>2</sup> gelegen hat.

»Texteinheiten über Sportler«, in denen Boris Becker als Trainer von Novak Djokovic vorgestellt worden ist, haben einen durchschnittlichen Flächeninhalt von 107,7 cm<sup>2</sup> erreicht. Dieser Durchschnittswert entspricht fast exakt dem Durchschnittswert, der in *Tabelle 28* für alle »Texteinheiten über Sportler« ermittelt worden ist, die sich mit dem sozialen Umfeld der Tennisspieler auseinandergesetzt haben. Der entsprechende Durchschnittswert lag bei 105,2 cm<sup>2</sup>.

Dementsprechend lässt sich mit dem besonders hohen Interesse, das die *BILD-Bundesausgabe* an den Beziehungen Schweinsteiger/Ivanovic und Pocher/Lisicki gehabt hat, ein

<sup>472</sup> Auch diese Formulierung ist, ausgehend vom vorliegenden Datenmaterial, selbstständig entwickelt worden.

Interesse, das nochmals höher ausgefallen ist als das an der Trainer/Spieler-Beziehung Becker/Djokovic, erklären, warum die Sportlerinnen in *Tabelle 28* den höheren Durchschnittswert erzielt haben.

**Abbildung 4:** Texteinheiten, in denen Boris Becker als Trainer von Novak Djokovic genannt wird, erhalten besonders viel Berichterstattungsfläche. In diesen Texteinheiten wird häufig der Versuch unternommen, die sportlichen Erfolge von Novak Djokovic der Sportnation Deutschland anzurechnen. Die Überschrift »Boris, der König-Macher von Wimbledon« (BILD-Bundesausgabe am 13. Juli 2015, Seite 13) ist exemplarisch für diesen Versuch

•• Seite 13

Geschafft! Erfolgreich feiert Djokovic nach dem Matchball, nach 40 Duellen mit Federer steht es nun 20:20. Auch im Vorjahr hatte der Serbe mit Boris Becker in Wimbledon gesiegt.  
Foto: SUZANNE PLUNKETT, REUTERS



# Boris, der König-Macher von Wimbledon



Siegerlächeln hoch! Boris freut sich nach dem Match mit der hübschen Djokovic-Gattin Jelen Ristic.  
Foto: FACUNDO ARRIZABALAGA/DPA

## Mit seinem Djokovic verteidigt er den Titel

Von A. STECKER

30 Jahre nach seinem ersten Wimbledon-Titel feiert Boris Becker (47) wieder einen magischen Moment auf dem Heiligen Rasen. Diesmal als Trainer von Novak Djokovic (28).

**Kurios:** Um 17.26 Uhr Ortszeit verwandelt Djokovic seinen Matchball im Finale gegen Roger Federer (33/Schweiz). Genau dieselbe Uhrzeit wie bei Boris 1985.

Der Serbe siegt mit 7:6, 6:7, 6:4, 6:3, verteidigt seinen Titel. Danach beugt er sich herunter und isst ein Stück Gras. Für Djokovic war es der dritte Titel in Wimbledon – genau oft hat Becker als Spieler gewonnen.

**Jetzt ist Boris der König-Macher von Wimbledon!**

Becker am Abend zu BILD: „Das war ein Duell auf absolutem Weltklasse-Niveau. Die Regenpause war gut für uns. Ich konnte in den Katakomben kurz mit Novak sprechen, er war nach dem verlorenen zweiten Satz natürlich erst mal frustriert.“

**Auffällig:** Wie Becker früher ist Djokovic mittlerweile ein Psycho-Riese. Im Finale behält er unter Druck die Nerven. Als Djokovic 7 Satzballen nicht nutzen kann und den 2. Durchgang im Tie-Break verliert, lässt er nicht den Kopf hängen, sondern setzt sofort nach. Djokovic breakt Federer und gibt dem Spiel die entscheidende Wende.

**Diese Jetzt-erst-recht-Mentalität hat er von Boris!**

**Djokovic nach dem Match:** „In den harten Zeiten war Boris da, wie auch mein gesamtes Team. Sie haben mir, zum Beispiel nach der Niederlage in Paris, neuen Mut gegeben.“

**Und:** Djokovic ist emotionaler geworden. Er schreit und pusht sich. Kennt man auch von Boris.

**Für „Beckovic“ ist es ein fantastisches Jahr.** Sieg in Melbourne, Finale in Paris, Sieg in Wimbledon. In der Weltrangliste führt Djokovic mit gewaltigem Abstand.

**Das Verdienst von König-Macher Boris.**

● **Kurios:** Formel 1-Star Lewis Hamilton verpasste das Match, weil er sich nicht an das vorgeschriebene Outfit für die Königliche Box (Jackett, Krawatte) hielt.

## 21. Grand-Slam-Titel

### Jetzt will Serena der größte Champion werden

Jetzt fehlt nur noch ein großer Sieg zur Tennis-Legende.

Serena Williams (33/USA), die das Wimbledon-Finale gegen die Spanierin Garbine Muguruzza 6:4, 6:4 gewann, steht vor dem ultimativen Triumph.

Siegt die Weltranglistenbeste am 12. September im Finale der US Open, hat sie den Grand Slam (alle vier Major-Turniere in einem Jahr) gewonnen. Das schaffen zuvor nur Maureen Connolly (1955), Margaret Court (1970) und Steffi Graf (1988).

Steffi erinnert sich: „Von Wimbledon an ist mir ständig dieser Begriff ‚Grand Slam‘ begegnet. Das war fürchterlich, das hat mich total erschöpft“, sagte sie der „L'Equipe“.

Williams (21 Grand-Slam-Titel) hat Steffi (22) fast eingeholt. Serena nach ihrem sechsten Sieg in Wimbledon: „Ich versuche, der größte Champion zu sein, der ich sein kann.“

Stolz streckt Serena die „Venus Rosewater Dish“ in die Höhe.  
Foto: KIRSTY WIGGLES, WORTH/AP

PLANUNGSSORGEN

KOSTENFALLE

WERTVERLUST

WENIGER SORGENFALT

**Abbildung 5:** Diese Texteinheit ist vom Schweinsteiger/Pocher-Effekt beeinflusst worden. Obwohl sowohl Ana Ivanovic als auch Sabine Lisicki in der 1. Runde der Australian Open 2015 ausgeschieden sind, hat die Texteinheit viel Berichterstattungsfläche erhalten, weil auf die Paarbeziehungen Schweinsteiger/Ivanovic und Pocher/Lisicki ausführlich eingegangen worden ist (BILD-Bundesausgabe am 20. Januar 2015, Seite 9)



Die Schlussfolgerung lautet: *Hypothese 3* steht nicht im Einklang mit den Daten, welche hinsichtlich der Flächeninhalte der Texteinheiten erfasst worden sind. Die Flächeninhalte, die den TennisspielerInnen zugestanden werden, hängen nicht primär von deren sportlichen Erfolgen und ihrer deutschen Herkunft ab. Maßgebend ist stattdessen, wie interessant das soziale Umfeld der SpielerInnen für die BILD-Redaktion ist. TennisspielerInnen, die sich auf Beziehungen mit prominenten Personen einlassen, sind beispielsweise für die BILD-Bundesausgabe besonders interessant. Diesen TennisspielerInnen wird, unabhängig

von ihrer Nationalität und damit auch unabhängig von der Produktionsnorm *Ethnozentrismus*, sehr viel Berichterstattungsfläche eingeräumt. Auch bekannte TrainerInnen, die die deutsche Staatsangehörigkeit vorweisen können, helfen den TennisspielerInnen dabei, mehr Berichterstattungsfläche und damit mehr Aufmerksamkeit von der *BILD-Bundesausgabe* zu erhalten. Insofern spielt die Produktionsnorm *Ethnozentrismus* zumindest indirekt eine Rolle. Diese Schlussfolgerungen gelten geschlechterübergreifend.

Im Untersuchungszeitraum sind die Beziehungen, welche die Tennisspielerinnen Ana Ivanovic und Sabine Lisicki mit prominenten Männern eingegangen sind, primär dafür ursächlich gewesen, dass die Spielerinnen der *WTA Tour* mehr Berichterstattungsfläche als die Spieler der *ATP Tour* erhalten haben. Eine derartige Schwerpunktsetzung, die sprachliche Berichterstattung betreffend, trägt nicht dazu dabei, dass die Tennisspielerinnen von den LeserInnen in erster Linie als leistungsfähige Athletinnen wahrgenommen werden. Insofern kann diese Form der inhaltlichen Schwerpunktsetzung, da sie zur teilweisen *Entsportlichung* der Athletinnen – die erreichte Turnierrunde wird zur Randnotiz – beiträgt, durchaus kritisch betrachtet werden.

### 10.3.2.3 Größere Fotofläche für die Tennisspielerinnen

Es gilt nun zu klären, ob die flächenmäßige Aufmerksamkeitsverteilung auf der visuellen Berichterstattungsebene nach denselben Kriterien erfolgt.

*Tabelle 31* veranschaulicht, dass den »Fotos von Sportlern« und den »Fotos von Sportlerinnen« zusammengerechnet 9.738 cm<sup>2</sup> Fotofläche von der *BILD-Redaktion* zur Verfügung gestellt worden sind. 56,1 Prozent dieser Gesamtfläche entfallen auf die »Fotos von Sportlerinnen«. Damit bleiben für die »Fotos von Sportlern« lediglich 4.278 cm<sup>2</sup> bzw. 43,9 Prozent der Gesamtfläche übrig.

**Tabelle 31: Vollständiger Flächeninhalt der *Fotos von Sportlern* und der *Fotos von Sportlerinnen***

Fotos von	Flächenmäßige Verteilung	
	%	Absolut (in cm <sup>2</sup> )
Sportlern	<b>43,9</b>	4.278
Sportlerinnen	<b>56,1</b>	5.460
<b>Gesamt</b>	100,0	9.738

Dass an dieser Stelle eine geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung zugunsten der Sportlerinnen festgestellt wird, obwohl es hinsichtlich der absoluten Zahlen der Fotos eine geschlechtlich symmetrische Verteilung gegeben hat, lässt nur eine Schlussfolgerung zu: Die »Fotos von Sportlerinnen« müssen im Durchschnitt größer sein als die »Fotos von Sportlern«.

Tatsächlich sind die »Fotos von Sportlerinnen« im Durchschnitt fast 20 cm<sup>2</sup> größer. Die »Fotos von Sportlerinnen« sind durchschnittlich 127,0 cm<sup>2</sup> groß, während die »Fotos von Sportlern« im Durchschnitt nur 109,7 cm<sup>2</sup> groß sind.

#### 10.3.2.4

### Erklärung für die Dominanz der Tennisspielerinnen bei den Fotoflächen: Wirkmächtigkeit der Produktionsnorm Ethnozentrismus

Gemäß dem Forschungsinteresse von *Hypothese 3*, wäre zu klären, ob sich dieser geschlechtliche Unterschied mit den Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* hinreichend erklären lässt. Da alle »Fotos von Sportlern« und »Fotos von Sportlerinnen«, die im Untersuchungszeitraum erfasst worden sind, TennisspielerInnen ausschließlich im Kontext der Einzelwettbewerbe darstellen, stellen die Durchschnittswerte, die soeben für die Fotoflächen präsentiert worden sind, zugleich auch schon die Durchschnittswerte für visuelle Darstellungen von den Einzelwettbewerben dar.

Zunächst wird überprüft, ob die Produktionsnorm *Elite* ganz oder zumindest teilweise erklären kann, warum es bei den durchschnittlichen Fotogrößen geschlechtliche Unterschiede gibt. Damit dies geschehen kann, muss zunächst eine Verbindung zwischen der visuellen und der sprachlichen Berichterstattungsebene erfolgen. Den primären Bildmotiven werden sportliche Leistungen zugeordnet, indem die zu den Fotos dazugehörigen Texteinheiten ausgewertet werden. Diejenige Turnierrunde, die im Zuge der sprachlichen Berichterstattung über einen visualisierten Sportler bzw. eine visualisierte Sportlerin flächenmäßig im Mittelpunkt steht, wird dem primären Bildmotiv als sportliche Leistung zugeordnet.

Basierend auf dieser Regelung, ergeben sich folgende Ergebnisse: Für die »Fotos von Sportlerinnen« lässt sich nicht feststellen, dass die Fläche dieser Fotos mit zunehmendem Erfolg der Athletinnen anwächst. Zwar erreichen diejenigen Fotos, welche Sportlerinnen im Kontext von Finalspielen visualisieren, mit 132,2 cm<sup>2</sup> einen relativ hohen Durchschnittswert, aber Fotos, welche Sportlerinnen im Zuge von Erstrundenspielen zeigen, erreichen mit 195,1 cm<sup>2</sup> einen deutlich höheren Durchschnittswert. Außerdem liegen die Durchschnittswerte für Sportlerinnen-Darstellungen, welche diese im Zuge von Achtelfinal-, Viertelfinal- oder Halbfinalspielen zeigen, jeweils deutlich unter 100 cm<sup>2</sup>, während

der Durchschnittswert für Darstellungen von den *Turnierrunden 2 und 3* bei 118,5 cm<sup>2</sup> liegt.

Ähnlich sieht es bei den Männerdarstellungen aus. Auch hier erreichen Fotos, die Sportler im Zuge der Berichterstattung über Finalspleie zeigen, mit 134,7 cm<sup>2</sup> einen relativ hohen Durchschnittswert, aber dieser Durchschnittswert wird von den Fotos, welche Sportler im Kontext der *Turnierrunden 2 und 3* zeigen, mit 138,5 cm<sup>2</sup> übertroffen. Dieser Durchschnittswert, der für die *Turnierrunden 2 und 3* ermittelt worden ist, liegt ferner deutlich über den Durchschnittswerten, die für die Turnierrunden Achtelfinale (123,6 cm<sup>2</sup>), Viertelfinale (48,7 cm<sup>2</sup>) und Halbfinale (63,0 cm<sup>2</sup>) ermittelt worden sind.

Das Zwischenfazit lautet: Die Produktionsnorm *Elite* liefert keine Erklärung dafür, warum die »Fotos von Sportlerinnen« im Durchschnitt größer gewesen sind als die »Fotos von Sportlern«.

Eventuell lässt sich dieser geschlechtliche Unterschied mit der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* erklären.

Zwecks Überprüfung sind nur Fotos, welche deutsche TennisspielerInnen als primäre Bildmotive zeigen, herangezogen worden. Dabei zeigt sich, wie *Tabelle 32* verdeutlicht, dass die Produktionsnorm *Ethnozentrismus* geschlechterübergreifend für ein Anwachsen der Fotoflächen sorgt. »Fotos von Sportlern«, die deutsche Männer im Zuge der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe zeigen, umfassen durchschnittlich 148,3 cm<sup>2</sup>. Damit liegt dieser Wert deutlich über den 109,7 cm<sup>2</sup>, die nationenübergreifend für alle »Fotos von Sportlern« ermittelt worden sind.

Bei den Sportlerinnen sieht es sehr ähnlich aus. Die »Fotos von Sportlerinnen«, welche deutsche Frauen als primäre Bildmotive zeigen, erreichen mit 148,9 cm<sup>2</sup> einen Durchschnittswert, der deutlich über dem nationenübergreifenden Durchschnittswert für alle »Fotos von Sportlerinnen« (127,0 cm<sup>2</sup>) liegt.

**Tabelle 32: Durchschnittliche Flächeninhalte der *Fotos von Sportlern* und der *Fotos von Sportlerinnen*, welche deutsche SportlerInnen im Zuge der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe als primäre Bildmotive zeigen**

Fotos von	Durchschnittlicher Flächeninhalt (in cm <sup>2</sup> )
Deutschen Sportlern	<b>148,3</b>
Deutschen Sportlerinnen	<b>148,9</b>

Da die Durchschnittswerte in *Tabelle 32* nur um  $0,6 \text{ cm}^2$  voneinander getrennt sind, wirkt es zunächst so, als ob sich auch unter Zuhilfenahme der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* nicht erklären lässt, warum die Sportlerinnen mehr Fotofläche erhalten haben. Hierbei muss aber berücksichtigt werden, dass der Durchschnittswert für die »Fotos von deutschen Sportlern« gebildet worden ist, indem elf entsprechende Fotos ausgewertet worden sind. In die Bildung des Durchschnittswerts für »Fotos von deutschen Sportlerinnen« sind aber 20 und damit neun Fotos mehr eingegangen. Wenn man des Weiteren davon ausgeht, dass jedes dieser neun »Fotos von deutschen Sportlerinnen« im Durchschnitt  $148,9 \text{ cm}^2$  groß gewesen ist und diesen Wert mit neun multipliziert, so ergibt sich daraus eine Gesamtfläche in Höhe von  $1.340,1 \text{ cm}^2$ . Damit lässt sich mit diesen neun Fotos, die es über die deutschen Sportlerinnen mehr gegeben hat, sehr gut erklären, warum in *Tabelle 31* festgestellt worden ist, dass die »Fotos von Sportlerinnen« im Untersuchungszeitraum  $1.182 \text{ cm}^2$  mehr Fotofläche als die »Fotos von Sportlern« erhalten haben.

Das Zwischenfazit lautet: Da in der Sportrealität deutlich mehr deutsche Frauen als Männer an den Turnieren der *ATP/WTA-Tour* teilgenommen haben, ist es nicht verwunderlich, dass die *BILD-Bundesausgabe* mehr deutsche Frauen visualisiert hat. Des Weiteren des Forschungsergebnisses eingedenk, dass die Produktionsnorm *Ethnozentrismus* geschlechterübergreifend dafür sorgt, dass Fotos von deutschen TennisspielerInnen besonders viel Fotofläche erhalten, lässt sich sicherlich mit Hilfe der Produktionsnorm *Ethnozentrismus*, basierend auf der zugrundeliegenden Sportrealität, erklären, warum die Sportlerinnen prozentual und absolut betrachtet mehr Fotofläche als die Sportler erhalten haben. Insofern bestätigt sich *Hypothese 3*, was die **Wirksamkeit der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* im Hinblick auf die Entwicklung der Fotoflächen anbelangt, im Lichte der Daten.**

Wie stark die Produktionsnorm *Ethnozentrismus* für sich alleine ist, verdeutlicht nochmals *Tabelle 33*. Diese Tabelle zeigt, dass TennisspielerInnen mit einem deutschen Pass überdurchschnittlich viel Fotofläche von der *BILD-Bundesausgabe* erhalten und zwar unabhängig von deren sportlichen Erfolgen.

Drei der fünf höchsten Durchschnittswerte, die *Tabelle 33* entnommen werden können, sind von Fotos erzielt worden, die deutsche TennisspielerInnen im Zuge der Berichterstattung über die ersten drei Turnierrunden als primäre Bildmotive zeigen. Dabei erreichen die »Fotos von deutschen Sportlern«, die im Rahmen der Berichterstattung über die *Turnierrunden 2 und 3* abgedruckt worden sind, mit  $209,2 \text{ cm}^2$  geschlechterübergreifend den höchsten Durchschnittswert in *Tabelle 33*. Unter den fünf höchsten Durchschnittswerten dieser Tabelle entfällt lediglich einer auf die Turnierrunden Viertelfinale, Halbfinale und Finale. Dies hängt u.a. damit zusammen, dass weder deutsche Tennisspieler noch deutsche Tennisspielerinnen im Zuge der Berichterstattung über Halbfinalspiele visualisiert worden sind.

**Tabelle 33: Durchschnittlicher Flächeninhalt von Fotos, auf denen deutsche SportlerInnen im Kontext bestimmter Turnierrunden des Einzelwettbewerbs als primäre Bildmotive gezeigt werden**

Turnierrunde	Durchschnittlicher Flächeninhalt (in cm <sup>2</sup> )	
	Deutsche Tennisspieler als primäre Bildmotive	Deutsche Tennisspielerinnen als primäre Bildmotive
Runde 1	13,4	<b>147,7</b>
Runde 2 und Runde 3	<b>209,2</b>	<b>146,8</b>
Achtelfinale	<b>178,7</b>	61,4
Viertelfinale	-	81,1
Halbfinale	-	-
Finale	22,6	<b>201,6</b>

Das Fazit lautet dementsprechend: Während die Flächeninhalte der untersuchten Fotos stark von der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* beeinflusst werden, spielt die Produktionsnorm *Elite* hierbei keine entscheidende Rolle. Außerdem lässt sich das Anwachsen der Fotoflächen, welches durch die Produktionsnorm *Ethnozentrismus* ausgelöst wird, durch besondere sportliche Erfolge der deutschen AthletInnen nicht kontinuierlich weiter steigern. Folglich kann von einem Zusammenwirken der Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus*, was die Größenentwicklung der Fotoflächen anbelangt, nicht gesprochen werden.

Zu klären wäre noch, ob der festgestellte geschlechtliche Unterschied, die Verteilung der Fotoflächen betreffend, wirklich nur mit der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* zusammenhängt. Immerhin ist zu einem früheren Zeitpunkt bereits nachgewiesen worden, dass die Platzierung der Fotos entscheidend davon abhängig ist, ob in den zu den Fotos dazugehörigen Texteinheiten auf das soziale Umfeld der visualisierten SportlerInnen eingegangen wird. Folglich sollte auch überprüft werden, ob die Größe der Fotoflächen ebenfalls mit der Thematisierung des sozialen Umfelds zusammenhängt.

Im Untersuchungszeitraum hat es 24 »Fotos von Sportlern« gegeben, die zusammen mit einer Texteinheit erschienen sind, in welcher das soziale Umfeld des primären Bildmotivs beleuchtet worden ist. Diese »Fotos von Sportlern« sind im Durchschnitt 141,6 cm<sup>2</sup> groß

gewesen. Bei den Frauen sind 26 »Fotos von Sportlerinnen« zusammen mit einer Texteinheit, welche das soziale Umfeld des primären Bildmotivs thematisiert hat, erschienen. Diese 26 Fotos sind im Durchschnitt 132,7 cm<sup>2</sup> groß gewesen.

Geschlechterübergreifend lässt sich Folgendes feststellen: Die Thematisierung des sozialen Umfelds führt dazu, dass der Flächeninhalt der Fotos ansteigt. Nicht umsonst liegen die Durchschnittswerte, die soeben für »Fotos von Sportlern mit sozialem Umfeld« und »Fotos von Sportlerinnen mit sozialem Umfeld« vorgestellt worden sind, über den Durchschnittswerten, die für alle »Fotos von Sportlern« (109,7 cm<sup>2</sup>) und alle »Fotos von Sportlerinnen« (127,0 cm<sup>2</sup>) berechnet worden sind.

Da Männern und Frauen ähnlich viel Fläche - die Durchschnittswerte für »Fotos von Sportlern mit sozialem Umfeld« und »Fotos von Sportlerinnen mit sozialem Umfeld« liegen nur 8,9 cm<sup>2</sup> auseinander – eingeräumt wird, sobald deren soziales Umfeld zum Thema der Berichterstattung wird, hängt die geschlechtlich asymmetrische Verteilung, die im Hinblick auf die Fotoflächen ermittelt worden ist, nur geringfügig mit der Produktionsnorm *soziales Umfeld* zusammen. Denn auch absolut gesehen, hat es fast gleich viele »Fotos von Sportlern mit sozialem Umfeld« und »Fotos von Sportlerinnen mit sozialem Umfeld« (24 zu 26 Fotos) gegeben.

Die Schlussfolgerung lautet: Die festgestellte geschlechtlich asymmetrische Verteilung, die Fotoflächen betreffend, lässt sich weder mit der Produktionsnorm *soziales Umfeld* noch mit der Produktionsnorm *Elite* hinreichend erklären. Dafür hat sich nachweisen lassen, dass der geschlechtliche Unterschied bei den Fotoflächen mit der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* zusammenhängt. **Insofern steht Hypothese 3 zumindest im Einklang mit den Daten, welche die Relevanz der Produktionsnorm Ethnozentrismus nachgewiesen haben.**

Im Hinblick auf die Verteilung der Fotoflächen kann von einer geschlechtergerechten Aufmerksamkeitsverteilung gesprochen werden. Die Verteilung der Fotoflächen hängt, was die Berichterstattung über die ATP- und die WTA-Tour anbelangt, entscheidend mit der Produktionsnorm *Ethnozentrismus* zusammen. Da im Jahr 2015 mehr deutsche Frauen als Männer an den Turnieren der ATP/WTA-Tour teilgenommen haben und insbesondere Fotos mit primären deutschen Bildmotiven geschlechterübergreifend besonders große Berichterstattungsflächen von der *BILD-Bundesausgabe* erhalten haben, lässt sich mit der Sportrealität hinreichend die visuelle Dominanz der Sportlerinnen in der *BILD-Bundesausgabe* erklären. Die Tennisspieler sind von der *BILD-Redaktion* nicht bewusst marginalisiert worden. Hätten sich im Jahr 2015 mehr deutsche Männer als Frauen für die entsprechenden Tennisturniere qualifiziert, hätte die geschlechtliche Flächenverteilung anders ausgesehen. Sie wäre zugunsten der Männer ausgefallen. Die Berichterstattung, die Fotoflächen betreffend, ist auch insofern geschlechtergerecht, als dass sich die Produktionsnorm *soziales Umfeld* geschlechterübergreifend ähnlich positiv auf die Entwicklung der Fotoflächen ausgewirkt hat.

Sowohl für die visuelle als auch für die sprachliche Berichterstattungsebene gilt: Die Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus* scheinen weiterhin, wenn es um die Aufmerksamkeitsverteilung in deutschen Sportprintmedien geht, eine entscheidende Rolle zu spielen.

Sobald zwei Sportereignisse miteinander verglichen werden, die sich hinsichtlich der Nachrichtenfaktoren *gesellschaftliches Prestigelevel* und *Aktualität* nur geringfügig voneinander unterscheiden, beginnen diese beiden Nachrichtenfaktoren Wirkmächtigkeit zu entfalten. So hat sich durch das Zusammenspiel der Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus* begründen lassen, warum im Untersuchungszeitraum mehr Texteinheiten über Tennisspielerinnen erschienen sind. Außerdem konnte nur mit Hilfe des Nachrichtenfaktors *Ethnozentrismus* erklärt werden, warum die Tennisspieler weniger Fotofläche als die Tennisspielerinnen erhalten haben.

Zugleich hat sich aber auch gezeigt, dass sich nicht alle geschlechtlichen Asymmetrien in der Aufmerksamkeitsverteilung auf die Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus* zurückführen lassen. So konnten diese beiden Nachrichtenfaktoren nicht hinreichend erklären, warum die Fotos von Tennisspielerinnen im Untersuchungszeitraum besser platziert worden sind. Dies konnte nur unter Heranziehung des Nachrichtenfaktors *soziales Umfeld* begründet werden. Auch ist der Nachrichtenfaktor *soziales Umfeld* dafür verantwortlich gewesen, dass die Tennisspielerinnen im Untersuchungszeitraum mehr Textfläche als die Tennisspieler erhalten haben.

Insofern bestätigt diese Arbeit, was bereits vorherige empirische Arbeiten zu den deutschen Sportprintmedien herausgearbeitet haben, dass sich die Sportprintmedien beim Selektionsprozess geschlechterübergreifend an den Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* orientieren. Neu ist hingegen die empirische Erkenntnis, dass diese beiden Produktionsnormen erst Wirkmächtigkeit im Selektionsprozess entfalten können, sobald die Nachrichtenfaktoren *Aktualität* und *gesellschaftliches Prestigelevel* konstant gehalten werden. Dass, sobald diese beiden Nachrichtenfaktoren konstant gehalten worden sind, auch der Nachrichtenfaktor *soziales Umfeld* damit beginnt, Wirkmächtigkeit im Prozess der Nachrichtenauswahl und -gewichtung zu entfalten, ist ebenfalls eine Erkenntnis dieser Arbeit, die so in den vorliegenden Forschungsarbeiten zu den deutschen Sportprintmedien bisher nicht herausgearbeitet worden ist.

Gemäß der empirischen Erkenntnis des *Agenda-Setting-Ansatzes*, dass die RezipientInnen die Wichtigkeit eines medialen Beitrages danach beurteilen, wie formale Merkmale in diesem eingesetzt werden, lässt sich aus dieser Erkenntnis folgende Schlussfolgerung ziehen: Würde man die LeserInnen der *BILD-Bundesausgabe* danach fragen, ob für sie im Jahr 2015 die Berichterstattung über die *ATP Tour der Männer* oder die *WTA Tour der Frauen* wichtiger gewesen ist, so würde die Mehrheit antworten, dass die Berichterstattung über die *WTA Tour der Frauen* wichtiger gewesen ist.

Immerhin hat die Berichterstattung über die *WTA Tour* die größeren Text- und Fotoflächen erhalten. Auch im Hinblick auf die Platzierung der Fotos ist die *WTA Tour* gegenüber der *ATP Tour* bevorzugt worden. Den LeserInnen ist durch den geschlechtlich variierenden Einsatz formaler Merkmale der Eindruck vermittelt worden, dass Damentennis im Jahr 2015 wichtiger gewesen ist als Herrentennis. Dieser Eindruck ist nicht vermittelt worden, weil die *BILD-Redaktion* eine Geschlechterhierarchie zugunsten der Tennisspielerinnen herstellen wollte. Stattdessen ist hierbei kühl nach Produktionsnormen vorgegangen worden. Die Tennisspielerinnen haben in stärkerem Maße als die Tennisspieler die Nachrichtenfaktoren *Elite*, *Ethnozentrismus* und *soziales Umfeld* bedient.

## 10.4

### Visuelle Darstellungsformen – Sportlicher Kontext, Aktivitätsgrad und Körperlichkeit des primären Bildmotivs

*Hypothese 4* lautet:

**»Die Sportlerinnen werden seltener als die Sportler in einem sportlichen Kontext visualisiert. Was die visuellen Darstellungen anbelangt, die ausschließlich einen sportlichen Kontext zeigen, gilt ferner Folgendes: Auf diesen Fotos werden die Sportlerinnen häufiger als die Sportler passiv und in Form von Porträt-Darstellungen gezeigt.«**

*Hypothese 4* ist derart formuliert worden, weil der empirische Forschungsstand, was die visuellen Darstellungsformen *sportlicher Kontext*, *Aktivitätsgrad* und *Körperlichkeit des primären Bildmotivs* in deutschen Sportprintmedien anbelangt, eindeutig ist. Im ersten Teil der Arbeit ist ausführlich darauf eingegangen worden, dass viele empirische Forschungsarbeiten zu den deutschen Sportprintmedien zu dem Ergebnis gekommen sind, dass Sportler häufiger – prozentual und absolut betrachtet – als Sportlerinnen in einem sportlichen Kontext gezeigt werden. Auch dass innerhalb dieser visuellen Darstellungen, die einen sportlichen Kontext zeigen, die Sportlerinnen häufiger als die Sportler passiv und in Form von Porträt-Darstellungen visualisiert werden, ist in den vorliegenden Arbeiten empirisch herausgearbeitet worden. Von daher orientiert sich die Formulierung, welche für *Hypothese 4* gewählt worden ist, am empirischen Forschungsstand. In der Forschungsliteratur wird, diese Forschungsergebnisse berücksichtigend, davon gesprochen, dass die deutschen Sportprintmedien eine *Entsportlichung* der Athletinnen vornehmen.

## 10.4.1 Sportlicher Kontext

*Entsportlichung* bedeutet in diesem Zusammenhang u.a., dass die Athletinnen im Vergleich zu den Athleten seltener in einem *sportlichen Kontext* dargestellt werden.<sup>473</sup> Ein sportlicher Kontext liegt in folgenden Fällen vor:

»Das primäre Bildmotiv wird dabei gezeigt, wie es sich auf einen sportlichen Wettkampf oder ein Training vorbereitet, sich in einem sportlichen Wettkampf/Training befindet oder im unmittelbaren zeitlichen Anschluss an den sportlichen Wettkampf oder das entsprechende Training gezeigt. Auf solchen Bildern tragen die primären Bildmotive häufig Sporttextilien.«

**Tabelle 34: Sportlicher Kontext auf den Fotos von Sportlern und den Fotos von Sportlerinnen**

Sportlicher Kontext	Fotos von Sportlern (N=39)		Fotos von Sportlerinnen (N=43)		Fotos von SportlerInnen (N=82)	
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Ja	<b>100,0</b>	39	<b>95,3</b>	41	<b>97,6</b>	80
Nein	0,0	0	4,7	2	2,4	2
<b>Gesamt</b>	100,0	39	100,0	43	100,0	82

Es ist, ausgehend von dieser Kodieranleitung, ermittelt worden, dass die »Fotos von Sportlern« die primären Bildmotive ausschließlich in einem *sportlichen Kontext* zeigen. Bei den »Fotos von Sportlerinnen« sieht es ähnlich aus. 95,3 Prozent aller »Fotos von Sportlerinnen« präsentieren einen *sportlichen Kontext*. Lediglich zwei Fotos bzw. 4,7 Prozent der »Fotos von Sportlerinnen« zeigen keinen *sportlichen Kontext*. Diese Prozentangaben können *Tabelle 34* entnommen werden.

Dementsprechend kann, was diese Darstellungsform anbelangt, nicht davon gesprochen werden, dass die *BILD-Bundesausgabe* geschlechtliche Unterschiede konstruiert. Beide Geschlechter werden fast ausnahmslos in einem *sportlichen Kontext* gezeigt.

<sup>473</sup> Im standardisierten Analysebogen, die visuelle Berichterstattungsebene betreffend, ist unter B.6. festgehalten worden, ob die primären Bildmotive in einem *sportlichen Kontext* dargestellt werden.

## 10.4.2 Aktivitätsgrad

Im Hinblick auf diejenigen Fotos, die einen *sportlichen Kontext* gezeigt haben, ist des Weiteren überprüft worden, wie es mit dem *Aktivitätsgrad* dieser Fotos aussieht. Es gilt zu überprüfen, ob die körperliche Aktivität, die dem Hochleistungssport systemimmanent ist, bei den Sportlern häufiger als bei den Sportlerinnen visuell in Erscheinung tritt. Zu diesem Ergebnis sind mehrere vorliegende Forschungsarbeiten gekommen.

Gemäß der Kodieranleitung, die für *Aktivität* gewählt worden ist, liegt eine aktive Darstellung in folgenden Fällen vor<sup>474</sup>:

*»Auf den Fotos, welche die primären Bildmotive in einem sportlichen Kontext zeigen, sind die SportlerInnen beim Durchführen einer dynamischen Sprung-, Lauf- oder Schlagbewegung zu sehen. In dieser Kategorie werden alle Formen der visuellen Darstellung, die Dynamik und Bewegung suggerieren, zusammengefasst. Dementsprechend werden alle visuellen Darstellungsformen, die nicht dynamisch wirken, unter »Passivität« zusammengefasst.«*

Diese Kodieranleitung hat sich während der Arbeit mit dem Untersuchungsmaterial als zu unspezifisch herausgestellt. Es sind auch dynamische Darstellungen von SportlerInnen abgedruckt worden, die diese zwischen den Ballwechseln oder nach den Spielen jubelnd gezeigt haben. Diese Formen der aktiven Darstellung haben aber nichts mit der sportlichen Dynamik zu tun, die im Wettkampf auftritt und unmittelbar dafür verantwortlich ist, dass herausragende körperliche Leistungen erbracht werden können. Dementsprechend ist die Kodieranleitung folgendermaßen erweitert bzw. präzisiert worden:

*»Da es um Aktivität im Wettkampf gehen soll, werden visuelle Darstellungen, die jubelnde SportlerInnen zeigen, ebenfalls der Kategorie »Passivität« zugeordnet. Zwar stellen Jubelgesten auch aktive Handlungen dar, aber sie gehören nicht unmittelbar zum sportlichen Wettkampf dazu. Die Kategorie »Aktivität« soll ausschließlich die Dynamik erfassen, die während eines Ballwechsels entsteht.«*

Basierend auf diesen Kodieranleitungen, ergeben sich für *Tabelle 35* folgende Forschungsergebnisse: 58,97 Prozent der *»Fotos von Sportlern mit einem sportlichen Kontext«* sind von *Passivität* geprägt. Bei den *»Fotos von Sportlerinnen mit einem sportlichen Kontext«* dominieren ebenfalls die passiven Darstellungen, 63,41 Prozent der entsprechenden Fotos rücken die primären Bildmotive in eine passive Situation.

<sup>474</sup> Im standardisierten Fotobogen musste unter *B.7.* festgehalten werden, ob es sich um eine aktive oder eine passive Darstellung des primären Bildmotivs handelt.

**Tabelle 35: Aktivitätsgrad auf den *Fotos von Sportlern* und den *Fotos von Sportlerinnen* mit einem sportlichen Kontext**

Aktivitätsgrad	Fotos von Sportlern mit einem sportlichen Kontext (N=39)		Fotos von Sportlerinnen mit einem sportlichen Kontext (N=41)		Fotos von SportlerInnen mit einem sportlichen Kontext (N=80)	
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Aktivität	41,03	16	36,59	15	38,75	31
Passivität	<b>58,97</b>	23	<b>63,41</b>	26	<b>61,25</b>	49
<b>Gesamt</b>	100,0	39	100,0	41	100,0	80

Demzufolge kann von einer geschlechtlich variierenden Darstellungsform, den Aktivitätsgrad der Fotos betreffend, nicht gesprochen werden. Sportlerinnen und Sportler werden ähnlich oft in einen aktiven Kontext gerückt. Bei den »*Fotos von Sportlern mit einem sportlichen Kontext*« sind 41,03 Prozent der visuellen Darstellungen aktiv, bei den »*Fotos von Sportlerinnen mit einem sportlichen Kontext*« sind es 36,59 Prozent. Die absoluten Zahlen sind sogar fast identisch. Im Untersuchungszeitraum hat es 16 »*Fotos von Sportlern mit einem sportlichen Kontext*« gegeben, die aktive primäre Bildmotive gezeigt haben, während es bei den »*Fotos von Sportlerinnen mit einem sportlichen Kontext*« 15 von diesen aktiven Darstellungen gegeben hat.

### 10.4.3

#### Körperlichkeit des primären Bildmotivs

Abschließend wäre noch zu klären, wie es mit der *Körperlichkeit* der primären Bildmotive aussieht. Zwecks Beantwortung dieser Frage sind für die Kategorie *Körperlichkeit des primären Bildmotivs* die Unterkategorien *Porträt-*, *Halbkörper-* und *Ganzkörper-Darstellungen* gebildet worden.<sup>475</sup> Eine *Porträt-Darstellung* konzentriert sich auf den Kopf und den Hals des primären Bildmotivs. Der Oberkörper und die Arme dürfen nur geringfügig zu sehen sein.

*Halbkörper-Darstellungen* rücken nicht einseitig das Gesicht und den Hals des primären

<sup>475</sup> Die jeweils passende Unterkategorie musste für Fotos, die einen *sportlichen Kontext* gezeigt haben, im standardisierten Fotobogen unter B.8. festgehalten werden.

Bildmotivs in das Bildzentrum. Stattdessen werden auch große Teile des Körpers abgebildet. Der Körper des primären Bildmotivs darf aber nicht vollständig zu sehen sein.

In Abgrenzung dazu sind Fotomotive, welche den kompletten Körper des primären Bildmotivs gezeigt haben, als *Ganzkörper-Darstellungen* eingestuft worden. *Tabelle 36* verdeutlicht, dass es im Hinblick auf die körperlichen Darstellungsformen der primären Bildmotive kaum geschlechtliche Unterschiede gibt. Geschlechterübergreifend dominieren die *Halbkörper-Darstellungen*. 79,49 Prozent aller »Fotos von Sportlern mit einem sportlichen Kontext« sind *Halbkörper-Darstellungen*. Bei den »Fotos von Sportlerinnen mit einem sportlichen Kontext« sind es 80,49 Prozent.

Geschlechterübergreifend gilt ferner, dass kaum *Porträt-Darstellungen* auftauchen. Gerade diese Fotomotive würden aber, da sie den Körper, der zur Leistungserbringung im Hochleistungssportsystem zwingend notwendig ist, ausklammern, zu einer *Entsportlichung* der AthletInnen beitragen. *Porträt-Darstellungen* machen 2,44 Prozent aller »Fotos von Sportlerinnen mit einem sportlichen Kontext« aus, bei den Männern sind es 5,13 Prozent.

**Tabelle 36: Körperliche Darstellung des primären Bildmotivs**

Körperliche Darstellung	Fotos von				Fotos von SportlerInnen mit einem sportlichen Kontext (N=80)	
	Sportlern mit einem sportlichen Kontext (N=39)		Sportlerinnen mit einem sportlichen Kontext (N=41)		%	Anzahl
	%	Anzahl	%	Anzahl		
Porträt	5,13	2	2,44	1	3,75	3
Halbkörper-Darstellung	<b>79,49</b>	31	<b>80,49</b>	33	<b>80,00</b>	64
Ganzkörper-Darstellung	15,38	6	17,07	7	16,25	13
<b>Gesamt</b>	100,0	39	100,0	41	100,0	80

Auch hinsichtlich der *Ganzkörper-Darstellungen* gibt es keine auffälligen geschlechtlichen Unterschiede. 17,07 Prozent der »Fotos von Sportlerinnen mit einem sportlichen Kontext« gehören dieser Unterkategorie an, bei den »Fotos von Sportlern mit einem sportlichen Kontext« sind es 15,38 Prozent.

Auch die absoluten Zahlen ähneln sich stark: Sechs der untersuchten »Fotos von Sportlern mit einem sportlichen Kontext« sind *Ganzkörper-Darstellungen* gewesen, bei den Sportlerinnen hat es sieben von diesen Fotos gegeben. Was die geschlechterübergreifend

dominierende Unterkategorie *Halbkörper-Darstellungen* anbelangt, sind die absoluten Zahlen fast identisch. Während es 31 entsprechende Darstellungen bei den Männern gegeben hat, sind es bei den Frauen 33 gewesen.

**Abbildung 6:** Beide Fotos, die jeweils Tennisspielerin Sabine Lisicki als primäres Bildmotiv zeigen, haben einen sportlichen Kontext. Während das große Foto aber der Unterkategorie »Aktivität« zugeordnet worden ist, zeigt das kleine Foto eine passive Situation. Auch hinsichtlich der Körperlichkeit des primären Bildmotivs unterscheiden sich die beiden Fotos voneinander. Das große Foto visualisiert eine Ganzkörper-Darstellung, während das kleine Foto eine Halbkörper-Darstellung präsentiert (BILD-Bundesausgabe am 19. Juni 2015, Seite 13)



Nachdem alle drei visuellen Darstellungsformen, die im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 4* relevant gewesen sind, untersucht worden sind, lautet das eindeutige Ergebnis: *Hypothese 4* bestätigt sich im Lichte der vorliegenden Daten nicht. Es gibt keine geschlechtlich variierenden Darstellungsformen, was die Bereiche *sportlicher Kontext*, *Aktivitätsgrad* und *Körperlichkeit des primären Bildmotivs* anbelangt. Die Häufigkeitsverteilungen sind geschlechterübergreifend sehr ähnlich.

Dieses Ergebnis ist insofern erstaunlich, weil es zahlreiche empirische Forschungsarbeiten gibt, die festgestellt haben, dass diese visuellen Gestaltungsformen insbesondere zur *Entsportlichung* der Athletinnen eingesetzt werden. Da die Tennisspielerinnen im Untersuchungszeitraum aber fast ausschließlich in einem sportlichen Kontext gezeigt worden sind und sich unter diesen Fotos mit einem sportlichen Kontext kaum solche befunden haben, die den leistungserbringenden Körper der Athletinnen vollständig ausgeklammert haben, kann von einer *Entsportlichung* der Frauen nicht die Rede sein. Zwar sind die Athletinnen überwiegend in passiven Situationen gezeigt worden, was zur Fortschreibung eines tradierten weiblichen Geschlechterstereotyps beiträgt, da aber auch die Männer überwiegend passiv visualisiert worden sind, folglich keine geschlechtlich variierende Darstellungsform vorliegt, kann auch diese Form der visuellen Berichterstattung nur als geschlechtergerecht bezeichnet werden. Bezüglich des Aktivitätsgrades werden die Kategorien *männlich* und *weiblich* von Seiten der *BILD-Bundesausgabe* visuell sehr ähnlich in Szene gesetzt.

Aus der Bearbeitung von *Hypothese 4* können die folgenden Rückschlüsse gezogen werden: Indem beide Geschlechtskategorien, was die visuellen Darstellungsformen *sportlicher Kontext*, *Aktivitätsgrad* und *Körperlichkeit des primären Bildmotivs* anbelangt, sehr ähnlich dargestellt werden, entsteht bei den RezipientInnen der Eindruck, dass sich beide Geschlechtskategorien im Hinblick auf die Leistungsfähigkeit, die mit dem Körper erbracht werden kann, sehr ähneln. Insofern trägt die *BILD-Redaktion*, was den Einsatz dieser visuellen Darstellungsformen betrifft, nicht zur Manifestation einer Geschlechterhierarchie bei.

Dass die empirischen Erkenntnisse dieser Arbeit im Widerspruch zu vorherigen Forschungsarbeiten stehen, die im Hinblick auf diese drei visuellen Darstellungsformen eine *Entsportlichung* der Athletinnen festgestellt haben, muss nicht zwangsläufig verwundern. Immerhin ist im theoretischen Teil dieser Arbeit davon gesprochen worden, dass im Feld der Sportprintmedien auch ein *bedeutungs-/wissensorientierter Kulturbegriff* greift. Im Kampf um die Zugehörigkeit zur Orthodoxie ist es wichtig, dass sich die Printmedien, was die visuelle und sprachliche Ausgestaltung der Berichterstattung anbelangt, in einigen zentralen Punkten voneinander unterscheiden. Symbole und Zeichen, die zwischen der *BILD-Redaktion* und ihren StammleserInnen ausgehandelt worden sind, müssen nicht zwangsläufig in anderen Tageszeitungen ebenfalls eingesetzt werden. Deshalb kann es auch gut sein, dass andere Sportprintmedien weiterhin, was diese drei visuellen Darstellungsformen betrifft, eine einseitige *Entsportlichung* der Athletinnen vornehmen.

Es muss davon ausgegangen werden, dass diese geschlechtergerechte Form der Berichterstattung, die im Zuge der Bearbeitung von *Hypothese 4* festgestellt worden ist, den RezipientInnen nur bedingt im Gedächtnis bleiben wird. Immerhin liegen aus dem Bereich der Rezeptionsforschung empirische Erkenntnisse vor, die besagen, dass sich die RezipientInnen nach dem Zeitungsstudium insbesondere noch an solche Medieninhalte erinnern können, die ihrem persönlichen Empfinden nach besonders wichtig sind. Wenn man aber berücksichtigt, welche durchschnittlichen Sehbeteiligungen die Übertragungen

von der *ATP Tour der Männer* und der *WTA Tour der Frauen* im Kalenderjahr 2015 erreicht haben, und diese Sehbeteiligungen mit anderen Leistungsklassen vergleicht, die im Vergleich zu den untersuchten Tennis-Leistungsklassen deutlich populärer gewesen sind, so muss angenommen werden, dass die Berichterstattung über andere Leistungsklassen teilweise deutlich stärker in Erinnerung bleiben wird.

Trotz dieser Einschränkung ist es richtig gewesen, die Leistungsklassen *ATP Tour der Männer* und *WTA Tour der Frauen* heranzuziehen, um eine geschlechtervergleichende Inhaltsanalyse vorzunehmen. Keine andere weibliche Leistungsklasse hat es nämlich, das komplette Kalenderjahr 2015 berücksichtigend, geschafft, derart viel visuelle und sprachliche Aufmerksamkeit von der *BILD-Bundesausgabe* zu erhalten.

## 10.5

### Das Aussehen der SportlerInnen - Bedeutung für die visuelle und sprachliche Ausgestaltung der Berichterstattung

*Hypothese 5* lautet:

»Das Aussehen der SportlerInnen führt auf der visuellen und der sprachlichen Berichterstattungsebene nicht dazu, dass von Seiten der *BILD-Redaktion* geschlechtlich variierende Berichterstattungsformen ausgewählt werden.«

Ausgehend von den Erkenntnissen der Attraktivitätsforschung, dass die Effekte eines attraktiven Äußeren geschlechterübergreifend sehr ähnlich sind und ferner dessen eingedenk, dass keine Forschungsarbeiten zum Feld der Sportprintmedien vorliegen, die bisher das *Kournikova-Syndrom* oder den *Beckham-Effekt* hätten empirisch nachweisen können, wird von folgender Grundannahme ausgegangen: Das Aussehen der SportlerInnen führt weder auf der sprachlichen noch auf der visuellen Berichterstattungsebene der *BILD-Bundesausgabe* dazu, dass die Sportler anders als die Sportlerinnen dargestellt werden.

### 10.5.1

#### Visuelle Berichterstattungsebene: Geringe Bedeutung der Attraktivitätsscores und geschlechterübergreifender Verzicht auf Sexualisierungen

Zunächst wird die Richtigkeit dieser Annahme für die visuelle Berichterstattungsebene überprüft.

Mit Hilfe der *Truth of Consensus-Methode* sind den primären weiblichen und männlichen Bildmotiven Attraktivitätsscores zugeordnet worden. Da im Bereich der Attraktivitätsforschung zahlreiche Arbeiten vorliegen, die nicht einmal mit zwei Dutzend RaterInnen, sondern nur mit einem halben Dutzend RaterInnen gearbeitet haben und trotzdem im Bezug auf die Effekte, die von physischer Attraktivität ausgehen, zu signifikanten Ergebnissen gekommen sind<sup>476</sup>, ist entschieden worden, dass die forschungsrelevanten Fotos lediglich sechs RaterInnen vorgelegt werden sollen. Die Gruppe der RaterInnen hat sich aus drei Männern und drei Frauen zusammengesetzt, welche aus meinem sozialen Umfeld ausgewählt worden sind.<sup>477</sup>

Den RaterInnen sind alle Fotos gezeigt worden, die im Zuge der Berichterstattung über die Leistungsklassen *ATP Tour* und *WTA Tour* erschienen sind und dabei aktive TennisspielerInnen als primäre Bildmotive visualisiert haben.

Die RaterInnen mussten, basierend auf einem *Three-Alternatives-Forced-Choice-Verfahren*, entscheiden, ob die primären Bildmotive ihrer Meinung nach »überdurchschnittlich attraktiv«, »durchschnittlich attraktiv« oder »unterdurchschnittlich attraktiv« sind.

Primäre Bildmotive, die als »überdurchschnittlich attraktiv« eingestuft worden sind, haben jeweils den Zahlenwert 2 erhalten. Der Zahlenwert 1 ist allen primären Bildmotiven zugeordnet worden, die als »durchschnittlich attraktiv« bewertet worden sind. Der Wert 0 ist für alle Fotos mit »unterdurchschnittlich attraktiven« primären Bildmotiven vergeben worden.

Basierend auf den Bewertungen, die von den sechs RaterInnen vorgenommen worden sind, konnte so jedem primären Bildmotiv ein durchschnittlicher Attraktivitätswert zugeordnet werden. Dies geschah, indem aus allen sechs Bewertungen jeweils das arithmetische Mittel gebildet worden war. Dieser Durchschnittswert legt den *Attraktivitätsscore* eines jeden Bildmotivs fest. Alle *Attraktivitätsscores* sind auf zwei Dezimalstellen gerundet worden.

Fotos, die einen *Attraktivitätsscore* von weniger als 0,50 erzielt haben, sind als »unterdurchschnittlich attraktiv« eingestuft worden. Primäre Bildmotive, deren *Attraktivitätsscore* bei über 1,49 gelegen hat, haben das Prädikat »überdurchschnittlich attraktiv« erhalten. Alle anderen Zahlenwerte bringen zum Ausdruck, dass die Fotomotive »durchschnittlich attraktiv« gewesen sind.

*Tabelle 37* zeigt, wie sich, basierend auf den getroffenen Zuordnungsregeln, die *Attraktivitätsscores* bei den Männern und Frauen verteilen.

**476** Vgl. Rosar, Ulrich / Hagenah, Jörg / Klein, Markus: »Sind Sportreporter die objektiveren Beobachter? Eine vergleichende Untersuchung zur Beeinflussung professioneller Leistungsurteile durch die physische Attraktivität von Spitzenfußballern.« URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12662-013-0306-8> (Der Zugang zu diesem Artikel ist käuflich erworben worden), Stand: 29.12.2015, S. 213

**477** Allen RaterInnen ist ein standardisierter Bewertungsbogen zugesendet worden. Dieser standardisierte Bewertungsbogen befindet sich auf dem der Arbeit beiliegenden USB-Stick und kann der Datei »Attraktivitätsbeurteilung« entnommen werden. Auf diesem USB-Stick befinden sich auch die Attraktivitätsbeurteilungen, die von den sechs RaterInnen vorgenommen worden sind. Auch diese Dateien tragen jeweils den Namen »Attraktivitätsbeurteilung« und sind zwecks eindeutiger Zuordnung mit den Zahlen eins bis sechs versehen worden.

Geschlechterübergreifend zeigt sich, dass die meisten primären Bildmotive »*durchschnittlich attraktiv*« sind. 76,9 Prozent der primären Bildmotive, die auf »*Fotos von Sportlern*« zu sehen sind, weisen ein durchschnittliches Aussehen vor. Bei den »*Fotos von Sportlerinnen*« sind es 72,1 Prozent.

**Tabelle 37: Attraktivitätsscores der primären Bildmotive**

Attraktivitätsscore	Fotos von				Fotos von SportlerInnen (N=82)	
	Sportlern (N=39)		Sportlerinnen (N=43)			
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Überdurchschnittlich attraktiv	15,4	6	18,6	8	17,1	14
Durchschnittlich attraktiv	<b>76,9</b>	30	<b>72,1</b>	31	<b>74,4</b>	61
Unterdurchschnittlich attraktiv	7,7	3	9,3	4	8,5	7
<b>Gesamt</b>	100,0	39	100,0	43	100,0	82

Dementsprechend kann nicht davon die Rede sein, dass die *BILD-Bundesausgabe* von den SportlerInnen hohe Attraktivitätslevels verlangt, damit diese visualisiert werden können. Lediglich 15,4 Prozent der Männer, die auf »*Fotos von Sportlern*« zu sehen sind, sind »*überdurchschnittlich attraktiv*«. Bei den Frauen sind es 18,6 Prozent der primären Bildmotive, die hohe *Attraktivitätsscores* vorweisen können.

Zu klären wäre noch, ob sich die Sportler von den Sportlerinnen unterscheiden, was die Höhe des durchschnittlichen *Attraktivitätsscores* anbelangt. Immerhin kann der *Attraktivitätsscore*, der für durchschnittliche Attraktivität steht, von 0,50 bis 1,49 reichen.

Nachdem, basierend auf allen *Attraktivitätsscores*, die für »*Fotos von Sportlern*« berechnet worden sind, mit Hilfe des arithmetischen Mittels ein *durchschnittlicher Attraktivitätsscore* für alle »*Fotos von Sportlern*« gebildet worden ist, zeigt sich, dass dieser *durchschnittliche Attraktivitätsscore* bei 0,91 liegt. Für die »*Fotos von Sportlerinnen*« ergibt sich hingegen mit 0,99 ein etwas höherer *durchschnittlicher Attraktivitätsscore*. Damit liegen die geschlechtlichen *Attraktivitätsscores* im Durchschnitt nur um 0,08 Bewertungspunkte auseinander. Von daher kann nicht davon gesprochen werden, dass die Sportlerinnen deutlich attraktiver als die Sportler sein müssen, um von Seiten der *BILD-Bundesausgabe* visualisiert zu werden.

Zum Bereich des Aussehens gehört auch dazu, ob sexualisierte Darstellungen der SportlerInnen abgedruckt werden. Alle sechs RaterInnen sind am Ende des Bewertungsbogens gefragt worden, ob unter denjenigen 82 Fotos, die ihnen zwecks Attraktivitätsbeurteilung vorgelegt worden waren, sexualisierte Darstellungen gewesen wären. Zwecks Erläuterung, was eine sexualisierte Darstellung sein soll, ist den RaterInnen die Definition der *American Psychological Association (APA)* vorgelegt worden, auf die bereits in dieser Arbeit eingegangen worden ist. Alle RaterInnen haben, ausgehend von dieser Definition, die Angabe gemacht, dass geschlechterübergreifend *keine sexualisierten Darstellungen* vorliegen.

Das Fazit, die visuelle Berichterstattungsebene betreffend, lautet: Die primären männlichen und weiblichen Bildmotive unterscheiden sich, was ihr Aussehen anbelangt, kaum voneinander, sofern als Indikator für das Aussehen der SportlerInnen die *Attraktivitäts-scores* herangezogen werden. Geschlechterübergreifend gilt: TennisspielerInnen müssen nicht besonders attraktiv sein, um von der *BILD-Bundesausgabe* visualisiert zu werden. Auch werden beide Geschlechter mit Hilfe der ausgewählten Fotomotive nicht in einen sexuellen Kontext gerückt. **Insofern bestätigt sich Hypothese 5 im Lichte der Daten, die für die visuelle Berichterstattungsebene ermittelt worden sind.** Auch diese Doktorarbeit kann keinen empirischen Beleg für die Richtigkeit des *Kournikova-Syndroms* bzw. des *Beckham-Effekts* liefern. Die SportlerInnen werden auf der visuellen Berichterstattungsebene weder auf ihr Aussehen reduziert noch zu Sexualobjekten degradiert.

## 10.5.2

### Sprachliche Berichterstattungsebene: Verbale Sexualisierung von SportlerInnen als Randphänomen der Berichterstattung

Zwecks Bearbeitung von *Hypothese 5* auf der sprachlichen Berichterstattungsebene wird zunächst überprüft, ob in den »*Texteinheiten über Sportlern*« ähnlich häufig wie in den »*Texteinheiten über SportlerInnen*« auf das Aussehen der AthletInnen eingegangen wird.

Das Forschungsinteresse beschränkt sich auf *nicht funktionale* Beschreibungen und Wertungen des Aussehens der thematisierten AthletInnen. *Nicht funktional* bedeutet dabei, dass Aspekte des Aussehens beschrieben und kommentiert werden, welche in keinem Zusammenhang mit der sportlichen Leistungsfähigkeit der AthletInnen stehen. Darunter fallen alle sprachlichen Äußerungen, welche die TennisspielerInnen hinsichtlich ihrer Attraktivität bewerten. Auch alle Äußerungen zu den Haarfarben und Frisuren der SportlerInnen sind *nicht funktional*. Weder die Attraktivitätslevels noch die Haarfarben/Frisuren der SportlerInnen entscheiden darüber, wie sie im Wettkampf abschneiden, sind dementsprechend für die Leistungserbringung *nicht funktional*. Des Weiteren müssen auch exakte Schilderungen, die sich der Freizeitkleidung der SportlerInnen widmen, als *nicht funktionale* Beschreibungen des Aussehens gewertet werden.

Sprachliche Ausführungen, die sich mit dem Alter, der Muskelkraft, der Sportkleidung oder der Körpergröße der SportlerInnen auseinandersetzen, beschreiben hingegen Aspekte des Aussehens, welche mit den Leistungslevels der SportlerInnen zusammenhängen. Entsprechende Ausführungen werden folglich als *funktional* eingestuft.

Tabelle 38 zeigt, dass in den »Texteinheiten über SportlerInnen« ähnlich häufig wie in den »Texteinheiten über Sportler« nicht funktionale Wertungen und Beschreibungen des Aussehens der AthletInnen erfolgen. Während in 7,3 Prozent der »Texteinheiten über SportlerInnen« entsprechende Wertungen und Beschreibungen auftreten, sind es bei den »Texteinheiten über Sportler« 3,2 Prozent.

**Tabelle 38: Texteinheiten über Sportler und Texteinheiten über SportlerInnen mit nicht funktionalen Beschreibungen/Wertungen des Aussehens der SportlerInnen**

Vorkommen nicht funktionaler Beschreibungen und Wertungen des Aussehens	Texteinheiten über Sportler (N=93)		Texteinheiten über SportlerInnen (N=124)		Texteinheiten über SportlerInnen (N=217)	
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
Ja	3,2	3	7,3	9	5,5	12
Nein	96,8	90	92,7	115	94,5	205
<b>Gesamt</b>	100,0	93	100,0	124	100,0	217

Dass Frauen ähnlich häufig wie Männer hinsichtlich *nicht funktionaler* Aspekte ihres Aussehens von Seiten der *BILD Bundesausgabe* beschrieben und kommentiert werden, ist empirisch nachgewiesen worden. Die Klärung der Frage, auf welche Bereiche des Aussehens hierbei exakt eingegangen wird, steht noch aus.

Zwecks Beantwortung dieser Frage ist Tabelle 39 angefertigt worden. Es zeigen sich geschlechtliche Unterschiede, was die Formen der *nicht funktionalen* Beschreibungen und Wertungen des Aussehens der AthletInnen anbelangt.

66,7 Prozent der *nicht funktionalen* Beschreibungen und Wertungen, die im Hinblick auf das Aussehen der SportlerInnen vorgenommen worden sind, gehören dem Bereich »Bewertung der Attraktivität« an: »Bei der Pressekonferenz hatte die **schöne** Serbin Tränen in den Augen« und »Der Tennis-Star mit den **Modelmaßen** (1,84 m, 69 kg) war super drauf, erreichte in Brisbane das Finale« (jeweils *BILD-Bundesausgabe* am 20. Januar 2015, Seite 9), sind zwei typische Beispiele für sprachliche Ausführungen, die in den Bereich »Bewertung der Attraktivität« eingegliedert worden sind.

Während der Bereich »Bewertung der Attraktivität« bei den Sportlerinnen dominiert, konnte innerhalb der »Texteinheiten über Sportler« keine einzige sprachliche Ausführung ermittelt werden, die diesem Teilbereich hätte zugeordnet werden können. Stattdessen dominieren innerhalb der »Texteinheiten über Sportler« eindeutig diejenigen *nicht funktionalen* Beschreibungen des Aussehens, die sich mit den Frisuren und Haarfarben der Sportler auseinandersetzen. Sie machen 85,7 Prozent aller *nicht funktionalen* Beschreibungen und Wertungen aus, welche die Tennisspieler betreffen. Ein typisches Beispiel für den Bereich »Nennung der Frisur/Haarfarbe« wäre die folgende Textstelle: »Vor Wimbledon hatte »Dreddy«, wie er wegen seiner Dreadlocks genannt wird, in diesem Jahr erst 36.000 Euro zusammengespielt.« (*BILD-Bundesausgabe* am 4. Juli 2015, Seite 9).

**Tabelle 39: Formen der nicht funktionalen Beschreibungen/Wertungen des Aussehens in den Texteinheiten über Sportlern und den Texteinheiten über Sportlerinnen**

Formen der nicht funktionalen Beschreibungen und Wertungen des Aussehens	Tennisspieler		Tennisspielerinnen	
	%	Anzahl	%	Anzahl
Bewertung der Attraktivität	0,0	0	<b>66,7</b>	10
Nennung der Frisur/Haarfarbe	<b>85,7</b>	6	20,0	3
Beschreibung und Bewertung der Freizeitkleidung	14,3	1	13,3	2
<b>Gesamt</b>	100,0	7	100,0	15

Innerhalb der »Texteinheiten über Sportlerinnen« entfallen hingegen nur 20,0 Prozent der *nicht funktionalen* Beschreibungen und Wertungen des Aussehens auf den Bereich »Nennung der Frisur/Haarfarbe«.

Das Fazit für die sprachliche Berichterstattungsebene lautet: Sportlerinnen werden ähnlich häufig wie Sportler hinsichtlich *nicht funktionaler* Aspekte ihres Aussehens beschrieben und bewertet. Es werden aber geschlechtlich variierende Berichterstattungsstile ausgewählt, sobald es zu entsprechenden *nicht funktionalen* Äußerungen kommt. Während mit den Männern sachlich umgegangen wird und in erster Linie wertneutral auf deren Frisuren bzw. Haarfarben eingegangen wird, müssen die Tennisspielerinnen primär Bewertungen über sich ergehen lassen. Die LeserInnen erfahren, ob die thematisierten Sportlerinnen aus Sicht der *BILD-Redaktion* besonders attraktiv sind.

Zu klären wäre noch, ob mit diesen geschlechtlich variierenden Berichterstattungsstilen einhergeht, dass die Sportlerinnen in stärkerem Maße als die Sportler auf der sprachlichen Ebene sexualisiert werden. Die empirische Klärung wird auf Grundlage derjenigen Definition von verbaler Sexualisierung vorgenommen, die von KROLL und RÖSER erarbeitet und bereits in einem vorherigen Kapitel vorgestellt worden ist. Zwecks Veranschaulichung nochmals die entsprechende Definition im Wortlaut:

*»Frauen werden an ihren körperlichen Vorzügen gemessen, die immer wieder betont und hervorgehoben werden. Frauen werden damit auf ihren Körper und ihre Sexualität reduziert oder zumindest immer wieder mit dem Bereich Sexualität in Verbindung gebracht und so in erster Linie als »sexuelle Wesen« definiert.«<sup>478</sup>*

Da alle sprachlichen Ausführungen, die dem Bereich *»Bewertung der Attraktivität«* zugeordnet worden sind, nichts anderes tun, als über die körperliche Schönheit der Tennisspielerinnen zu sprechen und folglich *nicht funktionale* Aspekte des Aussehens der Spielerinnen betonen bzw. hervorheben, finden innerhalb dieser Textstellen Marginalisierungen statt. Die Sportlerinnen werden darauf reduziert, ob sie für außenstehende Personen attraktiv sind.

Dass die *WTA-Turniere* nicht primär dazu da sind, um sich für die ZuschauerInnen attraktiv in Szene zu setzen, sondern um dem Publikum sportliche Höchstleistungen zu bieten, kann den entsprechenden Textpassagen nicht bzw. nur bedingt entnommen werden. Eine Formulierung wie: *»Die US Open sind in diesem Jahr nicht so schön wie sonst...Grund: Maria Scharapowa (28) musste ihre Teilnahme vor dem Start gestern absagen«* (*BILD-Bundesausgabe* am 1. September 2015, Seite 11), trägt dazu bei, dass die Sportlerinnen komplett auf *nicht funktionale* Aspekte ihres Aussehens reduziert werden. Gemäß der Definition von KROLL und RÖSER kann diese Thematisierungsstruktur als verbale Sexualisierung bezeichnet werden. Da die Sportler überhaupt nicht hinsichtlich ihrer Attraktivität beurteilt worden sind, betrifft diese Form der verbalen Sexualisierung ausschließlich die Sportlerinnen!

Auch das Herstellen einer Verbindung zwischen Körper und Sexualität, das laut KROLL und RÖSER ebenfalls zum Bereich der verbalen Sexualisierung dazugehört, erfolgt einzig bei den Sportlerinnen. Exemplarisch sei die folgende Textstelle angeführt, die dem Bereich *»Beschreibung und Bewertung der Freizeitkleidung«* zugeordnet worden ist: *»Ivanovic (Weltranglistenplatz 6) tauschte das Tennis-Dress gegen einen sexy Latex-Anzug«* (*BILD-Bundesausgabe* am 4. März 2015, Seite 10). In demselben Artikel macht die *BILD-Bundesausgabe* deutlich, dass die Sportlerin durch ihren Kleidungsstil zum sexuellen Wesen bzw. Objekt für das andere Geschlecht wird. So heißt es unter Bezugnahme

<sup>478</sup> Röser, Jutta / Kroll, Claudia: »Was Frauen und Männer vor dem Bildschirm erleben. Rezeption von Sexismus und Gewalt im Fernsehen.« Hamm: Griebisch & Rochol Druck GmbH, 1995. S. 13

auf Bastian Schweinsteiger, der zu diesem Zeitpunkt bereits der Partner von Ana Ivanovic gewesen ist: »Schweinsteiger dürfte der Catsuit gefallen« (*BILD-Bundesausgabe* am 4. März 2015, Seite 10).

Wird hingegen bei den Männern auf deren Freizeitkleidung eingegangen, dann ausschließlich beschreibend und ohne jegliche Wertung. Folglich wird auch nicht der Versuch unternommen, die Freizeitkleidung der Tennisspieler in einen sexuellen Kontext zu rücken. So heißt es beispielsweise über den Tennisspieler Andy Murray nur: »Bei seiner Hochzeit am 11. April **trug** Andy Murray (27) **noch Schottenrock**« (*BILD-Bundesausgabe* am 5. Mai 2015, Seite 11).

**Dementsprechend bestätigt sich Hypothese 5 nicht im Lichte der Daten, welche für die sprachliche Berichterstattungsebene ermittelt worden sind, sofern als Indikator für das Aussehen der SportlerInnen ausschließlich nicht funktionale Aspekte des Aussehens herangezogen werden.** Hinsichtlich dieser *nicht funktionalen* Aspekte werden von der *BILD-Redaktion*, in Abhängigkeit vom biologischen Geschlecht der thematisierten SportlerInnen, unterschiedliche Berichterstattungsstile gewählt. So werden etwa ausschließlich die Sportlerinnen verbal sexualisiert und hinsichtlich ihrer Attraktivität beurteilt.

In diesem Zusammenhang ist es aber auch sehr wichtig, zu betonen, dass verbale Sexualisierungen in den Texteinheiten, welche sich mit den Tennisspielerinnen auseinandergesetzt haben, Ausnahmen und nicht die Regel gewesen sind. Von den »Texteinheiten über Sportlerinnen«, von denen es im Untersuchungszeitraum 124 gegeben hat, haben 115 Texteinheiten komplett auf *nicht funktionale* Beschreibungen und Wertungen des Aussehens verzichtet. Ergo kann nicht davon gesprochen werden, dass die besonders attraktiven Tennisspielerinnen im Untersuchungszeitraum einen stark ausgeprägten *Attractiveness Attention Boost* auf der sprachlichen Berichterstattungsebene erhalten hätten.

Dennoch muss kritisch hinterfragt werden, warum es sich die *BILD-Redaktion* anmaßt, die Tennisspielerinnen hinsichtlich ihrer Attraktivität zu beurteilen. Eine derartige Berichterstattung trägt dazu bei, dass die Sportlerinnen einen höheren Standard als die Sportler erfüllen müssen, sofern sie im Zuge der *BILD-Berichterstattung* erwähnt werden wollen. Abgesehen davon, dass die TennisspielerInnen beider Geschlechter, wie diese Arbeit empirisch nachgewiesen hat, über einen deutschen Pass, ein spannendes soziales Umfeld und herausragende sportliche Exzellenz verfügen sollten, um für die *BILD-Redaktion* interessant zu werden, gilt des Weiteren ausschließlich für die Frauen: Auch ein attraktives Äußeres kann dabei behilflich sein, sprachlich von der *BILD-Bundesausgabe* thematisiert zu werden. Da die Tennisspieler nicht hinsichtlich ihrer Attraktivität bewertet worden sind, müssen sie nicht in gleichem Maße darauf achten, diesen Standard zu erfüllen.

Nachdem *Hypothese 5* sowohl für die visuelle als auch für die sprachliche Ebene vollständig bearbeitet worden ist, lassen sich daraus folgende Rückschlüsse ziehen: Auf der visuellen Ebene hat die *BILD-Zeitung* kein Problem damit, Sportler und Sportlerinnen

jenseits der Attraktivitätsnorm in Szene zu setzen. Immerhin werden die Fotos, die in der Zeitung erscheinen, von der *BILD-Redaktion* ausgewählt. Insofern wäre es der Redaktion problemlos möglich gewesen, den visuellen Fokus stärker auf Fotos zu richten, die besonders attraktive TennisspielerInnen zeigen.

Zu klären wäre noch, warum zahlreiche empirische Arbeiten, die sich bisher mit den deutschen Sportprintmedien und Geschlecht auseinandergesetzt haben, festgestellt haben, dass in diesen Printmedien eine einseitige visuelle Sexualisierung der Athletinnen vorgenommen wird, in dieser Arbeit aber überhaupt keine visuellen Sexualisierungen festgestellt werden konnten. Dies könnte mit der Methodik dieser Arbeit zusammenhängen. Während die bisher publizierten Arbeiten in der Regel mit einer Definition von visueller Sexualisierung gearbeitet haben, die jeweils von den VerfasserInnen der entsprechenden Arbeiten konstruiert worden ist, haben in dieser Arbeit die RaterInnen, der *Truth of Consensus-Method* folgend, darüber entschieden, was eine sexualisierte Darstellung ist bzw. wann eine Darstellung als besonders attraktiv zu gelten hat. Diese Methodik ist, da in der Attraktivitätsforschung sehr anerkannt, bewusst verwendet worden.

Auf der sprachlichen Ebene hat die *BILD-Redaktion*, dem *Doing-Gender-Konzept* folgend, dazu beigetragen, dass tradierte Geschlechterstereotype fortgeschrieben werden. An idealisierte Männlichkeit sind von der Redaktion andere Ansprüche als an idealisierte Weiblichkeit gestellt worden. Ausschließlich die Tennisspielerinnen mussten Bewertungen, ihr Aussehen betreffend, über sich ergehen lassen. Bourdieu würde sagen, dass die *BILD-Redaktion* an dieser Stelle gezielt von ihrer symbolischen Macht Gebrauch gemacht hat, um es zum *Reenactment*, also der gezielten Fortschreibung von Geschlechterstereotypen, kommen zu lassen.

Die Frage, ob im Zuge der sprachlichen Berichterstattung über andere Leistungsklassen ebenfalls eine Fortschreibung von tradierten Geschlechterstereotypen durch die *BILD-Bundesausgabe* erfolgt, kann durch diese Arbeit nicht empirisch beantwortet werden. Hierfür wäre es notwendig gewesen, dass auch die anderen Leistungsklassen einer vergleichenden Inhaltsanalyse unterzogen werden. Zukünftige Forschungsarbeiten sollten der Klärung dieser Frage nachgehen.





# 11

## **Einordnung der Forschungsergebnisse und weiterführende Fragen**



# 11

## EINORDNUNG DER FORSCHUNGSERGEBNISSE UND WEITERFÜHRENDE FRAGEN

In dieser Arbeit ist nachgewiesen worden, dass der Großteil der visuellen und sprachlichen Aufmerksamkeit, was die gesamte Sportberichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* angeht, an die Sportler geht. Dieses Ergebnis ist insofern voraussehbar gewesen, weil bereits zahlreiche Forschungsarbeiten, die sich in der Vergangenheit mit den deutschen Sportprintmedien auseinandergesetzt haben, zu dem Ergebnis gekommen sind, dass die gesamte Sportberichterstattung visuell und sprachlich eindeutig von den Männern dominiert wird.

Während die bisher publizierten Forschungsarbeiten aber an dieser Stelle häufig stehen geblieben sind und nicht weiter empirisch überprüft haben, wo die Ursachen für diese geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung liegen könnten, ist diese Arbeit einen Schritt weiter gegangen: Es ist der Indikator »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*« geschaffen worden. Dieser Indikator hat es ermöglicht, alle Leistungsklassen, die in der *BILD-Bundesausgabe* umfangreicher thematisiert worden sind, hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Prestigelevels vergleichen zu können. Ein entsprechendes Ranking, das auf den Prestigelevels der männlichen und weiblichen Leistungsklassen basiert, ist bisher in keiner Forschungsarbeit, die sich mit der Bedeutung der Kategorie Geschlecht in den deutschen Sportprintmedien auseinandergesetzt hat, verwendet worden.

Der entwickelte Indikator hat dabei insbesondere zwei Erkenntnisse zum Vorschein gebracht: Die sportinteressierten RezipientInnen in Deutschland schauen sich deutlich lieber Männer- als Frauensport an, insbesondere im Hinblick auf die Fußballberichterstattung, und die *BILD-Redaktion* orientiert sich bei der Aufmerksamkeitsverteilung in ihrem Printmedium stark an den gesellschaftlichen Prestigelevels der Leistungsklassen. Deshalb kann davon gesprochen werden, dass die *BILD-Bundesausgabe* eine *Infotainment-Orientierung* vornimmt. Die Zeitung passt die Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil an die Bedürfnisse und Wünsche ihrer LeserInnen an. Welche Bedürfnisse und Wünsche die LeserInnen haben könnten, liest die *BILD-Redaktion* daran ab, welche Leistungsklassen im Medium Fernsehen die höchsten durchschnittlichen Sehbeteiligungen erreicht haben. Von daher wird in dieser Zeitung nicht deutlich mehr über Männersport berichtet, weil die Redaktion etwa bewusst die Position der Sportlerinnen schwächen will, sondern weil die *gesellschaftliche Ebene* der Redaktion vorgibt, worüber berichtet werden soll.

Warum die *BILD-Bundesausgabe* den Wünschen der LeserInnen folgt, lässt sich leicht mit Bourdieus Sozialtheorie erklären: Die *BILD-Zeitung* möchte weiterhin der Orthodoxie angehören, dafür muss diese Zeitung aber zunächst ökonomische Erfolge vorweisen können. Hohe Verkaufszahlen stellen sicher, dass die Zeitung ökonomisch erfolgreich bleibt. Da sich die KonsumentInnen nur für den Kauf einer *BILD-Zeitung* entscheiden werden, sofern dort Artikel und Fotos erscheinen, die ihrem Empfinden nach spannend und interessant sind, berichtet die *BILD-Zeitung* in erster Linie über sportliche Leistungsklassen, von denen sich bereits vorangeschaltet im Medium Fernsehen gezeigt hat, dass diese Leistungsklassen für die potentiellen LeserInnen interessant sind.

Ergo berichtet diese Zeitung nur deshalb deutlich mehr über Männersport, weil der wirtschaftliche Erfolg des Mediums über allem steht. Würden die SportlerInnen auf der *gesellschaftlichen Ebene* mehr Anerkennung als die Sportler erfahren, würde die *BILD-Bundesausgabe* sicherlich mehr über Frauensport berichten. Von daher orientiert sich die *BILD-Bundesausgabe* kühl an der Produktionsnorm bzw. dem Nachrichtenfaktor »*Gesellschaftliche Popularität der medial thematisierten Sportereignisse*«. Auch die geschlechterübergreifende Wirkmächtigkeit des Nachrichtenfaktors *Aktualität*, was die gesamte Sportberichterstattung anbelangt, ist in dieser Arbeit empirisch nachgewiesen worden. Damit bestätigt sich, was bereits frühere Arbeiten empirisch nachgewiesen haben: Dem Nachrichtenfaktor *Aktualität* kommt in den deutschen Sportprintmedien eine große Bedeutung zu, wenn es darum geht, die visuelle und sprachliche Aufmerksamkeit zwischen den einzelnen Leistungsklassen zu verteilen.

Diese Doktorarbeit konnte aber nicht klären, warum die sportinteressierten RezipientInnen lieber Männer- als Frauensport verfolgen. Immerhin hat diese Arbeit auch empirisch nachweisen können, dass es weibliche Leistungsklassen gibt, die inzwischen sehr hohe gesellschaftliche Prestigelevels (u.a. Frauen-Biathlon) in Deutschland erreicht haben. Auch gibt es eine Vielzahl von Sportarten, in denen sich die männlichen und weiblichen Leistungsklassen, was ihre Popularität bei den sportinteressierten RezipientInnen anbelangt, kaum voneinander unterscheiden. Dies gilt z.B. für die weibliche Leistungsklasse *WTA-Tour* und die männliche Leistungsklasse *ATP-Tour*.

Doch gerade im Fußballsport, der in der *BILD-Bundesausgabe* eine dominierende Stellung einnimmt, sieht es weiterhin so aus, dass Fußballer viel mehr gesellschaftliche Anerkennung als FußballerInnen erhalten. Hierfür könnte ursächlich sein, dass die sportinteressierten RezipientInnen den Frauenfußball im Vergleich zum Männerfußball als schwach wahrnehmen. Sogar FußballspielerInnen, die ihre sportliche Sozialisation in Deutschland durchlebt haben, sehen ihre eigene Sportart im Vergleich zum männlichen Äquivalent als schwach an und schauen sich deshalb im Medium Fernsehen deutlich lieber Männerfußball an. Ihre Vorliebe für die männliche Variante begründen die SpielerInnen damit, dass biologische Faktoren die Männer im Hinblick auf Schnellkraft und Stärke

begünstigen würden, weshalb es reizvoller sei, ein Spiel der Männer anzuschauen.<sup>479</sup>

Diese Befragungsergebnisse und die Erkenntnisse der Sportbiologie, was den Hochleistungsbereich anbelangt, ernst nehmend, müsste überlegt werden, ob es nicht sinnvoll wäre, das Regelwerk im Bereich Frauenfußball zu verändern. Eventuell könnte auf einem kleineren Feld und mit einem leichteren Ball gespielt werden, damit die Defizite, die von den sportinteressierten RezipientInnen in den Bereichen Schnellkraft und Stärke wahrgenommen werden, beim Frauenfußball nicht mehr so deutlich in Erscheinung treten, sobald Frauenfußball im Medium Fernsehen übertragen wird. Die Frauen haben es, indem sie in den Sportarten Biathlon und Tennis<sup>480</sup> mit anderen Regelwerken als die Männer operieren, geschafft, in diesen beiden Sportarten Prestigelevels zu erreichen, die sich auf einem hohen Niveau befinden und mit den männlichen Prestigelevels dieser Sportarten mithalten können.

Wichtig ist, dass in diesem Zusammenhang eine gesellschaftliche Debatte darüber angeregt wird, was Geschlechtergerechtigkeit bedeuten soll. Ein formell-rechtlicher Gleichstellungsbegriff, der unter Gleichberechtigung im sportlichen Kontext lediglich versteht, dass alle Sportarten für Männer und Frauen geöffnet werden, greift zu kurz. De facto sind alle populären Volkssportarten inzwischen für beide Geschlechter geöffnet worden. Das Frauenfußballverbot, das 1955 vom *DFB (Deutscher Fußball-Bund)* initiiert worden war<sup>481</sup>, gehört etwa längst der Vergangenheit an. Wie die *Mitglieder-Statistik* des *DFBs* aus dem Jahr 2016 zeigt, hat der *DFB* inzwischen geschlechterübergreifend knapp 6,97 Millionen Personen für eine Mitgliedschaft gewonnen, darunter 1,1 Millionen Frauen und Mädchen (bis 16 Jahre).<sup>482</sup>

Die Öffnung des Fußballsports für Frauen und Mädchen hat aber nichts daran geändert, dass Männerfußball bei den sportinteressierten RezipientInnen weiterhin wesentlich beliebter ist. Lediglich Frauenfußballereignisse wie die *FIFA Fußball WM der Frauen 2015*, die nur im Abstand mehrerer Jahre und dann auch nur über kurze Zeiträume ausgetragen werden, schaffen es, relativ hohe gesellschaftliche Popularitätslevels in Deutschland zu generieren. Die Folge dessen ist, dass in der *BILD-Bundesausgabe* über das ganze Jahr 2015 hinweg wenig über Frauenfußball berichtet worden ist. Die Forderung »Gleicher Lohn für gleiche Arbeit« müsste für den Sportraum derart umgewandelt werden: »Vergleichbare Anerkennung für das Ausüben derselben Sportart«. Diese Anerkennung wird der Frauenfußball aber nur erhalten, sofern es ihm gelingt, das Produkt derart zu verändern, dass

**479** Vgl. Werhand, Manuela: »Frauenfußball ist kein Fußball – eine ethnographische Studie zum Phänomen Fußball und der Rolle des Frauenfußballs.« URL: [http://www.zhb.tu-dortmund.de/wilkesmann/fussball/\\_publi/Frauenfussball.pdf](http://www.zhb.tu-dortmund.de/wilkesmann/fussball/_publi/Frauenfussball.pdf), Stand: 12.04.2017. S. 87-89

**480** Bei den Grand-Slam-Turnieren, bei denen es sich um die wichtigsten vier Tennisturniere auf der ATP/WTA-Tour handelt, müssen die Männer im Einzel drei Sätze gewinnen, um eine Runde weiterzukommen. Für die Frauen ist die Regelung getroffen worden, dass sie nur zwei Sätze im Einzel gewinnen müssen, um eine Runde weiterzukommen.

**481** Vgl. Brüggemeier, Franz-Josef: »Aufstieg des Frauenfußballs.« In: »Fußball – mehr als ein Spiel.« Brüggemeier, Franz-Josef (Hrsg.). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2006. S. 35-36

**482** Vgl. Deutscher Fußball-Bund (Hrsg.): »Mitglieder-Statistik 2016.« URL: [http://www.dfb.de/fileadmin/\\_dfbdam/113011-Mitgliederstatistik\\_2016.pdf](http://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/113011-Mitgliederstatistik_2016.pdf), Stand: 12.04.2017. S. 2

es für die ZuschauerInnen interessanter wird. Wie diese Veränderung aussehen könnte, sollte intensiv von den internationalen Fußballfachverbänden erörtert werden.

Des Weiteren hat die vorgenommene Inhaltsanalyse ergeben, dass männliche und weibliche Leistungsklassen, die sich hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Prestigelevels und der Produktion aktueller Ergebnisse kaum voneinander unterscheiden, nicht automatisch gleich viel visuelle und sprachliche Aufmerksamkeit von der *BILD-Bundesausgabe* erhalten.

Die Asymmetrien, die dabei in der Aufmerksamkeitsverteilung festgestellt worden sind, haben sich mit der Wirkmächtigkeit der Produktionsnormen *Elite*, *Ethnozentrismus* und *soziales Umfeld* erklären lassen. Mit Hilfe der Produktionsnormen *Elite* und *Ethnozentrismus* konnte erklärt werden, warum die Tennisspielerinnen mehr Texteinheiten als die Tennisspieler in der *BILD-Bundesausgabe* erhalten haben. Nur auf die Wirkmächtigkeit des Nachrichtenfaktors *Ethnozentrismus* war es zurückzuführen, dass die Tennisspielerinnen im Vergleich zu den Tennisspielern die größere Fotofläche erhalten hatten. Dass von den Nachrichtenfaktoren *Elite* und *Ethnozentrismus* Wirkmächtigkeit ausgeht, was die visuelle und sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung in deutschen Sportprintmedien anbelangt, ist bereits aus früheren Forschungsarbeiten bekannt gewesen. Daran scheint sich weiterhin nichts geändert zu haben.

Dass sich hingegen auch viele geschlechtliche Asymmetrien in der Aufmerksamkeitsverteilung mit der Produktionsnorm *soziales Umfeld* erklären lassen, ist eine empirische Erkenntnis dieser Doktorarbeit, die so für das Feld der deutschen Sportprintmedien bisher nicht herausgearbeitet worden ist. Mit der Wirkmächtigkeit der Produktionsnorm *soziales Umfeld* konnte u.a. begründet werden, warum die Fotos der Tennisspielerinnen besser platziert worden waren und die Tennisspielerinnen im Vergleich zu den Tennisspielern mehr Textfläche erhalten hatten.

Die Schlussfolgerung lautet deshalb: Sobald die *BILD-Zeitung* entscheiden muss, wie die Aufmerksamkeit zwischen männlichen und weiblichen Leistungsklassen verteilt werden soll, die sich hinsichtlich der Nachrichtenfaktoren *gesellschaftliche Popularität* und *Aktualität* kaum voneinander unterscheiden, werden für den Entscheidungsfindungsprozess die Nachrichtenfaktoren *Elite*, *Ethnozentrismus* und *soziales Umfeld* herangezogen. Die SportlerInnen beeinflussen durch ihre sportlichen Erfolge und durch ihr Verhalten im Privatleben, ob die visuelle und sprachliche Aufmerksamkeitsverteilung zugunsten der Männer oder der Frauen ausfällt. Da der Prozess der Aufmerksamkeitsverteilung zunächst ergebnisoffen ist und sich kühl an den soeben beschriebenen drei Produktionsnormen orientiert, kann dieser Prozess nur als geschlechtergerecht bezeichnet werden.

Der *BILD-Redaktion* geht es nicht darum, eine Geschlechtskategorie bei der Aufmerksamkeitsverteilung an den Rand zu drängen und dadurch eine Geschlechterhierarchie entstehen zu lassen. Eher ist anzunehmen, dass sich die *BILD-Bundesausgabe* auch hierbei primär an ökonomischen Prämissen orientiert. Die erfolgreichsten SportlerInnen haben in der Regel die meisten Fans. Außerdem solidarisieren sich die sportinteressierten

RezipientInnen in Deutschland insbesondere mit Mannschaften und Personen, die für Deutschland antreten. Nicht umsonst erzielen Länderspiele, die deutsche Nationalmannschaften zeigen, in der Regel sehr hohe Fernseh-Einschaltquoten. Und dass die LeserInnen der *BILD-Bundesausgabe* über das Privatleben von Personen des öffentlichen Lebens informiert werden wollen, zeigt sich u.a. daran, dass dieses Printmedium über einen sehr umfangreichen Boulevardteil verfügt. Von daher ist anzunehmen, dass die *BILD-Bundesausgabe* ihre verkaufte tägliche Auflage steigern bzw. auf hohem Niveau stabilisieren kann, sofern diese drei Nachrichtenfaktoren entsprechend bedient werden. Auch in diesem Fall erfolgt eine *Infotainment-Orientierung*, die dazu beitragen soll, dass diese Zeitung ihre führende Stellung innerhalb der Orthodoxie sichern kann. Unter diesem Gesichtspunkt kann die Berichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* als geschlechtergerecht eingestuft werden. Sportler und Sportlerinnen müssen die gleichen Kriterien (spannende Begebenheiten in ihrem sozialen Umfeld, Vorweisen eines deutschen Passes usw.) erfüllen, damit sie von dieser Zeitung Aufmerksamkeit erhalten.

Nur die Bedeutung, welche dem Nachrichtenfaktor *soziales Umfeld* zukommt, könnte im Hinblick auf das Geschlechterverhältnis problematisch sein: Diese Arbeit hat empirisch nachweisen können, dass die Männer für ihr sportliches Tun im Bereich Spitzensport mehr gesellschaftliche Anerkennung als die Frauen erfahren. Die Sportler sind, bedingt durch die viel höheren durchschnittlichen Sehbeteiligungen bei Männersportübertragungen im Fernsehen, wesentlich bekannter als die Sportlerinnen. Von daher ist anzunehmen, dass viele Sportler bereits einen derart hohen gesellschaftlichen Bekanntheitsgrad erreicht haben, dass sie überhaupt nicht mehr darauf angewiesen sind, partnerschaftliche Beziehungen mit noch bekannteren Personen eingehen zu müssen, um von der *BILD-Zeitung* Aufmerksamkeit zu erhalten. Folglich wird es für die Berichterstattung über die Sportler ausreichen, sich primär auf deren sportliche Leistungen zu konzentrieren.

Dies könnte insbesondere für die Berichterstattung über die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer* zutreffen, da gerade die Männer, die in dieser Leistungsklasse aktiv sind, gesellschaftlich sehr bekannt sind. Da die Sportlerinnen im Vergleich zu den Fußballspielern wesentlich unbekannter sind, ist anzunehmen, dass es bei den Sportlerinnen wesentlich häufiger vorkommen wird, dass diese ausschließlich oder in erster Linie Aufmerksamkeit erhalten werden, weil sie eine Beziehung mit einer gesellschaftlich noch bekannteren Person eingegangen sind. Der *Pocher-Schweinsteiger-Effekt*, der in dieser Arbeit empirisch nachgewiesen worden ist, geht in diese Richtung. Eine derartige Berichterstattung trägt aber zu einer teilweisen *Entsportlichung* der Frauen bei. Derart, dass das Beziehungsleben der Sportlerinnen in den Mittelpunkt der Berichterstattung rückt, während die sportlichen Leistungen zur Randnotiz werden.

Des Weiteren hat sich ergeben, dass keine geschlechtlich variierenden visuellen Darstellungsformen in der *BILD-Bundesausgabe* vorliegen, was die Themenbereiche *sportlicher Kontext*, *Körperlichkeit des primären Bildmotivs* und *Aktivitätsgrad* betrifft. Beide Geschlechter werden fast ausschließlich in einem sportlichen Kontext gezeigt, ferner dominieren geschlechterübergreifend Halbkörper-Darstellungen, während Por-

trät-Darstellungen, die zu einer *Entsportlichung* der AthletInnen führen würden, kaum vorkommen. Außerdem gibt es von den Sportlern fast exakt so viele aktive Darstellungen wie von den Sportlerinnen.

Diese Forschungsergebnisse, die für die visuelle Berichterstattungsebene gesammelt worden sind, könnten möglicherweise eine Besonderheit der Tennisberichterstattung sein. Immerhin sind die wissenschaftlichen Arbeiten, die sich bisher mit der Konstruktion von Geschlecht in deutschen Sportprintmedien auseinandergesetzt haben, fast ausnahmslos zu dem Ergebnis gekommen, dass Sportlerinnen seltener als Sportler in einem sportlichen Kontext gezeigt werden. Und wenn die Sportlerinnen in einem sportlichen Kontext gezeigt werden, dann häufiger in passiven Situationen als die Sportler. Zukünftige Forschungsarbeiten sollten deshalb untersuchen, wie es in anderen Sportarten mit diesen visuellen Darstellungsformen aussieht. Das Fazit, diese Arbeit betreffend, lautet: Im Hinblick auf die visuellen Darstellungsformen *sportlicher Kontext, Körperlichkeit des primären Bildmotivs* und *Aktivitätsgrad* werden von der *BILD-Bundesausgabe*, was die Tennisberichterstattung angeht, keine tradierten Geschlechterstereotype fortgeschrieben.

Ein weiteres Forschungsergebnis ist, dass die Bedeutung, welche dem Aussehen der SportlerInnen zukommt, stark von der untersuchten Berichterstattungsebene abhängt. Auf der visuellen Ebene spielt das Aussehen der Sportler und Sportlerinnen geschlechterübergreifend keine wichtige Rolle. Die visualisierten SportlerInnen sind größtenteils nur durchschnittlich attraktiv. Folglich kann nicht davon die Rede sein, dass die AthletInnen überdurchschnittlich attraktiv sein müssen, um von der *BILD-Bundesausgabe* visualisiert zu werden. Des Weiteren konnten weder für die Sportler noch für die Sportlerinnen sexualisierte Darstellungen nachgewiesen werden.

Anders sieht es auf der sprachlichen Berichterstattungsebene aus: *Nicht funktionale* Beschreibungen und Wertungen, das Aussehen der SportlerInnen betreffend, kommen bei Männern und Frauen zwar ähnlich häufig vor, sobald entsprechende *nicht funktionale* Beschreibungen und Wertungen vorkommen, werden hierbei aber - in Abhängigkeit vom biologischen Geschlecht der thematisierten Sportler und Sportlerinnen - variierende Berichterstattungsstile gewählt. Während mit den Sportlern wertneutral umgegangen wird und in erster Linie nur deren Frisuren bzw. Haarfarben genannt werden, müssen die Sportlerinnen eine Beurteilung ihrer äußerlichen Attraktivität über sich ergehen lassen. Entsprechende Textpassagen tragen dazu bei, dass die Sportlerinnen verbal sexualisiert werden. Die Sportlerinnen werden auf ihr Aussehen reduziert, während ihre sportliche Leistungsfähigkeit in den Hintergrund rückt. Entsprechende verbale Sexualisierungen kommen zwar nur selten im Untersuchungszeitraum vor, wenn sie aber vorkommen, betreffen sie ausschließlich die Sportlerinnen. Von daher nutzt die *BILD-Redaktion* die Informations- und Positionsmacht, die sie gegenüber den SportlerInnen hat, dafür aus, um die weibliche Geschlechtskategorie einseitig zu sexualisieren.

Diese Form der Berichterstattung, welche die Sportlerinnen teilweise nur auf ihr Aussehen reduziert, während bei den Männern durchgehend die sportliche Leistung im Mittelpunkt

steht, kann nicht als geschlechtergerecht bezeichnet werden. Die LeserInnen, gegenüber denen die *BILD-Zeitung* indirekt Emotionsmacht ausübt, werden so in ihrem Denken über die Kategorie Geschlecht beeinflusst. Den LeserInnen wird der Eindruck vermittelt, dass Sportlerinnen andere Standards als Sportler erfüllen müssen. Während SportlerInnen männlichen und weiblichen Geschlechts die Standards zu erfüllen haben, dass sie sportliche Erfolge, einen deutschen Pass und ein spannendes soziales Umfeld vorweisen sollten, um für die Öffentlichkeit interessant zu werden, wird den LeserInnen ferner suggeriert, dass nur die Sportlerinnen des Weiteren auch äußerlich attraktiv sein müssen, um sprachliche Aufmerksamkeit von den Medien zu bekommen. Dahingehend ist es, dieser unterschiedlichen Standards eingedenk, als positiv zu bewerten, dass die *BILD-Bundesausgabe* anno 2015 in den Texteinheiten über die *WTA Tour der Frauen* überwiegend auf entsprechende *nicht funktionale* Bewertungen des Aussehens verzichtet hat.

Mit Hilfe des gesamten Datenmaterials, das im Zuge dieser Doktorarbeit zusammengetragen worden ist, lässt sich empirisch belegen, dass sich die LeserInnen der *BILD-Bundesausgabe* und die *BILD-Redaktion* beim Prozess der Nachrichtenauswahl und –gewichtung anno 2015 gegenseitig beeinflusst haben. Die RezipientInnen haben, indem sie sich dafür entschieden haben, bestimmten Sportarten und Leistungsklassen im Medium Fernsehen besonders viel Aufmerksamkeit zu schenken, entscheidend darauf Einfluss genommen, welche Sportarten und Leistungsklassen von der *BILD-Bundesausgabe* die meisten Texteinheiten und Fotos erhalten haben.

Auch die hohe Bedeutung, die den Nachrichtenfaktoren *Elite*, *Ethnozentrismus* und *soziales Umfeld* im Hinblick auf die Aufmerksamkeitsverteilung zwischen Leistungsklassen zugekommen ist, die sich hinsichtlich der Nachrichtenfaktoren *gesellschaftliche Popularität* und *Aktualität* nur geringfügig voneinander unterschieden haben, wäre ohne eine entsprechende Billigung durch die LeserInnen nicht möglich gewesen. Bourdieus Sozialtheorie besagt nämlich, dass nur diejenigen AkteurInnen in einem Feld den Zugang zur Orthodoxie erlangen, die den Geschmack vieler Menschen getroffen haben. Von daher scheint es, die hohen Verkaufszahlen der *BILD-Bundesausgabe* im Kalenderjahr 2015 berücksichtigend, dieser Zeitung mit der geschlechterübergreifenden Orientierung an den Nachrichtenfaktoren *Elite*, *Ethnozentrismus* und *soziales Umfeld* gelungen zu sein, den Geschmack zahlreicher Menschen in Deutschland zu treffen. Diese Ausführungen lassen sich auch mit der *Theorie der kognitiven Dissonanz* vereinbaren. Hätten sich die RezipientInnen mit der Orientierung an diesen Nachrichtenfaktoren nicht anfreunden können, hätten sie ihr Printmedium gewechselt, was dazu geführt hätte, dass die *BILD-Zeitung* ihre führende Stellung unter den deutschen Tageszeitungen eingebüßt hätte.

Auf der anderen Seite hat diese Arbeit aber einen empirischen Beleg dafür geliefert, dass die *BILD-Bundesausgabe* die ihr zur Verfügung stehende *Informations-*, *Positions-* und *Emotionsmacht* auch dafür einsetzt, um Geschlechterhierarchien zu manifestieren. Hierarchien, von denen sich nicht sagen lässt, dass diese ausdrücklich im Sinne der LeserInnen geschaffen worden wären. Es ist etwa nachgewiesen worden, dass die *BILD-Bundesausgabe* sowohl visuell als auch sprachlich eine monothematische Berichterstattung vornimmt, die

einseitig die *1. Fußball Bundesliga der Männer* in den Mittelpunkt der Berichterstattung rückt. Es handelt sich hierbei um eine männliche Leistungsklasse, die ohne Zweifel zu den populärsten Leistungsklassen in Deutschland gehört, aber, wie das Datenmaterial der *Media Control* gezeigt hat, nicht so viel populärer als alle anderen Leistungsklassen ist, als dass sich eine derartig einseitige Berichterstattung mit dem gesellschaftlichen Popularitätslevel dieser Leistungsklasse rechtfertigen lassen würde. Von daher hat es auch die *BILD-Redaktion* mit zu verantworten, dass die weiblichen Leistungsklassen in der Berichterstattung des Jahres 2015 marginalisiert worden sind.

Ausgehend von diesen Erkenntnissen, kann nicht davon gesprochen werden, dass die LeserInnen gegenüber der *BILD-Redaktion*, was den Selektionsprozess anbelangt, eine schwache Position einnehmen würden. Arbeiten aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaft, die den Fokus einseitig auf die *Informations-, Positions- und Emotionsmacht* richten, welche die Medien gegenüber den RezipientInnen haben, greifen deshalb zu kurz. Diese Arbeiten unterschätzen die Macht, die von den RezipientInnen ausgeht. In dieser Arbeit ist in diesem Zusammenhang eine stark ausgeprägte *Infotainment-Orientierung* der *BILD-Bundesausgabe* festgestellt worden. Es gibt keinen plausiblen Grund, warum andere Sportprintmedien, die ebenfalls nach dem Zugang zur Orthodoxie streben, nicht auch eine derartige *Infotainment-Orientierung* vornehmen sollten.

Die Forschungsergebnisse, die in dieser Doktorarbeit für die Sportberichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* anno 2015 gesammelt worden sind, sind sicherlich nicht nur hinsichtlich dieses Aspekts, sondern auch im Hinblick auf weitere Aspekte auf andere Sportprintmedien übertragbar. Insbesondere auf diejenigen Sportprintmedien, die genauso wie die *BILD-Zeitung* das Ziel verfolgen, zur Orthodoxie gehören zu wollen. Alle Sportprintmedien, die wirtschaftlich erfolgreich sein wollen, werden in der ersten Phase des Nachrichtenauswahlprozesses den Berichterstattungsschwerpunkt sicherlich auch auf männliche und weibliche Leistungsklassen legen, die in besonderem Maße die Nachrichtenfaktoren *Aktualität* und *gesellschaftliche Popularität* bedienen können. Da insbesondere die männlichen Leistungsklassen den Nachrichtenfaktor *gesellschaftliche Popularität* bedienen können, wird es in allen deutschen Sportprintmedien, die maximale Verkaufszahlen erzielen wollen, weiterhin so sein, dass diese Medien deutlich mehr über Männersport berichten werden. Und dies tun sie eben nicht mit der Zielsetzung, eine bewusste Marginalisierung des Frauensports herbeiführen zu wollen.

Auch gibt es keinen plausiblen Grund, warum andere Sportprintmedien, die ebenfalls ökonomischen Prämissen folgen, in der zweiten Phase des Selektionsprozesses ihre Aufmerksamkeitsverteilung nicht auch kühl an den Produktionsnormen *Elite, Ethnozentrismus* und *soziales Umfeld* ausrichten sollten. Die geschlechterübergreifende Orientierung an diesen Produktionsnormen verspricht immerhin wirtschaftlichen Erfolg. Zukünftige Forschungsarbeiten sollten noch empirisch überprüfen, ob dem Nachrichtenfaktor *soziales Umfeld*, dem in Boulevardzeitungen eine große Bedeutung zukommt, in seriösen Tageszeitungen dieselbe Bedeutung zukommt.

Wie hingegen in anderen Sportprintmedien mit den visuellen Darstellungsformen *sportlicher Kontext*, *Körperlichkeit des primären Bildmotivs* und *Aktivitätsgrad* in einer geschlechtervergleichenden Perspektive umgegangen wird, lässt sich nicht verallgemeinern und müsste jeweils einzeln empirisch überprüft werden. Nur weil in dieser Arbeit, im Hinblick auf die soeben beschriebenen visuellen Darstellungsformen, keine geschlechtlichen Unterschiede aufgetreten sind, muss das in anderen Printmedien nicht auch so sein. Immerhin sind fast alle wissenschaftlichen Arbeiten, die sich vor dieser Dissertation mit der Konstruktion von Geschlecht in deutschen Sportprintmedien auseinandergesetzt haben, zu dem Ergebnis gekommen, dass es hinsichtlich dieser visuellen Darstellungsformen geschlechtliche Unterschiede gibt.

Ähnlich sollte mit den verbalen und visuellen Sexualisierungen verfahren werden: Wie andere Printmedien im Sportteil mit sprachlichen und visuellen Sexualisierungen umgehen, sollte jeweils einzeln empirisch überprüft werden. Auch sollte nicht der Fehler begangen werden, zu glauben, dass die *BILD-Zeitung* inzwischen ressortübergreifend auf sexualisierte Fotos verzichtet, nur weil für den Sportteil nachgewiesen werden konnte, dass dort weder die Tennisspieler noch die Tennisspielerinnen visuell sexualisiert werden.

Seit Jahrzehnten wird der *BILD-Zeitung* bereits vorgeworfen, dass sie eine sexistische Berichterstattung, insbesondere im Hinblick auf die Fotoauswahl, betreiben würde.<sup>483</sup> Dieser Vorwurf, der u.a. auch vom LeserInnen-Beirat der *BILD-Zeitung* geäußert worden ist, hat dazu geführt, dass seit dem Weltfrauentag anno 2012 keine *BILD-Girls* mehr auf der Titelseite dieser Tageszeitung erscheinen. Bei den *BILD-Girls* handelt es sich um Fotos von nackten bzw. kaum bekleideten Frauen. Um den Forderungen des LeserInnen-Beirates gerecht zu werden, ist dazu übergegangen worden, diese sexualisierten Fotos auf der dritten Seite und damit weniger auffällig zu platzieren.<sup>484</sup>

Der *Spiegel*-Journalist Stefan Kuzmany äußerte im Zuge dieses Verschiebungsprozesses in das Blattinnere die Vermutung, dass diese Entscheidung von der Chefredaktion nicht getroffen worden wäre, um für egalitäre Geschlechterrollen in der *BILD-Zeitung* zu sorgen, sondern um den ökonomischen Zielen des Blattes gerecht zu werden. Im Zeitalter des Internets, so Kuzmany, könne das Individuum problemlos an Nacktfotografien und Pornografie kommen, daher würde sich kaum noch jemand ein Exemplar dieser Zeitung kaufen, um die *BILD-Girls* auf der Titelseite bewundern zu können.<sup>485</sup> Da die Forschungsergebnisse dieser Arbeit eindeutig gezeigt haben, dass sich die *BILD-Redaktion* bei der Nachrichtenauswahl und -gewichtung insbesondere an ökonomischen Prämissen orientiert, spricht einiges für die Richtigkeit dieser Vermutung.

**483** Vgl. Weissenburger, Peter: »Es geht nicht um verletzte Gefühle. Die »Bild« gegen Sexismus.« URL: <http://www.taz.de/!5488180/>, Stand: 31.03.2018

**484** Vgl. Weihser, Rabea: »Endlich anzüglich.« URL: <http://www.zeit.de/kultur/2018-03/bild-zeitung-nacktbilder-frauen-seite-drei-sexismus>, Stand: 31.03.2018

**485** Vgl. Kuzmany, Stefan: »Die Letzte hält die Brüste hin.« URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/bild-ohne-seite-1-girl-die-letzte-haelt-die-brueste-hin-a-820310.html>, Stand: 31.03.2018

Seit dem 12. März 2018 verzichtet die *BILD-Zeitung* bei den *BILD-Girls* komplett auf eigens produzierte Oben-ohne-Fotos. Diese Entscheidung ist von der Chefredaktion damit begründet worden, dass diese Fotos die Gefühle der Mitarbeiterinnen und Leserinnen verletzt hätten. Außerdem ist von Seiten der Redaktion deutlich gemacht worden, dass es auch weiterhin die *BILD-Girls*, nur in einem zeitgemäßerem Fotografie-Stil, geben wird.<sup>486</sup> Wie dieser zeitgemäßere Fotografie-Stil aussehen soll, haben die Fotos veranschaulicht, die zusammen mit dieser Stellungnahme veröffentlicht worden sind. Hierbei ist das *BILD-Girl* einmal in Unterwäsche und einmal mit einem transparenten Top, durch das die Brustwarzen zu sehen gewesen sind, gezeigt worden. Dementsprechend haben auch andere deutsche Leitmedien berechtigterweise die Frage aufgeworfen, was an einer derartigen Bildauswahl weniger sexistisch sein soll.<sup>487</sup>

Sexistische Fotos werden folglich auch weiterhin zur Berichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* dazugehören. Zwar wird im unmittelbaren Kontext der Sportberichterstattung auf sexistische Fotomotive verzichtet, zumindest wenn es um die Tennisberichterstattung geht, dafür greifen andere Ressorts weiterhin auf sexistische Fotomotive zurück. Zukünftige Forschungsarbeiten sollten deshalb empirisch untersuchen, wie häufig sexualisierte Fotos von Frauen in einer kompletten Ausgabe der *BILD-Zeitung* erscheinen und ob auch Männer derart abgebildet werden. Im Hinblick auf die Sportberichterstattung müsste noch geklärt werden, ob die Berichterstattung über männliche und weibliche Leistungsklassen, die nicht zur *ATP-* oder zur *WTA-Tour* dazugehören, ebenfalls frei von visuellen Sexualisierungen der SportlerInnen ist.

**486** Vgl. BILD-Redaktion (Hrsg.): »Männer, ihr müsst jetzt ganz stark sein! Das ist neu bei den Bild-Girls!« URL: <https://www.bild.de/news/inland/bild-girls/bild-girl-nicht-mehr-nackt-55067604.bild.html>, Stand: 31.03.2018

**487** Vgl. Halva, Boris: »Bild«-Zeitung ohne oben ohne.« URL: <http://www.fr.de/panorama/sexismus-bild-zeitung-ohne-oben-ohne-a-1466179>, Stand: 31.03.2018





**12**

**Kurzfassungen der  
Forschungsergebnisse**

# 12

## KURZFASSUNGEN

### DER FORSCHUNGSERGEBNISSE

#### 12.1

#### Forschungsergebnisse in deutscher Sprache

Die Sportberichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* im Kalenderjahr 2015 hat sich durch eine geschlechtlich asymmetrische Aufmerksamkeitsverteilung ausgezeichnet. Der Großteil der visuellen und sprachlichen Aufmerksamkeit ist an Leistungsklassen aus dem Bereich männlicher Hochleistungssport gegangen.

Diese vorliegende Asymmetrie hat sich folgendermaßen erklären lassen: Zunächst einmal erhält die Leistungsklasse *1. Fußball Bundesliga der Männer*, eine Leistungsklasse, die ausschließlich von Männern betrieben wird, den Großteil der visuellen und sprachlichen Aufmerksamkeit. Aber auch sobald diese männliche Leistungsklasse ausgeklammert wird, dominiert weiterhin eindeutig die Berichterstattung über Männersport auf der visuellen und sprachlichen Berichterstattungsebene. Ursächlich hierfür ist, dass die beliebtesten Männersportarten Popularitätslevels erzielen, die von den beliebtesten Frauensportarten nicht erreicht werden können. Die *BILD-Bundesausgabe* orientiert sich bei der Aufmerksamkeitsverteilung im Sportteil nämlich entscheidend an diesen Popularitätslevels. Außerdem spielt auch die Produktionsnorm *Aktualität* beim Selektionsprozess, der die gesamte alltägliche Sportberichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* betrifft, geschlechterübergreifend eine entscheidende Rolle.

Sobald die Aufmerksamkeitsverteilung zwischen einer männlichen und einer weiblichen Leistungsklasse untersucht wird, die sich hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Popularitätslevels und der Produktionsnorm *Aktualität* kaum voneinander unterscheiden, zeigt sich Folgendes: Auch hierbei können auf der visuellen und der sprachlichen Berichterstattungsebene Asymmetrien auftreten, die sich mit den Produktionsnormen *Ethnozentrismus*, *Elite* und *soziales Umfeld* erklären lassen.

Was die visuellen Darstellungsformen *sportlicher Kontext*, *Aktivitätsgrad* und *Körperlichkeit des primären Bildmotivs* betrifft, kann die Berichterstattung der *BILD-Bundesausgabe* anno 2015 als geschlechtergerecht bezeichnet werden. Sportler und Sportlerinnen werden, was diese Darstellungsformen anbelangt, sehr ähnlich in Szene gesetzt.

Die Bedeutung, welche dem Aussehen der Sportler und Sportlerinnen zukommt, vari-

iert in Abhängigkeit von der untersuchten Berichterstattungsebene. Auf der visuellen Berichterstattungsebene müssen beide Geschlechter nicht besonders attraktiv sein, um visualisiert zu werden. Auch liegen geschlechterübergreifend keine sexualisierten Fotos vor. Auf der sprachlichen Berichterstattungsebene gibt es hingegen geschlechtliche Unterschiede. Während die Sportlerinnen verbal sexualisiert werden und im Hinblick auf ihre äußerliche Attraktivität Bewertungen der *Bild-Redaktion* über sich ergehen lassen müssen, werden die Sportler weder verbal sexualisiert noch hinsichtlich ihrer Attraktivitätslevels eingestuft.

## 12.2

### Forschungsergebnisse in englischer Sprache

The sports coverage of the »*BILD-Bundesausgabe*« (*BILD-Federal Edition*) in the year 2015 can be characterised as paying asymmetrical attention to genders. The majority of the visual and linguistic attention has gone to sports classes in the area of male top athletes.

The asymmetry present in the case could be explained as follows: To start with the »*1. Fußball Bundesliga der Männer*« (*1st Federal Football League of men*), a class in which exclusively men practice, gains the majority of the visual and linguistic attention. But even if this male class is left aside, the attention to men sports dominates on a visual and linguistic coverage level. The reason for this is that the most popular male dominated sports have popularity levels that can't be reached by the most popular women dominated sports. The »*BILD-Bundesausgabe*« focuses to a great extent on these popularity levels. Furthermore, the selection norm of *up-to-dateness* in the production process, which applies to the whole daily sports coverage of the »*BILD-Bundesausgabe*«, has a decisive role for both genders.

As soon as the dispersal of attention between a male and a female sports class is scrutinized that do not differ significantly according to their societal popularity level and their topicality, the following results can be found: Here too, asymmetries can appear on the visual and linguistic coverage stage, which can be explained by the selection norms of *ethnocentrism, elite and social environment*.

Considering *sporting context, activity level and physicality of the primary picture motive*, the coverage of the »*BILD-Bundesausgabe*« anno 2015 can be described as gender equal. Male athletes and female athletes are, regarding those forms of presentation, displayed very similarly.

The relevance of the physical appearance of the male and female athletes varies depending on the researched coverage stage. On the visual coverage stage both genders do not have to be significantly attractive to be displayed. Also there are no sexualized pictures of either gender. However, on the linguistic level differences are made between the genders. While the female athletes are verbally sexualized and are judged by their physical attractiveness, the male athletes are neither verbally sexualized nor judged by their level of attractiveness.



# 13

## Literaturverzeichnis

# 13

## LITERATURVERZEICHNIS

**Alfermann, Dorothee:** »Geschlechterforschung im Sport. Stereotype, Vorurteile und Diskriminierung« URL: [https://www.uni-leipzig.de/~fragen/uploads/media/Dorothee\\_Alferman\\_Geschlechterforschung\\_im\\_Sport.pdf](https://www.uni-leipzig.de/~fragen/uploads/media/Dorothee_Alferman_Geschlechterforschung_im_Sport.pdf), Stand: 18.04.2015

**Alfermann, Dorothee:** »Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten.« Stuttgart: Kohlhammer Verlag, 1996. S. 7-30

**Aloisi, Anna Maria:** »Geschlecht und Hormone.« In: »Gehirn und Geschlecht. Neurowissenschaft des kleinen Unterschieds zwischen Frau und Mann.« Lautenbacher, Stefan / Güntürkün, Onur / Hausmann, Markus (Hrsg.). Heidelberg: Springer Verlag, 2007. S. 3-18

**Anders, Georg:** »Geschlechterbezogene Partizipation im Spitzensport.« In: »Handbuch Sport und Geschlecht.« Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina (Hrsg.). Schorndorf: Hofmann Verlag, 2006. S. 164-174

**Arnold, Arthur:** »Biologische Grundlagen von Geschlechtsunterschieden.« In: »Gehirn und Geschlecht. Neurowissenschaft des kleinen Unterschieds zwischen Frau und Mann.« Lautenbacher, Stefan / Güntürkün, Onur / Hausmann, Markus (Hrsg.). Heidelberg: Springer Verlag, 2007. S. 19-39

**Artur von Stein:** »Die »Sport-Medien-Spirale« - oder: Spitzensportler im Wirkungszentrum der Massenmedien.« In: »Sportmedien und Mediensport. Wirkungen - Nutzung - Inhalte der Sportberichterstattung.« Hackforth, Josef (Hrsg.). Berlin: Vistas Verlag, 1988. S. 37-56

**Asendorpf, Jens / Neyer, Franz:** »Psychologie der Persönlichkeit.« Berlin/Heidelberg: Springer Verlag, 5. Auflage, 2012

**Baden, Rebecca:** »Die »BILD« will keine eigenen Nacktfotos mehr bringen - und behält trotzdem ihr Sexismus-Problem.« URL: <https://www.vice.com/de/article/mb5zzy/bild-will-keine-eigenen-nacktfotos-mehr-bringen-und-behaelt-trotzdem-sein-sexismus-problem>, Stand: 17.03.2018

**Baller, Susann:** »Selfmademen, Ritter und Fußballlöwen. Männlichkeitsbilder und Fußball in Afrika.« In: »Fußball und Gender. Auf dem Spielfeld der Geschlechter.« Geschäftsstelle des Zentrums für transdisziplinäre Geschlechterstudien der Humboldt-Universität zu Berlin (Hrsg.). Berlin: Universitätsdruckerei der HU, 2007. S. 16-30

**Baumert, Jürgen / Maaz, Kai:** »Das theoretische und methodische Konzept von PISA zur Erfassung sozialer und kultureller Ressourcen der Herkunftsfamilie: Internationale und nationale Rahmenkonzeption.« In: »Herkunftsbedingte Disparitäten im Bildungswesen. Vertiefende Analysen im Rahmen von PISA 2000.« Baumert, Jürgen / Stanat, Petra / Watermann, Rainer (Hrsg.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. S. 11-30

**Beck, Daniel / Kolb, Steffen:** »Die Darstellung von Sportlerinnen und Sportlern in und neben dem Wettkampf – eine Analyse der Berichterstattung über die Ski- und Leichtathletik-Weltmeisterschaften.« In: »Die Sexualisierung des Sports in den Medien.« Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2011. S. 173-192

**Berger, John:** »Sehen. Das Bild der Welt in der Bilderwelt.« Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1974.

**Bernhart, Silke:** »Reziproke Effekte durch Sportberichterstattung. Eine empirische Untersuchung von Spitzensportlern.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008.

**Biathlon-Online.de (Hrsg.):** »Weltcup 2014/2015«. URL: <https://www.biathlon-online.de/ergebnisse/weltcup-2014-2015/>, Stand: 12.12.2017

**Bild Online (Hrsg.):** »Pannen-Start für sexy Susie.« URL: <http://www.bild.de/sport/motorsport/susie-wolff/mit-pannen-start-beim-training-in-silverstone-36674482.bild.html>, Stand: 08.12.2014

**BILD-Redaktion (Hrsg.):** »Männer, ihr müsst jetzt ganz stark sein! Das ist neu bei den Bild-Girls!« URL: <https://www.bild.de/news/inland/bild-girls/bild-girl-nicht-mehr-nackt-55067604.bild.html>, Stand: 31.03.2018

**Boesenberg, Eva:** »Verkehrte Welt? Fußball und hegemoniale Männlichkeit in den USA.« In: »Fußball und Gender. Auf dem Spielfeld der Geschlechter.« Geschäftsstelle des Zentrums für transdisziplinäre Geschlechterstudien der Humboldt-Universität zu Berlin (Hrsg.). Berlin: Universitätsdruckerei der HU, 2007. S. 5-15

**Borngesser, Wibke:** »Die Frauenfußball-WM 2003 in ausgewählten Printmedien. Eine quantitative Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung.« Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2008.

**Bourdieu, Pierre:** »Die verborgenen Mechanismen der Macht.« Hamburg: VSA-Verlag, 1992.

**Bourdieu, Pierre:** »Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital.« URL: <http://unirot.blogspot.de/images/bourdieuKapital.pdf>, Stand: 20.10.2014

**Brüggemeier, Franz-Josef:** »Aufstieg des Frauenfußballs.« In: »Fußball – mehr als ein Spiel.« Brüggemeier, Franz-Josef (Hrsg.). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2006. S. 34-38

**Bublitz, Hannelore:** »Das Maß aller Dinge. Die Hinfälligkeit des (Geschlechts-) Körpers.« In: »Medien – Körper – Geschlecht. Diskursivierungen von Materialität.« Riegra, Birgit / Spreen, Dierk / Mehlmann, Sabine (Hrsg.). Bielefeld: Transcript Verlag, 2012. S. 19-36

**Bundesliga.de (Hrsg.):** »Rahmenterminkalender 15/16: Bundesligastart 14.-16.08.« URL: <http://www.bundesliga.de/de/liga/news/rahmenterminkalender-2015-2016-bundesliga-2-bundesliga-supercup-dfb-pokal.jsp>, Stand: 19.11.2016

**CanfordMaths Channel (Hrsg.):** »Generating random numbers on a calculator.« URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mxHICR-4nGI>, Stand: 10.08.2016

**Cloud, Jaime / Perilloux, Carin:** »»Drawing« conclusions about perceptions of ideal male and female body shapes.« URL: [https://www.researchgate.net/publication/276513535\\_Drawing\\_Conclusions\\_About\\_Perceptions\\_of\\_Ideal\\_Male\\_and\\_Female\\_Body\\_Shapes](https://www.researchgate.net/publication/276513535_Drawing_Conclusions_About_Perceptions_of_Ideal_Male_and_Female_Body_Shapes), Stand: 30.12.2015, S. 163-171

**Commerzbank-Blog (Hrsg.):** »DFB-Kampagne: Der neue Spot der Commerzbank.« URL: <https://blog.commerzbank.de/verantwortung-erleben/14q2/dfb-making-of.html>, Stand: 13.07.2014

**Cornelißen, Waltraud:** »Die geschlechtsspezifische Rezeption von Männer- und Frauenbildern im deutschen Fernsehen.« In: »Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Kommunikation: Ein Textbuch zur Einführung.« Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (Hrsg.). Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, 1994. S. 181-185

**Cramer, Judith / Granitz, Elizabeth / Creedon, Pamela:** »Pandering or empowering? Economics and promotion of women's sports.« In: »Women, media and sport: challenging gender values.« Creedon, Pamela (Hrsg.). Thousand Oakes: SAGE Publications, 1994. S. 181-203

**Creedon, Pamela:** »Women, Media and Sport: Creating and Reflecting Gender Values.« In: »Women, media and sport: challenging gender values.« Creedon, Pamela (Hrsg.). London: Sage Publications, 1994. S. 3-27

**Cunningham, Michael:** »Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty.« In: »Journal of Personality and Social Psychology.« Volume 50, No. 5, 1986. S. 925-935

**Czech, Gerald:** »Die Theorien Pierre Bourdieus. Textfragment zur Diplomarbeit über Sozialstrukturen im Roten Kreuz.« URL: <http://blog.roteskreuz.at/sociologist/files/2009/12/Theorien-Pierre-Bourdieu.pdf>, Stand: 20.10.2014

**Daalman, Angela:** »Fussball und Nationalismus. Erscheinungsformen in Presse- und Fernsehberichten in der Bundesrepublik Deutschland und den Vereinigten Staaten von Amerika am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 1994.« Berlin: Verlagsgesellschaft Tischler GmbH, 1999.

**Dangendorf, Sarah:** »Kleine Mädchen und High Heels. Über die visuelle Sexualisierung frühadoleszenter Mädchen.« Bielefeld: Transcript Verlag, 2012.

**Deuffhard, Peter:** »Was ist ein schönes Gesicht? Auf der Suche nach Kriterien.« In: »Ist Schönheit messbar? Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. Jahrgang 38. Heft 152.« Klein, Wolfgang / Schnell, Ralf / Haubrichs, Wolfgang / Franceschini, Rita (Hrsg.). Stuttgart - Weimar: Verlag J.B. Metzler, 2008. S. 42-71

**Deutscher Fußball-Bund (Hrsg.):** »Mitglieder-Statistik 2016.« URL: [http://www.dfb.de/fileadmin/\\_dfbdam/113011-Mitgliederstatistik\\_2016.pdf](http://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/113011-Mitgliederstatistik_2016.pdf), Stand: 12.04.2017

**Deutscher Fußball-Bund (Hrsg.):** »Mitglieder-Statistik 2017.« URL: [https://www.dfb.de/fileadmin/\\_dfbdam/141295-Mitglieder-Statistik\\_2017\\_final.pdf](https://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/141295-Mitglieder-Statistik_2017_final.pdf), Stand: 11.09.2017

**DFG-Graduiertenkolleg der Universität Leipzig (Hrsg.):** »Religiöser Non-konformismus und kulturelle Dynamik.« URL: <https://mahara.uni-leipzig.de/artefact/file/download.php?file=134&view=54>, Stand: 20.10.2014

**Diekmann, Andreas:** »Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen.« Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 18. Auflage, 2007.

**Diketmüller, Rosa:** »10 Millionen vor den Fernsehern« - Frauenfußball in der medialen Darstellung.« In: »Auf den Spuren des Frauen- und Mädchenfußballs.« Sinning, Silke (Hrsg.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa, 2012. S. 188-213

**Duncan, Margaret / Willms, Nicole / Messner, Michael:** »The Revolution Is Not Being Televised.« In: »Out of Play. Critical Essays on Gender and Sport.« Messner, Michael (Hrsg.). New York: States University of New York, 2007. S. 155-165

**Ebermann, Erwin:** »Die Grundpopulation: worüber wir Aussagen machen.« URL: <http://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/quantitative/quantitative-10.html>, Stand: 10.08.2016

**Ebermann, Erwin:** »Zufallsstichproben.« URL: <http://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/quantitative/quantitative-18.html>, Stand: 10.08.2016

**Eilders, Christiane:** »Nachrichtenfaktoren und Rezeption: Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen.« Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997

**Embacher, Serge:** »Selbstverschuldete Unmündigkeit. Überlegungen zu den normativen Grundlagen einer Kritik der Öffentlichkeit.« Berlin: Dissertation zur Erlangung des Grades eines Doktors der Philosophie am Fachbereich Politische Wissenschaft der Freien Universität Berlin, 2001.

**Eurosport.de (Hrsg.):** »ATP - Kalender/Ergebnisse.« URL: [http://www.eurosport.de/tennis/atp/calendar-result\\_sea89.shtml](http://www.eurosport.de/tennis/atp/calendar-result_sea89.shtml), Stand: 31.12.2016

**Eurosport.de (Hrsg.):** »WTA - Kalender/Ergebnisse.« URL: [http://www.eurosport.de/tennis/wta/calendar-result\\_sea89.shtml](http://www.eurosport.de/tennis/wta/calendar-result_sea89.shtml), Stand: 31.12.2016

**Fachbereich Psychologie der Universität Freiburg:** »Übung Qualitative Methoden. Samplingtechniken.« URL: <https://www.psychologie.uni-freiburg.de/studium.lehre/bachelor.of.science/skripte/frueheresem.html/QualitativeMethoden/7samplingtechniken>, Stand: 10.08.2016

**Ferris, E.A.E.:** »Gender verification testing in sport.« In: British Medical Bulletin, Vol. 48, No. 3, 1992. S. 683-697

**Feyerabend, Paul:** »Wider den Methodenzwang. Skizze einer anarchistischen Erkenntnistheorie.« Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1976.

**FIFA.com (Hrsg.):** »FIFA Frauen-Weltmeisterschaft Kanada 2015. Spiele.« URL: <http://de.fifa.com/womensworldcup/matches/>, Stand: 19.11.2016

**Fis.de (Hrsg.):** »Next Events Fis World Cup.« URL: [http://data.fis-ski.com/alpine-skiing/calendar.html?place\\_search=&seasoncode\\_search=2015&sector\\_search=AL&date\\_search=&gender\\_search=l&category\\_search=WC&codex\\_search=&nation\\_search=&disciplinecode\\_search=&search=Search&limit=50&date\\_from=today](http://data.fis-ski.com/alpine-skiing/calendar.html?place_search=&seasoncode_search=2015&sector_search=AL&date_search=&gender_search=l&category_search=WC&codex_search=&nation_search=&disciplinecode_search=&search=Search&limit=50&date_from=today), Stand: 31.12.2016 (Erste Saisonhälfte 2015)

**Fis.de (Hrsg.):** »Next Events Fis World Cup.« URL: [http://data.fis-ski.com/alpine-skiing/calendar.html?place\\_search=&seasoncode\\_search=2016&sector\\_search=AL&date\\_search=&gender\\_search=l&category\\_search=WC&codex\\_search=&nation\\_search=&disciplinecode\\_search=&search=Search&limit=50&date\\_from=today](http://data.fis-ski.com/alpine-skiing/calendar.html?place_search=&seasoncode_search=2016&sector_search=AL&date_search=&gender_search=l&category_search=WC&codex_search=&nation_search=&disciplinecode_search=&search=Search&limit=50&date_from=today), Stand: 31.12.2016 (Zweite Saisonhälfte 2015)

**Flick, Uwe:** »Triangulation. Eine Einführung.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 3. Auflage, 2011

**Flohr, Markus / Popp, Maximilian:** »Anerkennung ausländischer Abschlüsse: Migrationsrat geißelt «Zuständigkeitsdschungel».« URL: <http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/sachverstaendigenrat-migration-kritisiert-erkennungsgesetz-a-893870.html>, Stand: 15.11.2014

**Frey, Hans-Peter:** »Theorie der Sozialisation. Integration von system- und rollentheoretischen Aussagen in einem mikrosoziologischen Ansatz.« Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag, 1974.

**Fritz, Sandra:** »Männer spielen schnell und athletisch – Frauen technisch versierter.« In: »Auf den Spuren des Frauen- und Mädchenfußballs.« Sinning, Silke (Hrsg.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa, 2012. S. 185-187

**Früh, Werner:** »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 6. Auflage, 2007.

**Früh, Werner:** »Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 7. Auflage, 2011.

**Galtung, Johan / Ruge, Mari Holmboe:** »The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba und Cyprus crises in four Norwegian newspapers.« URL: [http://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page_scan_tab_contents), Stand: 11.09.2017

**Geiger, Stefan:** »Intersexualität. Das dritte Geschlecht.« URL: <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.intersexualitaet-das-dritte-geschlecht.cf6e2cbe-fec-45bc-a842-7107cab49151.html>, Stand: 19.10.2014

**Gender Institut Bremen (Hrsg.):** »Gender Gap.« URL: <http://www.genderinstitut-bremen.de/glossar/gender-gap.html>, Stand: 18.10.2014

**Gerhard, Heinz:** »Fußball im Fernsehen. Wie die Tiefe des Raumes die Höhe der Einschaltquoten bestimmt.« In: »Fußball - Fernsehen - Politik.« Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. S. 44-70

**Gieß-Stüber, Petra:** »Frauen- und Geschlechterforschung im Sport. Forschungsfelder, Entwicklungen und Perspektiven.« URL: <http://budrich-journals.de/index.php/fgs/article/viewFile/492/458>, Stand: 11.09.2017

**Gleichstellungsbüro der Universität Göttingen (Hrsg.):** »Geschlechtergerechte Sprache.« URL: <http://www.uni-goettingen.de/de/113200.html>, Stand: 18.10.2014

**Goodfellow, Peter / Lovell-Badge, Robin:** »SRY and sex determination in mammals.« Annual Review of Genetics, Ausgabe 27, 1993. S. 71-92

**Greendorfer, Susan L. / Kane, Mary Jo:** »The media's role in accommodating and resisting stereotyped images of women in sport.« In: »Women, media and sport: challenging gender values.« Creedon, Pamela (Hrsg.). London: Sage Publications, 1994. S. 28-44

**Gründl, Martin / Braun, Christoph / Marberger, Claus / Scherber, Christoph:** »Beautycheck. Ursachen und Folgen von Attraktivität.« URL: [http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty\\_mi\\_zensiert.pdf](http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty_mi_zensiert.pdf), Stand: 03.12.2015, S. 1-48

**Hagemann-White, Carol:** »Der Umgang mit Zweigeschlechtlichkeit als Forschungsaufgabe.« In: »Erfahrung mit Methode. Wege sozialwissenschaftlicher Frauenforschung.« Diezinger, Angelika / Kitzer, Hedwig / Anker, Ingrid / Bingel, Irma / Haas, Erika / Odierna, Simone (Hrsg.). Freiburg im Breisgau: Kore Verlag, 1994. S. 301-318

**Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus:** »Physical attractiveness and monetary success in German Bundesliga.« URL: <https://www.researchgate.net/requests/r15522443> (Der Artikel kann nur geöffnet werden, sofern zuvor ein Account bei *Researchgate* erstellt worden ist und Herr Prof. Dr. Rosar eine Nutzungserlaubnis erteilt hat), Stand: 10.01.2016

**Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus:** »Physische Attraktivität und individuelles Leistungsverhalten. Oder: Warum und wann unattraktive Männer die besseren Fußballer sind.« URL: [http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt\\_10\\_01.pdf](http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt_10_01.pdf), Stand: 29.12.2015, S. 51-68

**Hagenah, Jörg / Rosar, Ulrich / Klein, Markus:** »Sind Sportreporter die objektiveren Beobachter? Eine vergleichende Untersuchung zur Beeinflussung professioneller Leistungsurteile durch die physische Attraktivität von Spitzenfußballern.« URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12662-013-0306-8> (Zugang ist käuflich erworben worden), Stand: 29.12.2015, S. 206-221

**Halva, Boris:** »»Bild«-Zeitung ohne oben ohne.« URL: <http://www.fr.de/panorama/sexismus-bild-zeitung-ohne-oben-ohne-a-1466179>, Stand: 31.03.2018

**Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina:** »Die Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Sportkommunikation.« In: »Die Visualisierung des Sports in den Medien.« Schierl, Thomas (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2008. S. 111-130

**Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina:** »Germany. The 2004 Olympic Games in German Newspapers - Gender Equitable Coverage?« In: »Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage.« Bruce, Toni / Hovden, Jorid / Markula, Pirkko (Hrsg.). Rotterdam: Sense Publishers, 2010. S. 115-126

**Hartmann-Tews, Ilse:** »Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport und in den Sportwissenschaften.« In: »Handbuch Sport und Geschlecht.« Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina (Hrsg.). Schorndorf: Hofmann Verlag, 2006. S. 40-53

**Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina:** »Zur Geschlechterordnung in den Sportmedien - Traditionelle Stereotypisierungen und Ansätze ihrer Auflösung.« In: »Handbuch Medien, Kommunikation und Sport.« Schierl, Thomas (Hrsg.). Schorndorf: Hofmann-Verlag, 2007. S. 137-154

**Hauer, Stefanie:** »Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland.« Münster: LIT Verlag, 2012.

**Haug, Frigga:** »Leistung muß sich wieder lohnen.« In: »Hat die Leistung ein Geschlecht? Erfahrungen von Frauen.« Wollmann, Eva / Haug, Frigga (Hrsg.). Hamburg: Argument-Verlag, 1993. S. 11-30

**Hausmann, Markus:** »Kognitive Geschlechtsunterschiede.« In: »Gehirn und Geschlecht. Neurowissenschaft des kleinen Unterschieds zwischen Frau und Mann.« Lautenbacher, Stefan / Güntürkün, Onur / Hausmann, Markus (Hrsg.). Heidelberg: Springer Verlag, 2007. S. 105-123

**Hellerman, Steven / Markovits, Andrei:** »Im Abseits. Fußball in der amerikanischen Sportkultur.« Hamburg: Hamburger Edition, 2002.

**Highlen, Pamela:** »Reawakening to the Co-Essence Model of Sport. Stanford's Tara Van Derveer leads the way.« In: »Women, media and sport: challenging gender values.« Oaks: Sage Publications, 1994. S. 314-338

**Höfer, Andreas:** »Der Olympische Friede. Anspruch und Wirklichkeit einer Idee.« Sankt Augustin: Academia Verlag, 1994.

**Hollenbach, Michael / Schmaus, Stephanie:** »Ein Friedhof für Fußballfans.« URL: <http://www.dw.de/ein-friedhof-f%C3%BCr-fu%C3%9Fballfans/a-16459797>, Stand: 21.11.2014

**Holschbach, Susanne:** »Posieren für die Heteronormativität – aktuelle Modefotografie im Gender-Mainstream.« In: »Sex/ismus und Medien.« Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika (Hrsg.). Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 201-214

**International Olympic Committee (Hrsg.):** »IOC regulations on female hyperandrogenism. Games of the XXX Olympiad in London, 2012.« URL: <http://unique-sportstime.de/site/wp-content/uploads/2012-06-22-IOC-Regulations-on-Female-Hyperandrogenism-eng.pdf>, Stand: 16.08.2017

**Jansen, Mechtild:** »»Gesamtgesellschaftliche Arbeitsteilung« – oder: Ein Kontinuum von Freiheit, Sozialität und Demokratie.« In: »Was ist Leistung?« Überparteiliche Fraueninitiative Berlin – Stadt der Frauen e.V. (Hrsg.). Berlin: Duruprint Berlin, 2013. S. 52-61

**Janssen-Jurreit, Marielouise:** »Sexismus. Über die Abtreibung der Frauenfrage.« München-Wien: Carl Hanser Verlag, 1976.

**Kardorff, Ernst:** »Qualitative Sozialforschung – Versuch einer Standortbestimmung.« In: »Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen.« Flick, Uwe / Kardorff, Ernst / Keupp, Heiner / Rosenstiel, Lutz / Wolff, Stephan (Hrsg.). München: Psychologie Verlags Union, 1991. S. 3-8

**Kelle, Udo:** »Empirisch begründete Theoriebildung. Zur Logik und Methodologie interpretativer Sozialforschung.« Weinheim: Deutscher Studien Verlag, 1994.

**Kepplinger, Hans Mathias:** »Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren.« In: »Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben.« Scherer, Helmut / Holtz-Bacha, Christina / Waldmann, Norbert (Hrsg.). Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1998. S. 19-38

**Kepplinger, Hans Mathias:** »Journalismus als Beruf. Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011

**Kicker.de (Hrsg.):** »DFB-Pokal - 2014/15.« URL: <http://www.kicker.de/news/fussball/dfbpokal/termine/dfb-pokal/2014-15/termine.html>, Stand: 31.12.2016

**Kicker.de (Hrsg.):** »DFB-Pokal - 2015/16.« URL: <http://www.kicker.de/news/fussball/dfbpokal/termine/dfb-pokal/2015-16/termine.html>, Stand: 31.12.2016

**Kicker.de (Hrsg.):** »2. Bundesliga - Spieltag / Tabelle.« URL: <http://www.kicker.de/news/fussball/2bundesliga/spieltag/2-bundesliga/2014-15/34/0/spieltag.html>, Stand: 19.11.2016

**Kirsch, Sebastian:** »Diese Fußball-Aktien bieten Siegchancen.« URL: <http://www.wiwo.de/finanzen/boerse/boersennotierte-vereine-diese-fussball-aktien-bieten-siegchancen-seite-all/10113700-all.html>, Stand: 03.01.2015

**Kirschning, Antje:** »Hinweise und Empfehlungen für geschlechtergerechte Sprache an der ASH.« URL: [http://www.ash-berlin.eu/hsl/freedocs/307/Hinweise\\_und\\_Empfehlungen\\_fuer\\_eine\\_geschlechtergerechte\\_Sprache.pdf](http://www.ash-berlin.eu/hsl/freedocs/307/Hinweise_und_Empfehlungen_fuer_eine_geschlechtergerechte_Sprache.pdf), Stand: 18.10.2014

**Klein, Marie-Luise:** »Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Sportberichterstattung.« Bochum: Studienverlag Brockmeyer, 1986.

**Klein, Wolfgang:** »Einleitung.« In: »Ist Schönheit messbar? Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. Jahrgang 38. Heft 152.« Klein, Wolfgang / Schnell, Ralf / Haubrichs, Wolfgang / Franceschini, Rita (Hrsg.) Stuttgart - Weimar: Verlag J.B. Metzler, 2008. S. 5-6

**Kleinert, Jens:** »Motivation zum und gegen Doping: Zur Struktur und Ausprägung von Gründen und Barrieren.« In: »Doping - kulturwissenschaftlich betrachtet.« Sankt Augustin: Academia Verlag, 2013. S. 173-191

**Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika:** »Einleitung.« In: »Sex/ismus und Medien.« Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 13-26

**Knopf, Kerstin:** »Labeling Gender: HeteroSexismus und Calvin-Klein-Werbe-fotografie.« In: »Sex/ismus und Medien.« Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika (Hrsg.). Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 215-239

**König, Alexandra / Fuchs-Heinritz, Werner:** »Pierre Bourdieu. Eine Einführung.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2005.

**Kragt, Remko:** »Leere Kirchen, volle Stadien. Fussball und Glaube.« URL: [http://www.deutschlandfunk.de/fussball-und-glaube-leere-kirchen-volle-stadien.886.de.html?dram:article\\_id=302719](http://www.deutschlandfunk.de/fussball-und-glaube-leere-kirchen-volle-stadien.886.de.html?dram:article_id=302719), Stand: 17.11.2014

**Krause, Lennart:** »Sportprintmedien und Geschlecht. Die Berichterstattung zu den French Open 2012.« Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2013.

**Kugelman, Claudia:** »Starke Mädchen – schöne Frauen? Weiblichkeitszwang und Sport im Alltag.« Butzbach-Griedel: Afra Verlag, 1996.

**Kuzmany, Stefan:** »Die Letzte hält die Brüste hin.« URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/bild-ohne-seite-1-girl-die-letzte-haelt-die-brueste-hin-a-820310.html>, Stand: 31.03.2018

**Lamnek, Siegfried:** »Qualitative Sozialforschung.« Weinheim/Basel: Beltz Verlag, 5. Auflage, 2010

**Liesenhoff, Carin:** »Geschlechtsmythen und Utopien im Sport.« In: »Sport und Geschlecht.« Klein, Michael (Hrsg.). Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1983. S. 89-104

**Lincoln, Yvonna / Denzin, Norman:** »The Fifth Moment.« In: »Handbook of qualitative research.« Denzin, Norman / Lincoln, Yvonna (Hrsg.). Thousand Oaks: Sage Publications, 1994. S. 575-586

**Lippmann, Walter:** »Public Opinion.« New York: Harcourt, Brace And Company, 1922

**Lück, Detlev:** »Der zögernde Abschied vom Patriarchat. Der Wandel von Geschlechterrollen im internationalen Vergleich.« Berlin: Edition Sigma, 2009.

**Maier, Michaela:** »Forschungslogik und Methode.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 49-72

**Maier, Michaela:** »Gegenstandsbereich und Grundzüge der Nachrichtenwerttheorie.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 13-27

**Maier, Michaela / Stengel, Karin:** »Kritik und Weiterentwicklungen.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.).

Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 97-115

**Maner, Jon / Gailliot, Matthew / Rouby, Aaron / Miller, Saul:** »Can't take my eyes off you: Attentional adhesion to mates and rivals.« In: »Journal of Personality and Social Psychology.« Vol. 93, No. 3, 2007. S. 389-401

**Markovits, Andrei / Hellerman, Steven:** »Die »Olympianisierung« des Fußballs in den USA: Von der Marginalisierung in der amerikanischen Mainstream-Kultur zur Anerkennung als ein alle vier Jahre stattfindendes Ereignis.« URL: <http://sug.ub.uni-bielefeld.de/index.php/sportundgesellschaft/article/viewFile/25/21>, Stand: 22.11.2014.

**Marschall, Joachim / Maier, Michaela:** »Forschungsdesigns und empirische Befunde der Schlüsselstudien zur Nachrichtenwerttheorie.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 73-96

**Marschall, Joachim / Stengel, Karin:** »Verwandte und konkurrierende Ansätze.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 116-131

**Maus, Eva:** »Von abwesenden Muggelvätern und fürsorglichen Hexenmüttern. Geschlechterforschung in der Literaturwissenschaft.« In: »Anecken und Weiterdenken. Aktuelle Beiträge zur Geschlechterforschung.« Boehm, Susanne / Kämpfe, Friederike (Hrsg.). Hamburg: Argument Verlag, 2013. S. 105-118

**Meinberg, Eckhard:** »Über Dopingaktive, Selbstformung und Lebensführung. Das Paradebeispiel: Lance Armstrong. Ein anthropologischer Zugang.« In: »Doping - kulturwissenschaftlich betrachtet.« Körner, Swen / Meinberg, Eckhard (Hrsg.). Sankt Augustin: Academia Verlag, 2013. S. 27-44

**Mölter, Joachim:** »Caster Semenya im verminten Bereich.« URL: <http://www.sueddeutsche.de/sport/leichtathletik-wm-caster-semenya-im-verminten-bereich-1.3627671>, Stand: 16.08.2017

**Mörth, Ingo / Fröhlich, Gerhard:** »Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kultursoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu.« Frankfurt am Main: Campus Verlag, 1994.

**Möthe, Alexander / Linde, Désirée:** »Kritik der Zuschauer. Sat.1 verpatzt die Super-Bowl-Übertragung.« URL: <http://www.handelsblatt.com/sport/sonstige-sportarten/kritik-der-zuschauer-sat-1-verpatzt-die-super-bowl-uebertragung/6166982.html>, Stand: 8.12.2014

**Motorsport Magazin (Hrsg.):** »Das Fahrerkarussell dreht sich.« URL: <http://www.motorsport-magazin.com/formel1/news-199062-uebersicht-fahrer-teams-fuer-f1-saison-2015/>, Stand: 25.01.2016

**Müller, Marion:** »Geschlecht als Leistungsklasse. Der kleine Unterschied und seine großen Folgen am Beispiel der »gender verifications« im Leistungssport.« URL: <http://www.zfs-online.org/index.php/zfs/article/viewFile/1226/763/>, Stand: 18.10.2014

**Nieberle, Sigrid:** »Feldbusch-Kerner-Schwarzer und die Medialität sexistischer Rede.« In: »Sex/ismus und Medien.« Knopf, Kerstin / Schneikart, Monika (Hrsg.). Herbolzheim: Centaurus Verlag, 2007. S. 55-71

**Nieland, Jörg-Uwe / Ihle, Holger:** »Dopingaufklärung in der Unterhaltungsfalle? Überlegungen zum Umgang mit Doping im medialisierten Sport.« In: »Doping - kulturwissenschaftlich betrachtet.« Meinberg, Eckhard / Körner, Swen (Hrsg.). Sankt Augustin: Academia Verlag, 2013. S. 155-171

**Osborn, Don:** »Beauty is as beauty does? Makeup and posture effects on physical attractiveness judgements.« In: »Journal of Applied Social Psychology.« 26, 1, 1996. S. 31-51

**Penz, Otto:** »Metamorphosen der Schönheit. Eine Kulturgeschichte moderner Körperlichkeit.« Wien: Verlag Turia + Kant, 2001.

**Pfister, Gertrud:** »Die Darstellung von Frauen im Mediensport - Kontinuitäten und Veränderungen.« In: »Die Sexualisierung des Sports in den Medien.« Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2011. S. 57-80

**Pfister, Gertrud:** »Geschlechtsspezifische Sozialisation und Koedukation im Sport.« Berlin: Bartels und Wernitz, 1983.

**Pfister, Gertrud:** »Warum ist Fußball Männersache? - Fußballspielerinnen sind »trouble makers«.« In: »Auf den Spuren des Frauen- und Mädchenfußballs.« Sinning, Silke (Hrsg.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa, 2012. S. 48-50

**Pieper, Diana:** »Wer im Glashaus sitzt. »Bild« empört sich über Sexismus.« URL: <http://www.taz.de/!5364195/>, Stand: 17.03.2018

**Prein, Gerald / Susann, Kluge / Kelle, Udo:** »Strategien der Geltungssicherung in der qualitativen Sozialforschung. Zur Validitätsproblematik im interpretativen Paradigma.« Bremen: Universität Bremen / Sonderforschungsbereich 186 (Arbeitspapier Nr. 24), 1993.

**Prenner, Andrea:** »Die Nachricht ist »männlich«. Zur Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien.« In: »Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Kommunikation: Ein Textbuch zur Einführung.« Dorer, Johanna / Angerer, Marie-Luise (Hrsg.). Wien: Wilhelm Braumüller, 1994. S. 152-160

**Price, Michael / Brown, Stuart / Dukes, Amber / Kang, Jinsheng:** »Bodily attractiveness and egalitarianism are negatively related in males.« URL: [https://www.researchgate.net/publication/272096965\\_Bodily\\_Attractiveness\\_and\\_Egalitarianism\\_are\\_Negatively\\_Related\\_in\\_Males](https://www.researchgate.net/publication/272096965_Bodily_Attractiveness_and_Egalitarianism_are_Negatively_Related_in_Males), Stand: 30.12.2015, S. 140-166

**Przyborski, Aglaja / Wohlrab-Sahr, Monika:** »Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch.« München: Oldenbourg Verlag, 3. Auflage, 2010

**Quotenmeter.de (Hrsg.):** »Leichtathletik-WM überzeugt am Mittag.« URL: <http://www.quotenmeter.de/n/80387/leichtathletik-wm-ueberzeugt-am-mittag>, Stand: 19.11.2016

**Reis, Harry / Wilson, Ilona / Monestere, Carla / Bernstein, Stuart / Clark, Kelly / Seidl, Edward / Franco, Michelle / Gioioso, Ezia / Freeman, Lori / Radoane, Kimberly:** »What is smiling is beautiful and good.« In: »European Journal of Social Psychology.« Vol. 20, 1990. S. 259-267

**Röser, Jutta / Kroll, Claudia:** »Was Frauen und Männer vor dem Bildschirm erleben. Rezeption von Sexismus und Gewalt im Fernsehen.« Hamm: Griebisch & Rochol Druck GmbH, 1995.

**Rössler, Patrick:** »Inhaltsanalyse.« Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2. Auflage, 2010

**Rosar, Ulrich / Hagenah, Jörg / Klein, Markus:** »Physische Attraktivität und individuelles Leistungsverhalten. Oder: Warum und wann unattraktive Männer die besseren Fußballer sind.« URL: [http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt\\_10\\_01.pdf](http://www.soziale-welt.nomos.de/fileadmin/soziale-welt/doc/SozWelt_10_01.pdf), Stand: 29.12.2015, S. 51-68

**Rosar, Ulrich / Hagenah, Jörg / Klein, Markus:** »Sind Sportreporter die objektiveren Beobachter? Eine vergleichende Untersuchung zur Beeinflussung professioneller Leistungsurteile durch die physische Attraktivität von Spitzenfußballern.« URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2F112662-013-0306-8> (Der Zugang zu diesem Artikel ist käuflich erworben worden), Stand: 29.12.2015, S. 206-221

**RP Online (Hrsg.):** »Die TV-Quoten der WM-Spiele.« URL: <http://www.rp-online.de/sport/fussball/wm/andere-teams/die-tv-quoten-der-wm-spiele-bid-1.4308334>, Stand: 11.10.2014

**RP Online (Hrsg.):** »Die Weltrekorde der Leichtathletik.« URL: <http://www.rp-online.de/sport/leichtathletik/die-weltrekorde-der-leichtathletik-bid-1.1456437>, Stand: 16.08.2017

**Rubner, Jeanne:** »Die Verheißung von Glück. Schönheitsideal im Wandel.« URL: <http://www.sueddeutsche.de/leben/schoenheitsideal-im-wandel-die-verheissung-von-glueck-1.1257395>, Stand: 11.04.2015

**Ruhrmann, Georg / Göbbel, Roland:** »Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland.« URL: [http://www.talk-republik.de/files/docs/ruhrmann\\_Endfassung\\_20.04.2007.pdf](http://www.talk-republik.de/files/docs/ruhrmann_Endfassung_20.04.2007.pdf), Stand: 11.09.2017

**Rulofs, Bettina:** »Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999.« Butzbach-Griedel: AFRA Verlag, 2003.

**Rulofs, Bettina / Hartmann-Tews, Ilse:** »Zur sozialen Konstruktion von Geschlecht in der medialen Vermittlung von Sport.« In: »Handbuch Sport und Geschlecht.« Hartmann-Tews, Ilse / Rulofs, Bettina (Hrsg.). Schorndorf: Hofmann Verlag, 2006. S. 230-242

**Salin, Sarah:** »Schöne Menschen sind klar im Vorteil.« URL: <http://www.welt.de/gesundheit/psychologie/article13418959/Schoene-Menschen-sind-klar-im-Vorteil.html>, Stand: 19.01.2016

**Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe:** »Medienpräsenz von Sportlerinnen – Emanzipation oder Sexualisierung?« URL: <http://www.bpb.de/apuz/33339/medienpraesenz-von-sportlerinnen-emanzipation-oder-sexualisierung?p=0>, Stand: 11.04.2015

**Schajer, Philipp / Zörweg, Markus:** »Budgetgrenze, Wunschstartnummern & neue Strafen.« URL: <http://www.motorsport-magazin.com/formel1/news-185356-regelaenderung-doppelte-punkte-fuer-saisonfinale/>, Stand: 8.12.2014

**Schediwy, Dagmar:** »Sommermärchen im Blätterwald. Die Fußball-WM 2006 im Spiegel der Presse.« Marburg: Tectum Verlag, 2008.

**Scheiper, Petra:** »Textile Metamorphosen als Ausdruck gesellschaftlichen

Wandels. Das Bekleidungsverhalten junger Männer und Frauen als Phänomen der Grenzverschiebung von Sex- und Gender-Identitäten.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008.

**Schmerl, Christiane:** »Die schönen Leichen aus Chromdioxid und aus Papier: Frauenbilder in der Werbung.« In: »Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation: Ein Textbuch zur Einführung.« Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (Hrsg.). Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, 1994. S. 134-151

**Schoon, Wiebke:** »Gendering im Berufsfeld Journalismus. Ein Überblick über Empirie und Theorie sowie die Integration der Sozialtheorie Pierre Bourdieus.« Berlin: LIT Verlag, 2009.

**Schröder, Jens:** »IVW-Blitz-Analyse: Auflagen – Verluste der Magazine dramatischer denn je, nur sieben Gewinner in der Top 50.« URL: <http://meedia.de/2015/10/20/ivw-blitz-analyse-auflagen-verluste-der-magazine-dramatischer-denn-je-nur-sieben-gewinner-in-der-top-50/>, Stand: 24.06.2016

**Schröder, Jens:** »IVW-Blitz-Analyse: Spiegel, Stern und Focus im Plus – Bild, SZ, FAZ und Welt stark im Minus.« URL: <http://meedia.de/2015/04/20/ivw-blitz-analyse-spiegel-stern-und-focus-im-plus-bild-sz-faz-und-welt-stark-im-minus/>, Stand: 24.06.2016

**Schröder, Jens:** »IVW-Blitz-Analyse: Starke Verluste für Spiegel, Bild und Welt, Bravo schafft den Turnaround.« URL: <http://meedia.de/2015/07/20/ivw-blitz-analyse-starke-verluste-fuer-spiegel-bild-und-welt-bravo-schafft-den-turnaround/>, Stand: 24.06.2016

**Schröder, Jens:** »IVW-Blitz-Analyse Zeitungen: Bild verliert 12%, Welt 14%, Handelsblatt und taz gewinnen dank ePaper-Abos.« URL: <http://meedia.de/2016/01/20/ivw-blitz-analyse-zeitungen-bild-verliert-12-welt-14-handelsblatt-und-taz-gewinnen-dank-epaper-abos/>, Stand: 24.06.2016

**Schwier, Jürgen / Schauerte, Thorsten:** »Soziologie des Mediensports.« Köln: Sportverlag Strauß, 2008.

**Schwiesau, Dietz:** »Die Nachrichtenauswahl.« In: »Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis.« Ohler, Josef / Schwiesau, Dietz (Hrsg.). Wiesbaden: Springer VS, 2016. S. 13-31

**Shoemaker, Pamela:** »Hardwired for news: Using biological and cultural evolution to explain the surveillance function.« Journal of Communication, 46(3). S. 32-47

**Smith, John:** »The problem of criteria for judging interpretative inquiry.« URL: [https://www.depts.ttu.edu/education/our-people/Faculty/additional\\_pages/duemer/epsy\\_5382\\_class\\_materials/The-problem-of-criteria-for-judging-Interpretive-Inquiry.pdf](https://www.depts.ttu.edu/education/our-people/Faculty/additional_pages/duemer/epsy_5382_class_materials/The-problem-of-criteria-for-judging-Interpretive-Inquiry.pdf), Stand: 24.06.2016.

**Spiegel Online (Hrsg.):** »Weltmeister-Feier am Brandenburger Tor: Jubel, Trubel, Heiserkeit.« URL: <http://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/helene-fischer-und-nationalelf-auf-fanmeile-in-berlin-a-981055.html>, Stand: 11.10.2014

**Spiegel Online (Hrsg.):** »100-Millionen-Transfer: Tottenham bestätigt Bales Rekord-Wechsel zu Real Madrid.« URL: <http://www.spiegel.de/sport/fussball/gareth-bale-wechselt-von-tottenham-hotspur-zu-real-madrid-a-918176.html>, Stand: 02.05.2015

**Sport1.de (Hrsg.):** »Ex-Borusse verdient mehr als Pirlo. Die offiziellen Gehälter der Major League Soccer (MLS).« URL: <http://www.sport1.de/us-sport/mls/2015/07/die-offiziellen-gehaelter-der-major-league-soccer-mls>, Stand: 18.01.2016

**Staab, Joachim Friedrich:** »Entwicklungen der Nachrichtenwert-Theorie. Theoretische Konzepte und empirische Überprüfungen.« In: »Grundlagentexte zur Journalistik.« Neverla, Irene / Grittmann, Elke / Pater, Monika (Hrsg.). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2002. S. 608-618

**Stämpfli, Regula:** »Die Vermessung der Frau. Von Botox, Hormonen und anderem Irrsinn.« Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus, 2013.

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.):** »Gender Pay Gap 2013 bei Vollzeitbeschäftigten besonders hoch.« URL: [https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/03/PD14\\_104\\_621.html](https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/03/PD14_104_621.html), Stand: 11.10.2014

**Steinheisser, Dörte:** »Frauen im Sport. Eine historische und gegenwartsbezogene Analyse der weiblichen Sportbeteiligung im Kontext zeitgeschichtlicher gesellschaftlicher Entwicklungen.« Frankfurt am Main: Johann Wolfgang Goethe Universität, 2004.

**Steinke, Ines:** »Kriterien qualitativer Forschung. Ansätze zur Bewertung qualitativ-empirischer Sozialforschung.« Weinheim und München: Juventa Verlag, 1999.

**Stengel, Karin / Marschall, Joachim / Maier, Michaela:** »Entwicklung der Nachrichtenwertforschung.« In: »Nachrichtenwerttheorie.« Rössler, Patrick / Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2010. S. 28-48

**Stern Online (Hrsg.):** »Das ändert sich für die Zuschauer. EM-Qualifikation erstmals bei RTL.« URL: <http://www.stern.de/sport/fussball/em-qualifikation-erstmals-bei-rtl-das-aendert-sich-fuer-die-zuschauer-2136466.html>, Stand: 17.11.2014

**Sülzle, Almut:** »Fussball, Frauen, Männlichkeiten. Eine ethnographische Studie im Fanblock.« Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2011.

**Tieben, Remda:** »Theorien der Frühen Neuzeit. Modernisierung – Zivilisierung – Disziplinierung. Habitus- und Kapitaltheorie und Kapitalbegriff (Pierre Bourdieu). Kapital.« URL: <http://www.uni-muenster.de/FNZ-Online/theorien/modernisierung/unterpunkte/kapital.htm>, Stand: 8.12.2014.

**Tovée, Martin / Cornelissen, Piers / Maisey, D.S. / Vale, E.L.E.:** »Characteristics of male attractiveness for women.« URL: [https://www.researchgate.net/publication/13066910\\_Characteristics\\_of\\_male\\_attractiveness\\_for\\_women](https://www.researchgate.net/publication/13066910_Characteristics_of_male_attractiveness_for_women), Stand: 30.12.2015, S. 1500

**Tovée, Martin / Cornelissen, Piers:** »Female and male perceptions of female physical attractiveness in front-view and profile.« In: »British Journal of Psychology« Vol. 92, 2001. S. 391-402

**TZ-Online (Hrsg.):** »Diese Live-Streams sind legal und gratis. Sport-Programm fürs Internet.« URL: <http://www.tz.de/multimedia/diese-live-streams-sind-legal-gratis-sport-programm-fuers-internet-2785639.html>, Stand: 17.11.2014

**TZ Online (Hrsg.):** »TV-Quoten: Die Top-Sendungen 2012/13. Sport oder Show? Was vorn liegt.« URL: <http://www.tz.de/tv/tv-quoten-top-sendungen-saison-2012-2013-tz-3077632.html>, Stand: 22.11.2014

**Uefa.com (Hrsg.):** »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-8>, Stand: 31.12.2016 (Spieltag 5)

**Uefa.com (Hrsg.):** »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-7>, Stand: 31.12.2016 (Spieltag 6)

**Uefa.com (Hrsg.):** »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-6>, Stand: 31.12.2016 (Spieltag 7)

**Uefa.com (Hrsg.):** »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-5>, Stand: 31.12.2016 (Spieltag 8)

**Uefa.com (Hrsg.):** »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-4>, Stand: 31.12.2016 (Spieltag 9)

**Uefa.com (Hrsg.):** »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-3>, Stand: 31.12.2016 (Spieltag 10)

**Uefa.com (Hrsg.):** »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-2>, Stand: 31.12.2016 (Playoffs Hinspiele)

**Uefa.com (Hrsg.):** »Spiele.« URL: <http://de.uefa.com/uefaeuro/season=2016/matches/qualifiers/index.html#md/-1>, Stand: 31.12.2016 (Playoffs Rückspiele)

**Von Braun, Christina:** »Der Preis des Geldes.« In: »Was ist Leistung?« Überparteiliche Fraueninitiative Berlin – Stadt der Frauen e.V. (Hrsg.). Berlin: Duruprint Berlin, 2013. S. 21-31

**Weihser, Rabea:** »Endlich anzüglich.« URL: <http://www.zeit.de/kultur/2018-03/bild-zeitung-nacktbilder-frauen-seite-drei-sexismus>, Stand: 31.03.2018

**Weineck, Jürgen:** »Sportbiologie.« Balingen: Spitta Verlag, 9. Auflage, 2004

**Weissenburger, Peter:** »Es geht nicht um verletzte Gefühle. Die »Bild« gegen Sexismus.« URL: <http://www.taz.de/!5488180/>, Stand: 31.03.2018

**Welt.de (Hrsg.):** »Leichtathletik-WM 2015 – Zeitplan & Termine.« URL: <https://www.welt.de/sport/leichtathletik/article145199582/Leichtathletik-WM-2015-Zeitplan-Termine.html>, Stand: 31.12.2016

**Wendel, Lisa / Gerwald, Annika / Oltmanns, Imke:** »Ausarbeitung zum Thema Auswahlverfahren und Stichprobenkonstruktion.« URL: <http://www.staff.uni-oldenburg.de/wolf.d.scholz/download/Auswahlverfahren.doc>, Stand: 10.08.2016

**Werhand, Manuela:** »Frauenfußball ist kein Fußball – eine ethnographische Studie zum Phänomen Fußball und der Rolle des Frauenfußballs.« URL: [http://www.zhb.tu-dortmund.de/wilkesmann/fussball/\\_publi/Frauenfussball.pdf](http://www.zhb.tu-dortmund.de/wilkesmann/fussball/_publi/Frauenfussball.pdf), Stand: 12.04.2017

**Wernecken, Jens:** »Wir und die anderen ...: Nationale Stereotypen im Kontext des Mediensports.« Berlin: Vistas Verlag, 2000.

**Wessels, Christiane:** »Meine Schönheit – mein Kapital. Ein ungewöhnlicher Blickwinkel.« URL: [http://ebfb.zentrumbildung-ekhn.de/fileadmin/erwachsenenbildung/006\\_Frauenbildung/02\\_PDFs/2\\_Schoenheit\\_mein\\_Kapital.pdf](http://ebfb.zentrumbildung-ekhn.de/fileadmin/erwachsenenbildung/006_Frauenbildung/02_PDFs/2_Schoenheit_mein_Kapital.pdf), Stand: 18. April 2015.

**Wiederkehr, Stefan:** »Jenseits der Geschlechtergrenzen. Intersexuelle und

transsexuelle Menschen im Spitzensport.« In: Feministische Studien, Heft 01/2012. S. 31-43

**Winter, Sabine:** »Sexismus in deutschen Nachrichtenmagazinen. Geschlechtsspezifische Darstellungskonventionen in SPIEGEL und Focus.« Münster: LIT Verlag, 2001.

**Wissing, Hubert:** »Intellektuelle Grenzgänge. Pierre Bourdieu und Ulrich Beck zwischen Wissenschaft und Politik.« Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

**Wiswede, Günter:** »Soziologie konformen Verhaltens.« Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 1976.

**Wodak, Ruth / Lalouschek, Johanna:** »»Liebe gnädige Frau ...« – Sprache und Sprechen über Frauen/mit Frauen.« In: »Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Ein Textbuch zur Einführung.« Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (Hrsg.). Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, 1994. S. 214-223

**Woelke, Jens / Ruhrmann, Georg:** »Der Wert von Nachrichten. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren.« In: »Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren.« Ruhrmann, Georg / Woelke, Jens / Maier, Michaela / Diehlmann, Nicole (Hrsg.). Opladen: Leske + Budrich, 2003. S. 13-26

**Zeit Online (Hrsg.):** »Bundesverfassungsgericht für drittes Geschlecht im Geburtenregister.« URL: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2017-11/bundesverfassungsgericht-fuer-drittes-geschlecht-im-geburtenregister>, Stand: 10.11.2017

**Zentrale Frauenbeauftragte der Freien Universität Berlin:** »Geschlechter-sensible Sprache.« URL: <http://www.fu-berlin.de/sites/frauenbeauftragte/media/FU-Frauenbeauftragte-Flyer-2014-x30-web-geschlechtergerechtigkeit.pdf?1397135677>, Stand: 18.10.2014

**Zimmermann, Cathrin:** »Vermarktung des Mädchen- und Frauenfußballs.« In: »Auf den Spuren des Frauen- und Mädchenfußballs.« Sinning, Silke (Hrsg.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa, 2012. S. 219-233

**Zurstiege, Guido:** »Männliche Attraktivität. Zur persuasiven Codierung eines Faszinationstyps.« In: »Die Sexualisierung des Sports in den Medien.« Schaaf, Daniela / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.). Köln: Herbert von Halem Verlag, 2011. S. 137-149



# 14

## Tabellenverzeichnis



# 14

## TABELLENVERZEICHNIS

- Tabelle 1:** Visuelle Schwerpunktsetzung in der BILD-Zeitung im Kalenderjahr 2015 (N = 1.011) (→ Seite 164)
- Tabelle 2:** Fotos von Sportlern und Sportlerinnen in der BILD-Zeitung im Kalenderjahr 2015 (N = 608) (→ Seite 165)
- Tabelle 3:** Sprachliche Schwerpunktsetzung in der BILD-Zeitung im Kalenderjahr 2015 (N = 1.009) (→ Seite 168)
- Tabelle 4:** Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen in der gesamten Sportberichterstattung der BILD-Zeitung im Kalenderjahr 2015 (N = 708) (→ Seite 169)
- Tabelle 5:** Dargestellte Leistungsklassen auf den Fotos von Sportlern und Sportlerinnen - Gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015 (→ Seite 172)
- Tabelle 6:** Fotos von Sportlern und Sportlerinnen, die sich innerhalb der gesamten BILD-Sportberichterstattung des Jahres 2015 eindeutig einer Leistungsklasse zuordnen lassen - ohne Fotos von der 1. Fußball-Bundesliga der Männer (→ Seite 174)
- Tabelle 7:** Aufmerksamkeitsranking der Fotos von Sportlern und Sportlerinnen nach Leistungsklassen für die gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015 (N = 1.026) - ohne 1. Fußball-Bundesliga der Männer (→ Seite 176)
- Tabelle 8:** Ranking der in Tabelle 7 aufgelisteten Leistungsklassen hinsichtlich ihrer Popularität bei den sportinteressierten RezipientInnen in Deutschland im Jahr 2015 (→ Seite 179)
- Tabelle 9:** Unmittelbarer Vergleich derjenigen Leistungsklassen, die bei den *Fotos von Sportlern* und den *Fotos von Sportlerinnen* dieselben Rankingpositionen im Bezug auf die Aufmerksamkeitsverteilung einnehmen - Vergleich unter folgendem Gesichtspunkt: Popularität bei den sportinteressierten RezipientInnen (→ Seite 181)
- Tabelle 10:** Zentrale Leistungsklassen in den Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen - Gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015 (→ Seite 188)
- Tabelle 11:** Texteinheiten über Sportler und Sportlerinnen, die sich innerhalb der gesamten BILD-Sportberichterstattung des Jahres 2015 eindeutig einer zentralen Leistungsklasse zuordnen lassen - ohne Texteinheiten über die 1. Fußball Bundesliga der Männer (→ Seite 191)
- Tabelle 12:** Aufmerksamkeitsranking der Texteinheiten über Sportler und

Sportlerinnen nach Leistungsklassen für die gesamte Sportberichterstattung des Jahres 2015 (N = 1.309) – ohne 1. Fußball-Bundesliga der Männer ( → Seite 192)

- Tabelle 13:** Ranking der in Tabelle 12 aufgelisteten Leistungsklassen hinsichtlich ihrer Popularität bei den sportinteressierten RezipientInnen in Deutschland im Jahr 2015 ( → Seite 194-195)
- Tabelle 14:** Unmittelbarer Vergleich derjenigen Leistungsklassen, die bei den *Texteinheiten über Sportlern* und den *Texteinheiten über Sportlerinnen* dieselben Rankingpositionen im Bezug auf die Aufmerksamkeitsverteilung in der BILD-Bundesausgabe einnehmen – Vergleich unter folgendem Gesichtspunkt: Popularität bei den sportinteressierten RezipientInnen ( → Seite 197)
- Tabelle 15:** Sprachliche Schwerpunktsetzung im Zuge der Berichterstattung über die Leistungsklassen ATP Tour und WTA Tour (N = 191) ( → Seite 209)
- Tabelle 16:** Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den Tennisspielern und den Tennisspielerinnen auf der sprachlichen Ebene (N = 217) ( → Seite 209)
- Tabelle 17:** Exakte Platzierung der *Texteinheiten über Sportler* und der *Texteinheiten über Sportlerinnen* im Rahmen der Berichterstattung über die Leistungsklassen ATP und WTA Tour ( → Seite 210)
- Tabelle 18:** Thematisierte SportlerInnen in den entsprechenden Wettbewerben der ATP Tour und der WTA Tour - Sprachliche Berichterstattungsebene ( → Seite 212)
- Tabelle 19:** Innerhalb der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe auftauchende Turnierrunden - Sprachliche Berichterstattungsebene ( → Seite 213)
- Tabelle 20:** Sportrealität des Jahres 2015 - Teilnehmende SportlerInnen an den jeweiligen Runden des Einzelwettbewerbs ( → Seite 214)
- Tabelle 21:** Visuelle Schwerpunktsetzung im Zuge der Berichterstattung über die Leistungsklassen ATP Tour und WTA Tour (N = 82) ( → Seite 220)
- Tabelle 22:** Exakte Platzierung der *Fotos von Sportlern* und der *Fotos von Sportlerinnen* im Rahmen der Berichterstattung über die Leistungsklassen ATP und WTA Tour ( → Seite 221)
- Tabelle 23:** *Fotos von Sportlern* und *Fotos von Sportlerinnen* auf der ersten Seite des Sportteils - Thematisierung des sozialen Umfelds der SportlerInnen ( → Seite 222)
- Tabelle 24:** Vollständiger Flächeninhalt der *Texteinheiten über Sportler* und der *Texteinheiten über Sportlerinnen* ( → Seite 226)
- Tabelle 25:** Durchschnittlicher Flächeninhalt von Texteinheiten, in denen SportlerInnen im Kontext bestimmter Turnierrunden namentlich erwähnt werden ( → Seite 228)
- Tabelle 26:** Durchschnittlicher Flächeninhalt von Texteinheiten, in denen

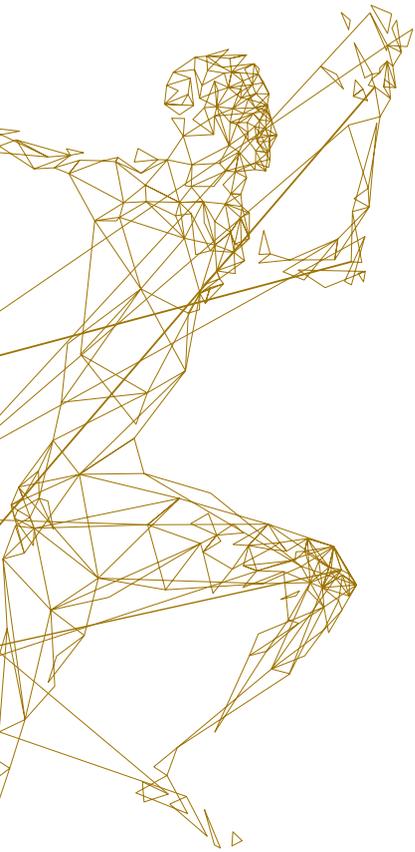
- deutsche SportlerInnen im Kontext bestimmter Turnierrunden des Einzelwettbewerbs namentlich erwähnt werden ( → Seite 230)
- Tabelle 27:** Durchschnittlicher Flächeninhalt von Texteinheiten, in denen es keine Angaben zum sozialen Umfeld der SportlerInnen gibt - Differenzierung nach den thematisierten Runden im Einzelwettbewerb ( → Seite 232)
- Tabelle 28:** Durchschnittliche Flächeninhalte der *Texteinheiten über Sportler* und der *Texteinheiten über Sportlerinnen*, die sich im Zuge der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe mit dem sozialen Umfeld der namentlich erwähnten SportlerInnen auseinandersetzen ( → Seite 232)
- Tabelle 29:** Durchschnittlicher Flächeninhalt von Texteinheiten, in denen Angaben zum sozialen Umfeld der SportlerInnen gemacht werden - Differenzierung nach den thematisierten Runden im Einzelwettbewerb ( → Seite 233)
- Tabelle 30:** Thematisierte Personengruppen aus dem sozialen Umfeld der TennisspielerInnen - Sprachliche Berichterstattungsebene ( → Seite 234)
- Tabelle 31:** Vollständiger Flächeninhalt der *Fotos von Sportlern* und der *Fotos von Sportlerinnen* ( → Seite 238)
- Tabelle 32:** Durchschnittliche Flächeninhalte der *Fotos von Sportlern* und der *Fotos von Sportlerinnen*, welche deutsche SportlerInnen im Zuge der Berichterstattung über die Einzelwettbewerbe als primäre Bildmotive zeigen ( → Seite 240)
- Tabelle 33:** Durchschnittlicher Flächeninhalt von Fotos, auf denen deutsche SportlerInnen im Kontext bestimmter Turnierrunden des Einzelwettbewerbs als primäre Bildmotive gezeigt werden ( → Seite 242)
- Tabelle 34:** Sportlicher Kontext auf den *Fotos von Sportlern* und den *Fotos von Sportlerinnen* ( → Seite 246)
- Tabelle 35:** Aktivitätsgrad auf den *Fotos von Sportlern* und den *Fotos von Sportlerinnen* mit einem sportlichen Kontext ( → Seite 248)
- Tabelle 36:** Körperliche Darstellung des primären Bildmotivs ( → Seite 249)
- Tabelle 37:** Attraktivitätsscores der primären Bildmotive ( → Seite 254)
- Tabelle 38:** *Texteinheiten über Sportler* und *Texteinheiten über Sportlerinnen* mit *nicht funktionalen* Beschreibungen/Wertungen des Aussehens der SportlerInnen ( → Seite 256)
- Tabelle 39:** Formen der *nicht funktionalen* Beschreibungen/Wertungen des Aussehens in den *Texteinheiten über Sportlern* und den *Texteinheiten über Sportlerinnen* ( → Seite 257)





# 15

## Abbildungsverzeichnis



# 15

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

- Abbildung 1:** Visuelle und sprachliche Darstellungen, die Leistungsklasse 1. Fußball Bundesliga der Männer betreffend, haben im Jahr 2015 den Sportteil der BILD-Bundesausgabe dominiert. Auch die visuelle und sprachliche Berichterstattung anlässlich des Spiels 1. FC Köln gegen VfB Stuttgart (BILD-Bundesausgabe am 17. August 2015, Seite 14) ist dieser Leistungsklasse zugeordnet worden ( → Seite 189)
- Abbildung 2:** Dieses Foto von Ana Ivanovic kann dem Schweinsteiger-Ivanovic-Effekt zugeordnet werden. Das Foto ist auf der ersten Seite des Sportteils erschienen. In dem dazugehörigen Artikel, der den Namen »Liebes-Versteckspiel vor dem Ende!« (BILD-Bundesausgabe am 3. Februar 2015, Seite 9) trägt, geht es sowohl um das Ausscheiden von Ana Ivanovic bei den Australian Open 2015 als auch um ihr Verhältnis zum deutschen Fußball-Nationalspieler Bastian Schweinsteiger ( → Seite 224)
- Abbildung 3:** Für die Flächenberechnung ist es notwendig gewesen, dass in denjenigen Artikeln, die unter A.5. als »Artikel über beide Geschlechter« eingestuft worden sind, farbliche Hervorhebungen vorgenommen werden. Textstellen, die sich ausschließlich auf Sportler beziehen, sind grün markiert worden. Textstellen, die sich nur mit Sportlerinnen befassen, sind orange hervorgehoben worden. Nur die orangen Textstellen sind den »Texteinheiten über Sportlerinnen« flächenmäßig angerechnet worden. Dementsprechend sind nur die grünen Textstellen den »Texteinheiten über Sportlern« angerechnet worden (BILD-Bundesausgabe am 4. Juni 2015, Seite 13) ( → Seite 226-227)
- Abbildung 4:** Texteinheiten, in denen Boris Becker als Trainer von Novak Djokovic genannt wird, erhalten besonders viel Berichterstattungsfläche. In diesen Texteinheiten wird häufig der Versuch unternommen, die sportlichen Erfolge von Novak Djokovic der Sportnation Deutschland anzurechnen. Die Überschrift »Boris, der König-Macher von Wimbledon« (BILD-Bundesausgabe am 13. Juli 2015, Seite 13) ist exemplarisch für diesen Versuch ( → Seite 236)

**Abbildung 5:** Diese Texteinheit ist vom Schweinsteiger/Pocher-Effekt beeinflusst worden. Obwohl sowohl Ana Ivanovic als auch Sabine Lisicki in der 1. Runde der Australian Open 2015 ausgeschieden sind, hat die Texteinheit viel Berichterstattungsfläche erhalten, weil auf die Paarbeziehungen Schweinsteiger/Ivanovic und Pocher/Lisicki ausführlich eingegangen worden ist (BILD-Bundesausgabe am 20. Januar 2015, Seite 9) ( → Seite 237)

**Abbildung 6:** Beide Fotos, die jeweils Tennisspielerin Sabine Lisicki als primäres Bildmotiv zeigen, haben einen sportlichen Kontext. Während das große Foto aber der Unterkategorie »Aktivität« zugeordnet worden ist, zeigt das kleine Foto eine passive Situation. Auch hinsichtlich der Körperlichkeit des primären Bildmotivs unterscheiden sich die beiden Fotos voneinander. Das große Foto visualisiert eine Ganzkörper-Darstellung, während das kleine Foto eine Halbkörper-Darstellung präsentiert (BILD-Bundesausgabe am 19. Juni 2015, Seite 13) ( → Seite 250)



# 16

## **Grundgesamtheit der ausgewerteten BILD-Bundesausgaben von 2015**

# 16

## GRUNDGESAMTHEIT DER AUSGEWERTETEN BILD-BUNDESAUSGABEN VON 2015

- 6. Januar (1)
- 7. Januar (2)
- 8. Januar (3) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)
- 9. Januar (4) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)
- 10. Januar (5)
- 12. Januar (6) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)
- 13. Januar (7)
- 15. Januar (8) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)
- 16. Januar (9)
- 20. Januar (10) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)
- 21. Januar (11) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)
- 22. Januar (12)
- 24. Januar (13) AUSGEWÄHLT
- 26. Januar (14)
- 27. Januar (15)
- 28. Januar (16) AUSGEWÄHLT
- 29. Januar (17) AUSGEWÄHLT
- 30. Januar (18)
- 31. Januar (19)
- 2. Februar (20) AUSGEWÄHLT
- 3. Februar (21)
- 4. Februar (22)
- 5. Februar (23)
- 6. Februar (24) AUSGEWÄHLT
- 7. Februar (25) AUSGEWÄHLT
- 9. Februar (26)
- 10. Februar (27) AUSGEWÄHLT
- 12. Februar (28)
- 13. Februar (29) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)
- 14. Februar (30) AUSGEWÄHLT

16. Februar (31) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
17. Februar (32)  
19. Februar (33) AUSGEWÄHLT  
20. Februar (34)  
21. Februar (35)  
23. Februar (36) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
24. Februar (37)  
25. Februar (38) AUSGEWÄHLT  
26. Februar (39) AUSGEWÄHLT  
27. Februar (40) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
28. Februar (41) AUSGEWÄHLT  
2. März (42)  
3. März (43) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
4. März (44) AUSGEWÄHLT  
5. März (45)  
6. März (46) AUSGEWÄHLT  
7. März (47) AUSGEWÄHLT  
11. März (48)  
12. März (49)  
18. März (50)  
21. März (51)  
23. März (52) AUSGEWÄHLT  
24. März (53)  
27. März (54) AUSGEWÄHLT  
28. März (55) AUSGEWÄHLT  
30. März (56)  
31. März (57) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
1. April (58)  
4. April (59) AUSGEWÄHLT  
7. April (60) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
8. April (61) AUSGEWÄHLT  
9. April (62)  
10. April (63)  
11. April (64) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
13. April (65) AUSGEWÄHLT  
15. April (66) AUSGEWÄHLT  
16. April (67)  
18. April (68) AUSGEWÄHLT  
20. April (69)  
21. April (70)  
22. April (71) AUSGEWÄHLT  
24. April (72) AUSGEWÄHLT  
25. April (73)  
27. April (74) AUSGEWÄHLT

28. April (75)  
29. April (76)  
30. April (77)  
4. Mai (78) AUSGEWÄHLT  
5. Mai (79)  
6. Mai (80) AUSGEWÄHLT  
7. Mai (81) AUSGEWÄHLT  
8. Mai (82) AUSGEWÄHLT  
13. Mai (83) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
16. Mai (84)  
18. Mai (85)  
23. Mai (86)  
28. Mai (87) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
29. Mai (88)  
30. Mai (89)  
1. Juni (90) AUSGEWÄHLT  
3. Juni (91) AUSGEWÄHLT  
4. Juni (92)  
6. Juni (93)  
8. Juni (94) AUSGEWÄHLT  
10. Juni (95)  
11. Juni (96)  
12. Juni (97) AUSGEWÄHLT  
13. Juni (98)  
15. Juni (99)  
16. Juni (100) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
18. Juni (101)  
19. Juni (102)  
20. Juni (103)  
22. Juni (104) AUSGEWÄHLT  
23. Juni (105)  
24. Juni (106) AUSGEWÄHLT  
27. Juni (107) AUSGEWÄHLT  
1. Juli (108) AUSGEWÄHLT  
4. Juli (109)  
6. Juli (110) AUSGEWÄHLT  
7. Juli (111) AUSGEWÄHLT  
8. Juli (112)  
9. Juli (113) AUSGEWÄHLT  
10. Juli (114) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
11. Juli (115) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
13. Juli (116)  
14. Juli (117)  
15. Juli (118) AUSGEWÄHLT

16. Juli (119) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
18. Juli (120) AUSGEWÄHLT  
20. Juli (121) AUSGEWÄHLT  
21. Juli (122)  
22. Juli (123) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
23. Juli (124)  
24. Juli (125) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
25. Juli (126)  
28. Juli (127) AUSGEWÄHLT  
29. Juli (128)  
31. Juli (129) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
1. August (130)  
3. August (131)  
4. August (132)  
5. August (133) AUSGEWÄHLT  
8. August (134) AUSGEWÄHLT  
10. August (135) AUSGEWÄHLT  
11. August (136)  
12. August (137) AUSGEWÄHLT  
13. August (138)  
14. August (139)  
15. August (140) AUSGEWÄHLT  
17. August (141) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
19. August (142) AUSGEWÄHLT  
20. August (143) AUSGEWÄHLT  
21. August (144)  
22. August (145)  
25. August (146) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
27. August (147)  
28. August (148)  
29. August (149)  
31. August (150) AUSGEWÄHLT  
1. September (151) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
2. September (152)  
3. September (153)  
4. September (154)  
7. September (155)  
8. September (156)  
9. September (157) AUSGEWÄHLT  
10. September (158) AUSGEWÄHLT  
11. September (159) AUSGEWÄHLT  
12. September (160)  
14. September (161)  
15. September (162) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)

18. September (163)  
19. September (164)  
21. September (165) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
22. September (166)  
23. September (167) AUSGEWÄHLT  
24. September (168)  
25. September (169) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
26. September (170) AUSGEWÄHLT  
28. September (171)  
29. September (172)  
2. Oktober (173) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
5. Oktober (174)  
6. Oktober (175)  
7. Oktober (176) AUSGEWÄHLT  
9. Oktober (177)  
10. Oktober (178) AUSGEWÄHLT  
12. Oktober (179)  
14. Oktober (180) AUSGEWÄHLT  
15. Oktober (181)  
16. Oktober (182)  
17. Oktober (183)  
22. Oktober (184)  
23. Oktober (185)  
24. Oktober (186) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
26. Oktober (187)  
27. Oktober (188) AUSGEWÄHLT  
28. Oktober (189) NICHT VERFÜGBAR  
30. Oktober (190)  
31. Oktober (191) AUSGEWÄHLT  
2. November (192) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
3. November (193) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
7. November (194)  
10. November (195) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
14. November (196) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
16. November (197)  
18. November (198) AUSGEWÄHLT  
19. November (199) AUSGEWÄHLT  
20. November (200) AUSGEWÄHLT  
21. November (201)  
24. November (202)  
25. November (203)  
26. November (204)  
27. November (205)  
28. November (206) AUSGEWÄHLT

30. November (207)  
1. Dezember (208) AUSGEWÄHLT  
3. Dezember (209) AUSGEWÄHLT  
7. Dezember (210) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
8. Dezember (211) AUSGEWÄHLT  
9. Dezember (212)  
11. Dezember (213)  
12. Dezember (214) AUSGEWÄHLT  
14. Dezember (215) AUSGEWÄHLT  
15. Dezember (216) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
16. Dezember (217) AUSGEWÄHLT  
18. Dezember (218) AUSGEWÄHLT  
21. Dezember (219)  
22. Dezember (220) AUSGEWÄHLT  
23. Dezember (221) AUSGEWÄHLT (1. Fußball Bundesliga der Männer)  
24. Dezember (222)  
28. Dezember (223)  
29. Dezember (224)  
30. Dezember (225)  
31. Dezember (226)



# 17

## **Analysebögen und Kodieranleitungen**



# 17

## ANALYSEBÖGEN UND KODIERANLEITUNGEN

### 17.1

Standardisierte Analysebögen und  
Kodieranleitungen für die Bearbeitung  
der Forschungshypothesen 1 und 2

#### 17.1.1

Sprachliche Berichterstattungsebene

---

### ANALYSEBOGEN FÜR ARTIKEL

Bearbeitung der Hypothesen 1 und 2

#### Inhaltsanalyse der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung

-Artikel-

##### A. Rahmendaten zum Artikel

A.1. Nummer des Artikels \_\_\_\_\_

A.2. Name des Artikels \_\_\_\_\_

A.3. Seite \_\_\_\_\_

A.4. Erscheinungstag \_\_\_\_\_

A.5. Artikel über

- Sportler
- Sportlerinnen
- SportlerInnen
- Anderes Themengebiet → Artikelanalyse endet für den Fall dieser Zuordnung

**B. Detaillierte Analyse der Texteinheit**

B.1. Texteinheit über

- Sportler
- Sportlerinnen

B.2. Nummer der Texteinheit \_\_\_\_\_

B.3. Hauptsportart \_\_\_\_\_

B.4. Zentrale Leistungsklasse \_\_\_\_\_

B.5. Exakte Platzierung der Texteinheit

- Titelseite
- Erste Seite des Sportteils
- Sonstige Seite des Sportteils

# **KODIERANLEITUNGEN FÜR ARTIKEL**

Bearbeitung der Hypothesen 1 und 2

## **Inhaltsanalyse der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung**

-Artikel-

### **A.1. Nummer des Artikels**

Die zu untersuchenden Artikel werden mit einer durchgehenden Nummerierung versehen.

### **A.2. Name des Artikels**

Sofern der Artikel eine Überschrift hat, wird die Überschrift des Artikels angegeben. Wenn es zu einem Artikel mehrere Überschriften geben sollte, dann wird diejenige Überschrift angegeben, die flächenmäßig am größten ist. Sollte ein Artikel keine Überschrift haben, wird der erste Satz des entsprechenden Artikels niedergeschrieben.

### **A.3. Seite**

Auf welcher Seite der Tageszeitung ist der entsprechende Artikel abgedruckt worden. Sollte ein Artikel zwei Seiten umfassen, müssen beide Seiten angegeben werden.

### **A.4. Erscheinungstag**

Kann der Titelseite entnommen werden. Sofern auf einer Zeitung angegeben sein sollte, dass sie für mehrere Tage als aktuelles Exemplar fungiert (etwa aufgrund eines anstehenden Feiertags oder des Ausbleibens einer Sonntagsausgabe), müssen alle aufgelisteten Daten niedergeschrieben werden.

### **A.5. Artikel über**

Artikel über ein »Anderes Themengebiet« beziehen sich auf alle Artikel, die nicht überwiegend über den Bereich des Hochleistungssports berichten. Die Formulierung »überwiegend« bedeutet konkret: Mehr als 50 Prozent der Gesamtfläche des Artikels. Die Bereiche Breitensport, Kinder-/Jugendsport und Behindertensport gehören nicht zum System des Hochleistungssports. Außerdem werden alle Artikel, die überwiegend über das Themengebiet Hoch-

leistungssport berichten, dabei aber überwiegend die Strukturen des Systems (Handeln von SportfunktionärInnen, Organisation von Sportveranstaltungen usw.) und nicht die innerhalb dieses Systems aktiven SportlerInnen thematisieren, der Kategorie »Anderes Themengebiet« zugeordnet. Des Weiteren werden alle Artikel, die sich überwiegend mit Personen befassen, die im Raum des Hochleistungssports das Tun von SportlerInnen begleiten, ebenfalls der Kategorie »Anderes Themengebiet« zugeordnet. Zu dieser Personengruppe zählen u.a. TrainerInnen, ZuschauerInnen oder SchiedsrichterInnen.

Die Kategorien »Sportler«, »Sportlerinnen« und »SportlerInnen« dienen zur Erfassung von Artikeln, die überwiegend über SportlerInnen berichten, welche im Hochleistungssport aktiv sind. Es geht ausschließlich um aktive SportlerInnen. Artikel, die überwiegend über ehemalige SportlerInnen aus dem Bereich des Hochleistungssports berichten, fallen deshalb ebenfalls in die Kategorie »Anderes Themengebiet«.

Die Abgrenzung zwischen den Kategorien »Sportler«, »Sportlerinnen« und »SportlerInnen« ergibt sich folgendermaßen: Die Kategorie »Sportler« erfasst alle Artikel, die im Kontext der Berichterstattung über aktive HochleistungssportlerInnen nur Männer thematisieren. Ergo geht es bei der Kategorie »Sportlerinnen« um Artikel, die im Kontext der Berichterstattung über aktive HochleistungssportlerInnen nur Frauen thematisieren. Die Kategorie »SportlerInnen« umfasst alle Artikel, die sich im Kontext der Berichterstattung über aktive HochleistungssportlerInnen sowohl mit Männern als auch mit Frauen befassen.

### **B.1. Texteinheit über**

Für Artikel, die als »Artikel über SportlerInnen« eingeordnet worden sind, müssen ab dem Punkt B.1. zwei separate Analysebögen ausgefüllt werden. Mit dem Ankreuzen von »Texteinheit über Sportler« oder »Texteinheit über Sportlerinnen« wird festgelegt, ob zunächst ausschließlich die Textstellen über die aktiven männlichen oder die aktiven weiblichen HochleistungssportlerInnen untersucht werden sollen. Sofern bei A.5. »Artikel über Sportler« angekreuzt worden ist, muss bei B.1. automatisch »Texteinheit über Sportler« angekreuzt werden. Analog dazu müssen »Artikel über Sportlerinnen« als »Texteinheit über Sportlerinnen« kenntlich gemacht werden.

### **B.2. Nummer der Texteinheit**

Die Nummer der Texteinheit entspricht der Nummer des dazugehörigen Artikels (siehe A.1.). Da für »Artikel über SportlerInnen« zwei Analysebögen ausgefüllt werden müssen, die Nummerierung aber nicht anders als bei den Artikeln ausfallen soll, damit problemlos eine Zuordnung zwischen Textein-

heiten und Artikeln erfolgen kann, gilt folgender Grundsatz: Texteinheiten, die zu »Artikeln über SportlerInnen« gehören, werden nicht nur mit einer Zahl, sondern auch mit einem großen »M« oder »W« hinter der Zahl versehen. Der Zusatz »M« steht für männlich und vermittelt die Information, dass innerhalb des »Artikels über SportlerInnen« zunächst die »Texteinheit über Sportler« analysiert werden soll. Alle forschungsfragenrelevanten Textinhalte, die mit aktiven Sportlern zu tun haben, werden hierbei erfasst. Dementsprechend steht der Zusatz »W« für weiblich und betrifft die »Texteinheit über SportlerInnen«. Alle forschungsfragenrelevanten Informationen, die mit aktiven Sportlerinnen zu tun haben, werden festgehalten.

### **B.3. Hauptsportart**

Als »Hauptsportart« soll diejenige Sportart festgehalten werden, welche innerhalb der Texteinheit, die bei B.1. ausgewählt worden ist, die meiste Berichterstattungsfläche erhält. Sportarten, die von HochleistungssportlerInnen in ihrer Freizeit hobbymäßig ausgeübt werden und in der entsprechenden Texteinheit ausführlich beschrieben werden, sollen unter B.3. nicht erfasst werden. Derartige Texteinheiten sollen, da nicht forschungsfragenrelevant, unter A.5. der Kategorie »Anderes Themengebiet« zugeordnet werden.

### **B.4. Zentrale Leistungsklasse**

An dieser Stelle wird die unter B.3. festgehaltene »Hauptsportart« um eine Leistungsklasse bzw. einen Wettbewerb erweitert. Diejenige Leistungsklasse, die in den Bereich der unter B.3. festgehaltenen »Hauptsportart« fällt und im Zuge der Berichterstattung über diese Sportart die meiste Berichterstattungsfläche erhält, wird unter B.4. hingeschrieben.

Es gilt beispielsweise zu klären, ob in einer Texteinheit über die »Hauptsportart« Fußball primär über die 1. Fußball Bundesliga der Männer oder die 2. Fußball Bundesliga der Männer berichtet wird. Sollte es sich um eine Leistungsklasse handeln, die nur von Personen einer Geschlechtskategorie ausgeübt werden darf bzw. von Personen beider Geschlechtskategorien ausgeübt werden darf, aber in der untersuchten Sportrealität nur von Personen einer Geschlechtskategorie ausgeübt wurde, dann soll die entsprechende Leistungsklasse mit einem geschlechtlichen Zusatz versehen werden. Für den Bereich Fußball würde dies bedeuten, dass »1. Fußball Bundesliga der Männer« oder »1. Fußball Bundesliga der Frauen« hingeschrieben werden müsste. Analog dazu dürften die Mixed-Wettbewerbe aus dem Bereich Tennis, da für beide Geschlechtskategorien zugänglich, mit keinem geschlechtlichen Zusatz versehen werden. Lässt sich eine Texteinheit keiner zentralen Leistungsklasse zuordnen, so muss unter B.4. »Keine eindeutige Zuordnung möglich« eingetragen werden.

## **B.5. Exakte Platzierung der Texteinheit**

Für Texteinheiten, die sowohl die erste Seite des Sportteils als auch die zweite Seite des Sportteils umfassen, ist folgende Regelung getroffen worden: Befindet sich der Großteil der Textfläche auf der ersten Seite des Sportteils, wird die entsprechende Texteinheit der Kategorie »Erste Seite des Sportteils« zugeordnet. Befindet sich der Großteil der Textfläche hingegen auf der zweiten Seite des Sportteils, wird die Kategorie »Sonstige Seite des Sportteils« angekreuzt.

## 17.1.2

### Visuelle Berichterstattungsebene

---

## **ANALYSEBOGEN FÜR FOTOS**

Bearbeitung der Hypothesen 1 und 2

### **Inhaltsanalyse der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung**

-Fotos-

#### **A. Rahmendaten zum Foto**

A.1. Nummer des Fotos \_\_\_\_\_

A.2. Bezeichnung des Fotos \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

A.3. Seite \_\_\_\_\_

A.4. Erscheinungstag \_\_\_\_\_

#### A.5. Fotos von

Aktiven Sportlern

Aktiven Sportlerinnen

Aktiven SportlerInnen → Es müssen zwei separate Analysebögen ab B ausgefüllt werden.  
Siehe Kodieranleitung zu B.1.

Anderen Personen/Ereignissen → Fotoanalyse endet für den Fall dieser Zuordnung

## **B. Detaillierte Analyse des Fotos**

B.1. Fotos von

Sportlern

Sportlerinnen

B.2. Nummer des Fotos \_\_\_\_\_

B.3. Name des primären Bildmotivs \_\_\_\_\_

B.4. Ausgeübte Sportart \_\_\_\_\_

B.5. Dargestellte Leistungsklasse \_\_\_\_\_

B.6. Exakte Platzierung des Fotos

Titelseite

Erste Seite des Sportteils

Sonstige Seite des Sportteils

# KODIERANLEITUNGEN FÜR FOTOS

Bearbeitung der Hypothesen 1 und 2

## Inhaltsanalyse der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung

-Fotos-

### **A.1. Nummer des Fotos**

Die zu untersuchenden Fotos werden mit einer durchgehenden Nummerierung versehen.

### **A.2. Bezeichnung des Fotos**

In dieser Kategorie soll, sofern es zu dem Foto eine Bildunterschrift gibt, der erste Satz der entsprechenden Bildunterschrift angegeben werden. Falls es keine Bildunterschrift geben sollte, wird die Überschrift desjenigen Artikels angegeben, zu dem das Foto gehört. Sollte es zu diesem Artikel mehrere Überschriften geben, so wird diejenige Überschrift angegeben, die flächenmäßig am größten ist.

### **A.3. Seite**

Auf welcher Seite der Tageszeitung ist das entsprechende Foto abgedruckt worden. Sollte ein Foto mehr als eine Seite umfassen, so müssen alle entsprechenden Seiten angegeben werden.

### **A.4. Erscheinungstag**

Kann der Titelseite entnommen werden. Sofern auf einer Zeitung angegeben sein sollte, dass sie für mehrere Tage als aktuelles Exemplar fungiert (etwa aufgrund eines anstehenden Feiertags oder wegen des Ausbleibens einer Sonntagsausgabe), müssen alle aufgelisteten Daten niedergeschrieben werden.

### **A.5. Fotos von**

»Fotos von anderen Personen/Ereignissen« umfassen alle Bildaufnahmen, die als primäres Bildmotiv (per definitionem diejenige Person, welche auf einem Foto flächenmäßig am größten dargestellt wird - die Flächenberechnungen erfolgen, indem Länge und Breite der dargestellten Bildmotive miteinander

multipliziert werden. Bei SportlerInnen, die sich in Fahrzeugen befinden, werden die Fahrzeugabmessungen als Grundlage für die Flächenberechnung (herangezogen) Personen zeigen, welche zum Zeitpunkt der Aufnahme keine aktiven HochleistungssportlerInnen sind. Personen, die zum Zeitpunkt der Bildaufnahme ausschließlich im Breiten-, Amateur-, Behinderten- oder Jugendsport aktiv sind, stellen keine HochleistungssportlerInnen dar. Ferner werden alle Personen, die an der Organisation des Spitzensportsystems beteiligt sind, aber nicht als SportlerInnen gelten, zu den »Anderen Personen« gezählt. Dies gilt u.a. für MannschaftsbetreuerInnen, SchiedsrichterInnen oder TrainerInnen. Auch wenn keine Person auf dem Bild zu sehen ist, erfolgt die Zuordnung zu der Kategorie »Fotos von anderen Personen/Ereignissen«.

Im Bildzentrum aller anderen unter A.5. geschaffenen Kategorien stehen Personen, die zum Zeitpunkt der Bildaufnahme aktive HochleistungssportlerInnen gewesen sind. Innerhalb der Kategorie »Fotos von aktiven Sportlern« sind die primären Bildmotive männlich, während die primären Bildmotive der Kategorie »Fotos von aktiven Sportlerinnen« weiblich sind.

Sollte sich feststellen lassen, dass sowohl das primäre Bildmotiv als auch das sekundäre Bildmotiv (diejenige Person, die flächenmäßig gesehen auf einem Foto am zweitgrößten dargestellt wird) aktive HochleistungssportlerInnen sind und diese beiden Bildmotive nicht dasselbe Geschlecht haben, dann werden die entsprechenden Bildaufnahmen der Kategorie »Fotos von aktiven SportlerInnen« zugeordnet.

### **B.1. Fotos von**

Ein Foto, das unter A.5. der Kategorie »Fotos von aktiven Sportlern« zugeordnet worden ist, wird unter B.1. immer der Kategorie »Fotos von Sportlern« zugeordnet. Ein Foto, das unter A.5. der Kategorie »Fotos von aktiven Sportlerinnen« zugeordnet worden ist, wird unter B.1. immer der Kategorie »Fotos von Sportlerinnen« zugeordnet.

Für Fotos, die unter A.5. der Kategorie »Fotos von aktiven SportlerInnen« zugeordnet worden sind, müssen ab B.1. zwei separate Analysebögen ausgefüllt werden. Ein Bogen, bei dem unter B.1. »Fotos von Sportlerinnen« angekreuzt wird und infolgedessen die Darstellung des primären weiblichen Bildmotivs untersucht wird. Des Weiteren ein Bogen, bei dem unter B.1. »Fotos von Sportlern« angekreuzt wird und die Darstellung des primären männlichen Bildmotivs untersucht wird.

### **B.2. Nummer des Fotos**

Alle Fotos, die unter A.5. entweder der Kategorie »Fotos von aktiven Sportlern«

oder der Kategorie »Fotos von aktiven SportlerInnen« zugeordnet worden sind, übernehmen unter B.2. die zuvor unter A.1. vorgenommene Nummerierung.

Fotos, die unter A.5. der Kategorie »Fotos von aktiven SportlerInnen« zugeordnet worden sind, übernehmen ebenfalls die unter A.1. vorgenommene Nummerierung. Diese Nummerierung wird jedoch um einen großen Buchstaben ergänzt. Denn für Fotos der Kategorie »Fotos von aktiven SportlerInnen« müssen, wie schon unter B.1. thematisiert, für den Teilbereich B zwei separate Analysebögen ausgefüllt werden. Es muss ein Bogen für das primäre männliche und ein weiterer Bogen für das primäre weibliche Bildmotiv ausgefüllt werden. Ein großes »W« hinter der dazugehörigen Nummerierung soll zum Ausdruck bringen, dass in diesem Bogen die visuelle Darstellung des primären weiblichen Bildmotivs untersucht wird. Ein großes »M« hinter der Nummerierung zeigt an, dass dieser Analysebogen sich der visuellen Darstellung des primären männlichen Bildmotivs widmet.

### **B.3. Name des primären Bildmotivs**

Es müssen sowohl der Vor- als auch der Nachname des primären Bildmotivs angegeben werden.

### **B.4. Ausgeübte Sportart**

An dieser Stelle soll angegeben werden, in welcher Sportart das primäre Bildmotiv zum Zeitpunkt der Bildaufnahme als HochleistungssportlerIn aktiv gewesen ist. Es gibt HochleistungssportlerInnen, die zeitgleich mehrere Spitzensportarten ausüben (u.a. gibt es BiathletInnen, die an Langlaufwettbewerben teilnehmen). Für diese HochleistungssportlerInnen gilt folgende Regelung: Es wird diejenige Spitzensportart angegeben, die auf dem Foto ausgeübt wird. Falls der gewählte Bildausschnitt keine eindeutige Zuordnung zu einer Spitzensportart ermöglichen sollte, wird die dazugehörige Bildunterschrift oder - falls keine Bildunterschrift vorhanden ist oder die Bildunterschrift keine eindeutige Zuordnung zu einer Sportart ermöglicht - der dazugehörige Artikel herangezogen. Diejenige Spitzensportart, die in der Bildunterschrift bzw. im dazugehörigen Artikel überwiegend thematisiert wird, wird unter »Ausgeübte Sportart« eingetragen.

### **B.5. Dargestellte Leistungsklasse**

Unter B.4. ist nur die ausgeübte Sportart festgehalten worden. Es soll aber auch ermittelt werden, welche Leistungsklasse innerhalb dieser Sportart visualisiert wird. Handelt es sich beispielsweise um ein Foto, das im Bereich Fußball die Geschehnisse aus der 1. oder 2. Bundesliga festhält? Für diese Zuordnung ist es wichtig, auf den Fotos insbesondere auf die Ärmel der SpielerInnen-Trikots

zu achten. Häufig befinden sich auf den Ärmeln der Trikots Wettbewerbslogos, die eindeutige Zuordnungen zwischen Fotos und Leistungsklassen ermöglichen. Falls aus der Betrachtung des Fotos nicht eindeutig hervorgehen sollte, welche Leistungsklasse bzw. welche Art von Wettbewerb hierbei fotografisch festgehalten worden ist, sollen die sprachlichen Ausführungen der dazugehörigen Bildunterschrift und - falls die Bildunterschrift ebenfalls keine eindeutige Zuordnung ermöglichen sollte - des dazugehörigen Artikels als Hilfsinstrumentarien herangezogen werden.

Fotos von SportlerInnen, die diese in einem privaten bzw. nicht sportlichen Kontext zeigen, können mit Hilfe dieser Hilfsinstrumentarien ebenfalls Leistungsklassen zugeordnet werden. Es gilt die Grundregel: Diejenige Leistungsklasse, die in der dazugehörigen Bildunterschrift oder im dazugehörigen Artikel (falls eine Bildunterschrift nicht vorhanden ist bzw. die Bildunterschrift keine eindeutige Zuordnung zu einer Leistungsklasse ermöglicht) flächenmäßig überwiegend thematisiert wird, diese Leistungsklasse wird unter B.5. eingetragen. Dabei dürfen nur Leistungsklassen berücksichtigt werden, an denen die SportlerInnen zum Zeitpunkt der Bildaufnahme aktiv teilgenommen haben. Leistungsklassen, die von den visualisierten SportlerInnen als ZuschauerInnen besucht werden, dürfen keine Berücksichtigung finden. Falls auch nach Heranziehung dieser Hilfsmittel keine eindeutige Zuordnung möglich sein sollte, wird unter B.5. »Keine eindeutige Zuordnung möglich« vermerkt.

Sollten Wettbewerbe bzw. Leistungsklassen visualisiert worden sein, die das Geschlecht als präsumtive Leistungsklasse heranziehen und folglich nur Personen einer bestimmten Geschlechtskategorie an den entsprechenden Leistungsklassen bzw. Wettbewerben partizipieren lassen, muss die unter B.5. vorgenommene Eintragung eine geschlechtliche Ergänzung erhalten. Ein Beispiel: Es müsste im Bereich Fußball »1. Bundesliga der Männer« oder »1. Bundesliga der Frauen« hingeschrieben werden, da beide Leistungsklassen eine klare Geschlechtersegregation vornehmen. Auch Wettbewerbe, die nach dem Regelwerk für beide Geschlechter offen sind, in der Praxis aber nur von Personen eines bestimmten Geschlechts ausgeübt werden (u.a. Rennen der Formel 1 im Jahr 2015), erhalten einen geschlechtlichen Zusatz.

## **B.6. Exakte Platzierung des Fotos**

Für großflächige Fotos, die auf der »Ersten Seite des Sportteils« beginnen und auch noch die zweite Seite des Sportteils umfassen, ist folgende Regelung getroffen worden: Befindet sich der Großteil der Fotofläche auf der ersten Seite des Sportteils, wird das Foto der Kategorie »Erste Seite des Sportteils« zugeordnet. Befindet sich der Großteil der Fotofläche aber auf der zweiten Seite des Sportteils, wird das Foto der Kategorie »Sonstige Seite des Sportteils« zugeordnet.

## 17.2

Standardisierte Analysebögen und  
Kodieranleitungen für die Bearbeitung  
der Forschungshypothesen 3 bis 5

### 17.2.1

Sprachliche Berichterstattungsebene

---

## **ANALYSEBOGEN FÜR ARTIKEL**

Bearbeitung der Hypothesen 3 bis 5

### **Inhaltsanalyse der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung**

-Artikel-

#### **A. Rahmendaten zum Artikel**

A.1. Nummer des Artikels \_\_\_\_\_

A.2. Name des Artikels \_\_\_\_\_

A.3. Seite \_\_\_\_\_

A.4. Erscheinungstag \_\_\_\_\_

A.5. Artikel über

Sportler

Sportlerinnen

Beide Geschlechter

## B. Detaillierte Analyse der Texteinheiten

B.1. Texteinheit über

Sportler

Sportlerinnen

B.2. Nummer der Texteinheit \_\_\_\_\_

B.3. Flächeninhalt der Texteinheit \_\_\_\_\_ cm<sup>2</sup>

B.4. Flächeninhalt der zur Texteinheit gehörenden Überschrift \_\_\_\_ cm<sup>2</sup>

B.5. Exakte Platzierung der Texteinheit

Titelseite

Erste Seite des Sportteils

Sonstige Seite des Sportteils

B.6. Thematisierte SportlerInnen, Turniere, Wettbewerbe und sportliche Leistungen \_\_\_\_\_

B.7. Wird das soziale Umfeld der SportlerInnen thematisiert?

Ja

Nein

B.8. Erfolgen nicht funktionale Beschreibungen des Aussehens der thematisierten SportlerInnen?

Ja

Nein

# **KODIERANLEITUNGEN FÜR ARTIKEL**

Bearbeitung der Hypothesen 3 bis 5

## **Inhaltsanalyse der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung**

-Artikel-

### **A.1. Nummer des Artikels**

Die zu untersuchenden Artikel werden mit einer durchgehenden Nummerierung versehen.

### **A.2. Name des Artikels**

Sofern der Artikel eine Überschrift hat, wird die Überschrift des Artikels angegeben. Wenn es zu einem Artikel mehrere Überschriften geben sollte, dann wird diejenige Überschrift angegeben, die flächenmäßig am größten ist. Sollte ein Artikel keine Überschrift haben, so wird der erste Satz des entsprechenden Artikels niedergeschrieben.

### **A.3. Seite**

Auf welcher Seite der BILD-Bundesausgabe ist der Artikel abgedruckt worden.

### **A.4. Erscheinungstag**

Kann der Titelseite der jeweiligen Zeitung entnommen werden.

### **A.5. Artikel über**

Unter A.5. sollen ausschließlich Artikel erfasst werden, die sich überwiegend - mehr als 50 Prozent der Gesamtfläche des Artikels - mit SportlerInnen befassen, die 2015 auf der ATP Tour oder der WTA Tour aktiv gewesen sind. Außerdem muss unter allen Leistungsklassen, die innerhalb des entsprechenden Artikels thematisiert werden, die meiste Berichterstattungsfläche an die ATP Tour und/oder die WTA Tour gehen. Artikel, in denen beispielsweise die meiste Berichterstattungsfläche den Leistungsklassen Fed Cup und/oder Davis Cup - zwei weitere relevante Leistungsklassen im Tennissport - gewidmet wird, während die Geschehnisse der ATP Tour/WTA Tour nur am Rande thematisiert werden, werden unter A.5. nicht erfasst. Dementsprechend soll es bei A.5. nicht um eine Vollerhebung sämtlicher Tennisberichte gehen.

Geht es in einem Artikel zwar überwiegend um SportlerInnen, die 2015 auf der ATP Tour oder der WTA Tour aktiv gewesen sind, wird aber in dem entsprechenden Artikel überhaupt kein Bezug zur ATP Tour/WTA Tour genommen, weil die SportlerInnen beispielsweise in einem ausschließlich privaten Kontext thematisiert werden, dann muss der entsprechende Artikel ebenfalls nicht erfasst werden. Auch Artikel, die zwar auf die ATP Tour oder die WTA Tour Bezug nehmen, dabei aber ausschließlich SportlerInnen thematisieren, über deren Fernbleiben bzw. mögliches Fernbleiben von Events der ATP oder WTA Tour geschrieben wird, werden nicht erfasst. Diesen Artikeln mangelt es an einem unmittelbaren Sportbezug. Auch Artikel, die sich ausschließlich mit den Weltranglistenpositionen der TennisspielerInnen befassen, haben keinen unmittelbaren Bezug zu den Spielen der ATP Tour bzw. WTA Tour. Diese Artikel über Weltranglistenpositionen müssen dementsprechend nicht erfasst werden.

Diese allgemeinen Vorgaben gelten für alle Kategorien, die unter A.5. geschaffen worden sind.

Die Kategorie »Artikel über Sportler« soll diejenigen forschungsrelevanten Artikel erfassen, die sich ausschließlich mit männlichem Hochleistungssport auf der ATP Tour befassen. Analog dazu soll die Kategorie »Artikel über Sportlerinnen« diejenigen Artikel festhalten, die sich ausschließlich mit weiblichem Hochleistungssport auf der WTA Tour auseinandersetzen. Zur Kategorie »Artikel über beide Geschlechter« gehören alle Artikel, die sich sowohl mit männlichem Hochleistungssport auf der ATP Tour als auch mit weiblichem Hochleistungssport auf der WTA Tour auseinandersetzen.

### **B.1. Texteinheit über**

Für Artikel, die als »Artikel über beide Geschlechter« eingeordnet worden sind, müssen ab dem Punkt B.1. zwei separate Texteinheiten-Bögen ausgefüllt werden. Durch das Ankreuzen von »Texteinheit über Sportler« oder »Texteinheit über Sportlerinnen« wird festgelegt, ob zunächst ausschließlich die Textstellen über männlichen oder weiblichen Hochleistungssport untersucht werden sollen. Sofern bei A.5. »Artikel über Sportler« angekreuzt worden ist, muss bei B.1. automatisch »Texteinheit über Sportler« angekreuzt werden. Analog dazu müssen »Artikel über Sportlerinnen« unter B.1. als »Texteinheiten über Sportlerinnen« kenntlich gemacht werden.

### **B.2. Nummer der Texteinheit**

Die Nummer der Texteinheit entspricht der Nummer des dazugehörigen Artikels. Da für »Artikel über beide Geschlechter« zwei Texteinheiten-Bögen ausgefüllt werden müssen, die Nummerierung aber nicht anders als bei den

Artikeln ausfallen soll, damit problemlos eine Zuordnung zwischen Texteinheiten und Artikeln erfolgen kann, gilt folgender Grundsatz: Texteinheiten, die zu »Artikeln über beide Geschlechter« gehören, werden nicht nur mit einer Zahl, sondern auch mit einem großen »M« oder »W« hinter der Zahl versehen. Der Zusatz »M« vermittelt die Information, dass innerhalb des »Artikels über beide Geschlechter« zunächst ausschließlich diejenigen Textstellen ausgewertet werden sollen, welche den Bereich des männlichen Hochleistungssports betreffen. Analog dazu bringt der Zusatz »W« zum Ausdruck, dass nur Textstellen, welche Sportlerinnen betreffen, untersucht werden sollen.

### **B.3. Flächeninhalt der Texteinheit**

Für Texteinheiten, die auf »Artikel über Sportler« bzw. »Artikel über Sportlerinnen« zurückgehen, gilt: Die gesamte Artikelfläche wird der Texteinheit angerechnet, wobei Über- und Unterüberschriften ebenfalls zur Fläche der Texteinheit hinzugezählt werden. Grundsätzlich gilt für die Flächenberechnung: Länge und Breite einer Texteinheit werden miteinander multipliziert. Die ermittelte Fläche soll in Quadratzentimetern und auf eine Nachkommastelle genau angegeben werden.

Sollte eine Bebilderung des entsprechenden Artikels vorliegen, so geht die Bildfläche NICHT in die Flächenberechnung der Texteinheit ein. Diese Regelung, die Bebilderung von Texteinheiten betreffend, gilt auch für Texteinheiten, welche auf »Artikel über beide Geschlechter« zurückgehen. Bildunterschriften zählen zur Bildfläche dazu.

Für Texteinheiten, die zu »Artikeln über beide Geschlechter« gehören, gilt des Weiteren: Nicht die gesamte Fläche des Artikels wird der Texteinheit angerechnet. Wird für einen »Artikel über beide Geschlechter« etwa die Fläche für die »Texteinheit über Sportler« berechnet, so gehen nur diejenigen Stellen des Artikels in die Flächenberechnung ein, die sich ausschließlich auf aktive Hochleistungssportler beziehen. Analog dazu werden nur diejenigen Stellen, die sich ausschließlich auf aktive Hochleistungssportlerinnen beziehen, der »Texteinheit über Sportlerinnen« angerechnet. Diese Regelung trifft auch für die Über- und Unterüberschriften zu. Textstellen und Über-/Unterüberschriften, die auf beide Geschlechter Bezug nehmen bzw. keine klare Zuordnung ermöglichen, werden jeweils zur Hälfte der »Texteinheit über Sportlerinnen« und der »Texteinheit über Sportler« angerechnet.

Zwecks besserer Veranschaulichung werden Textstellen, die sich in »Artikeln über beide Geschlechter« klar dem Bereich männlicher Hochleistungssport zuordnen lassen, grün markiert. Textstellen, welche sich in »Artikeln über beide Geschlechter« eindeutig dem Bereich weiblicher Hochleistungssport zuordnen lassen, werden orange hervorgehoben.

#### **B.4. Flächeninhalt der zur Texteinheit gehörenden Überschrift**

Sämtliche unter B.3. getroffenen Regelungen gelten weiterhin. Jedoch wird anders als bei B.3. ausschließlich der Flächeninhalt der Über- und Unterüberschriften erfasst.

Außerdem gilt folgende Regelung: Sollte sich die Überschrift, die zu einem »Artikel über beide Geschlechter« gehört, ausschließlich auf ein Geschlecht beziehen, dann wird die Fläche der Überschrift vollumfänglich dem in der Überschrift thematisierten Geschlecht angerechnet. Für das andere Geschlecht, das in der entsprechenden Überschrift nicht thematisiert worden ist, bedeutet dies: Unter Flächeninhalt der Überschrift muss die Eintragung »Null Quadrat-zentimeter« erfolgen.

#### **B.5. Exakte Platzierung der Texteinheit**

Es soll festgehalten werden, ob die entsprechende Texteinheit auf der Titelseite, der ersten Seite des Sportteils oder in den sonstigen Seiten des Sportteils abgedruckt worden ist.

#### **B.6. Thematisierte SportlerInnen, Turniere, Wettbewerbe und sportliche Leistungen**

Unter B.6. sollen alle Sportler bzw. Sportlerinnen festgehalten werden, die innerhalb der zu untersuchenden Texteinheit thematisiert worden sind. Die Vor- und Nachnamen der entsprechenden AthletInnen sollen niedergeschrieben werden. Auch die Nationen, für welche die AthletInnen auf der ATP bzw. WTA Tour angetreten sind, sollen erfasst werden.

Da die ATP Tour im Jahr 2015 aus 66 verschiedenen Turnieren und die WTA Tour im selben Jahr aus 59 Turnieren bestanden hat, muss ferner das jeweilige Turnier festgehalten werden, im Zuge dessen über die AthletInnen berichtet worden ist.

Da es bei manchen der ATP- und WTA-Turniere neben den Einzel- auch Doppel- und Mixed-Wettbewerbe gegeben hat, muss darüber hinaus festgehalten werden, im Kontext welcher Wettbewerbe die AthletInnen thematisiert worden sind.

Außerdem muss für den jeweiligen Wettbewerb überprüft werden, welche sportlichen Leistungen die AthletInnen laut Texteinheit erbracht haben. Wird beispielsweise über die Tennisspielerin Angelique Kerber in einer Texteinheit berichtet und geht es dabei um ein Halbfinalspiel von ihr auf der WTA-Tour, dann wird als sportliche Leistung »Halbfinale« festgehalten. Unter sportlicher

Leistung soll also die erreichte bzw. thematisierte Turnierrunde erfasst werden.

Falls es in einer Texteinheit vorkommen sollte, dass beispielsweise über das Halbfinalspiel eines Tennisspielers bzw. einer Tennisspielerin berichtet wird und zugleich auf das Finale Bezug genommen wird, weil der Spieler bzw. die Spielerin das Halbfinale gewonnen hat, gilt folgende Regelung: Es soll pro Spieler bzw. Spielerin nur eine Turnierrunde erfasst werden. Dabei soll immer diejenige Turnierrunde erfasst werden, die flächenmäßig den meisten Berichterstattungsraum erhält.

Wird der Finaleinzug, um bei diesem Beispiel zu bleiben, etwa nur in einem Nebensatz erwähnt, während der Ablauf des Halbfinalspiels detailliert erläutert wird, müsste unter sportliche Leistung »Halbfinale« hingeschrieben werden.

Da nicht alle ATP/WTA-Turniere gleich aufgebaut sind, sondern sich die Turniere hinsichtlich der TeilnehmerInnen-Zahlen deutlich voneinander unterscheiden, muss detailliert darauf eingegangen werden, welche TeilnehmerInnen-Zahlen für welche Runde stehen sollen.

Wenn nur noch zwei Personen im Wettbewerb sind, ist immer vom »Finale« die Rede. Wenn noch vier Personen im Wettbewerb verblieben sind, wird unter sportliche Leistung »Halbfinale« eingetragen. Sind nur noch acht bzw. sechzehn Personen im Wettbewerb vertreten, wird unter sportliche Leistung immer »Viertelfinale« bzw. »Achtelfinale« eingetragen. Wichtig ist es, an dieser Stelle nochmals zu betonen, dass bei 16 verbliebenen Personen im Wettbewerb unter sportlicher Leistung IMMER »Achtelfinale« eingetragen werden muss.

Scheidet eine Person gleich zu Beginn eines Turniers und damit in der ersten Runde aus, so wird unter sportliche Leistung »1. Runde« festgehalten. Voraussetzung ist natürlich, dass dieses Erstrunden-Scheitern in der Texteinheit entsprechend thematisiert wird. Da selbst an den kleinsten ATP- und WTA-Turnieren des Jahres 2015 mindestens 28 Personen pro Einzel-Wettbewerb teilgenommen haben, wird die Abgrenzung zu den Runden »Achtelfinale«, »Viertelfinale«, »Halbfinale« und »Finale« ersichtlich. Eine Besonderheit stellen folgende Turniere dar: WTA Elite Trophy, WTA Finals und ATP World Tour Finals. Diese Turniere haben in der 1. Runde aus einer Gruppenphase bestanden. Alle Spiele der Gruppenphase werden unter »1. Runde« erfasst, damit die sportlichen Leistungen, die bei diesen drei Turnieren erbracht worden sind, mit den sportlichen Leistungen der anderen ATP- und WTA-Turniere verglichen werden können.

Neben den Leistungskategorien »1. Runde«, »Achtelfinale«, »Viertelfinale«, »Halbfinale« und »Finale« musste auch noch die Leistungskategorie »2. oder 3. Runde« gebildet werden. Diese Kategorie musste für größere Turniere

geschaffen werden. Bei kleineren Turnieren, an denen jeweils nur 28 oder 32 Personen teilgenommen haben, kommt nach der ersten Runde direkt die Runde der letzten Sechzehn. Da festgelegt worden ist, dass bei 16 verbliebenen Personen im Wettbewerb unter sportliche Leistung immer »Achtelfinale« eingetragen werden muss, wäre es, sofern alle Einzel-Wettbewerbe nur 28 oder 32 Teilnehmer bzw. Teilnehmerinnen gehabt hätten, nicht notwendig gewesen, die Leistungskategorie »2. oder 3. Runde« zu bilden.

Da es aber auch größere Turniere gegeben hat, an denen 64 oder sogar 128 Personen teilgenommen haben, musste für diese Turniere die Leistungskategorie »2. oder 3. Runde« gebildet werden. Diese Kategorie ist also speziell für diejenigen Turniere gebildet worden, bei denen es im Anschluss an die erste Turnierrunde weitere Turnierrunden mit mehr als 16 teilnehmenden Personen gegeben hat.

Diese Form der Differenzierung nach Turnierrunden ist notwendig gewesen, um alle ATP- und WTA-Turniere, trotz ihres unterschiedlichen Aufbaus, unter Leistungsgesichtspunkten miteinander vergleichen zu können.

### **B.7. Wird das soziale Umfeld der SportlerInnen thematisiert?**

Unter B.7. soll »Ja« angekreuzt werden, sofern in der zu untersuchenden Texteinheit über Personen berichtet wird, die aus dem unmittelbaren sozialen Umfeld der unter B.6. erfassten TennisspielerInnen stammen. Es kann sich dabei um die TrainerInnen oder die PartnerInnen der TennisspielerInnen handeln. Auch Personen aus dem familiären Umfeld der TennisspielerInnen sollen unter B.7. erfasst werden.

Zwecks Erfassung dieser Informationen soll folgendermaßen vorgegangen werden: Zunächst werden die Vor- und Nachnamen derjenigen TennisspielerInnen hingeschrieben, deren Bezugspersonen thematisiert worden sind. Hinter den Namen dieser TennisspielerInnen werden Doppelpunkte gesetzt. Dahinter werden die Namen und die Funktionen (TrainerIn, PartnerIn usw.) derjenigen Personen aufgelistet, die in den entsprechenden Texteinheiten genannt worden sind und zum sozialen Umfeld der thematisierten TennisspielerInnen dazugehören. Sollten die Bezugspersonen nur hinsichtlich ihrer Funktionen und nicht namentlich erwähnt werden, dann werden nur die in den Texteinheiten genannten Funktionen erfasst. Die Namen von TennisspielerInnen, deren soziales Umfeld in einer Texteinheit nicht beleuchtet wird, müssen unter B.7. natürlich nicht hingeschrieben werden.

Sollte es sich bei den Bezugspersonen um andere SportlerInnen handeln, die 2015 als TennisspielerInnen auf der ATP Tour oder der WTA Tour aktiv gewesen sind, dann werden diese Bezugspersonen nicht erfasst. Unter B.7.

sollen ausschließlich Personen erfasst werden, die nicht zur Gruppe der aktiven TennisspielerInnen dazugehört haben.

Falls eine erfasste Bezugsperson über die deutsche Staatsangehörigkeit verfügen sollte, dann soll diese Information durch einen Fettdruck des Namens und der Funktion dieser Person hervorgehoben werden.

### **B.8. Erfolgen nicht funktionale Beschreibungen des Aussehens der thematisierten SportlerInnen?**

Es muss »Ja« angekreuzt werden, sofern in der Texteinheit, die untersucht wird, Aussagen zum Aussehen der namentlich erwähnten SportlerInnen getroffen werden, welche in keinem Zusammenhang mit der sportlichen Leistungsfähigkeit der AthletInnen stehen. Darunter fallen alle sprachlichen Äußerungen, welche die TennisspielerInnen hinsichtlich ihrer Attraktivität bewerten. Auch alle Äußerungen zu den Haarfarben der SportlerInnen sind nicht funktional. Weder die Attraktivitätslevels noch die Haarfarben der SportlerInnen entscheiden darüber, wie sie im Wettkampf abschneiden, sind dementsprechend für die Leistungserbringung nicht funktional. Des Weiteren müssen auch exakte Schilderungen, die Freizeitkleidung der SportlerInnen betreffend, als nicht funktionale Beschreibungen des Aussehens gewertet werden.

Kleidungsstücke, die für die Freizeit gedacht sind, aber von den VeranstalterInnen der ATP/WTA-Tour an die AthletInnen verschenkt worden sind, weil zuvor von den SportlerInnen herausragende sportliche Leistungen erbracht worden sind, werden als funktionale Beschreibungen des Aussehens eingestuft. Die entsprechenden Kleidungsstücke wären nicht verschenkt worden, wenn zuvor nicht herausragende sportliche Leistungen erbracht worden wären.

Sprachliche Ausführungen, die sich mit dem Alter, der Muskelkraft, der Sportkleidung oder der Körpergröße der SportlerInnen auseinandersetzen, beschreiben ebenfalls Aspekte des Aussehens, welche mit den Leistungslevels der SportlerInnen zusammenhängen. Entsprechende Ausführungen müssen folglich als funktional eingeordnet werden. Sollten in einer Texteinheit nur funktionale Beschreibungen des Aussehens erfolgen, muss »Nein« angekreuzt werden.

Funktionale und nicht funktionale Beschreibungen/Wertungen des Aussehens, die in Bildunterschriften abgedruckt worden sind, die zusammen mit den forschungsrelevanten Texteinheiten veröffentlicht worden sind, müssen ebenfalls berücksichtigt und erfasst werden.

Während für den Fall, dass »Nein« angekreuzt worden ist, die Bearbeitung von B.8. sofort endet, geht die Bearbeitung der Texteinheit weiter, falls »Ja« angekreuzt worden ist.

Nachdem »Ja« angekreuzt worden ist, müssen alle nicht funktionalen Beschreibungen und Wertungen des Aussehens, die innerhalb der entsprechenden Texteinheit vorgenommen worden sind, wortwörtlich niedergeschrieben bzw. festgehalten werden. Jeder entsprechenden Beschreibung/Wertung muss ein vollständiger Name zugeordnet werden. Es gilt zu erfassen, auf welche TennisspielerInnen sich die entsprechenden Beschreibungen/Wertungen des Aussehens beziehen.

Sprachliche Ausführungen, den Gemütszustand (traurig, wütend, strahlend usw.) der TennisspielerInnen betreffend, werden nicht als Äußerungen zum Aussehen der AthletInnen eingestuft.

## 17.2.2

### Visuelle Berichterstattungsebene

---

## **ANALYSEBOGEN FÜR FOTOS**

Bearbeitung der Hypothesen 3 bis 5

### **Inhaltsanalyse der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung**

-Fotos-

#### **A. Rahmendaten zum Foto**

A.1. Nummer des Fotos \_\_\_\_\_

A.2. Bezeichnung des Fotos

---

---

A.3. Seite \_\_\_\_\_

A.4. Erscheinungstag \_\_\_\_\_

A.5. Fotos von

Sportlern

Sportlerinnen

Beiden Geschlechtern

## B. Detaillierte Analyse der Fotos

B.1. Fotos von

Sportlern

Sportlerinnen

B.2. Nummer des Fotos \_\_\_\_\_

B.3. Flächeninhalt des Fotos \_\_\_\_\_ cm<sup>2</sup>

B.4. Exakte Platzierung des Fotos

Titelseite

Erste Seite des Sportteils

Sonstige Seite des Sportteils

B.5. Visualisierte SportlerInnen, Turniere, Wettbewerbe und sportliche Leistungen

---

B.6. Wird das primäre Bildmotiv in einem sportlichen Kontext gezeigt?

Ja

Nein → Falls »Nein« angekreuzt worden ist, müssen B.7. und B.8. nicht bearbeitet werden

B.7. Ist der sportliche Kontext von Aktivität oder Passivität geprägt?

Aktivität

Passivität

B.8. Form der körperlichen Darstellung beim primären Bildmotiv

Porträt

Halbkörper-Darstellung

Ganzkörper-Darstellung

B.9. Wird das soziale Umfeld des primären Bildmotivs thematisiert?

Ja

Nein

B.10. Attraktivitätsscore des primären Bildmotivs

---

# KODIERANLEITUNGEN FÜR FOTOS

Bearbeitung der Hypothesen 3 bis 5

## Inhaltsanalyse der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung

-Fotos-

### **A.1. Nummer des Fotos**

Die zu untersuchenden Fotos werden mit einer durchgehenden Nummerierung versehen.

### **A.2. Bezeichnung des Fotos**

In dieser Kategorie soll, sofern es zu dem Foto eine Bildunterschrift gibt, der erste Satz der entsprechenden Bildunterschrift angegeben werden. Falls es keine Bildunterschrift geben sollte, wird die Überschrift desjenigen Artikels angegeben, zu dem das Foto gehört. Sollte es zu diesem Artikel mehrere Überschriften geben, so wird diejenige Überschrift angegeben, die flächenmäßig am größten ist.

### **A.3. Seite**

Auf welcher Seite der BILD-Bundesausgabe ist das entsprechende Foto abgedruckt worden.

### **A.4. Erscheinungstag**

Er kann der Titelseite entnommen werden.

### **A.5. Fotos von**

Unter A.5. sollen ausschließlich Fotos erfasst werden, die als primäre Bildmotive - diejenige Person auf dem Foto, welche flächenmäßig am größten dargestellt wird - SportlerInnen zeigen, die 2015 auf der ATP Tour oder der WTA Tour aktiv gewesen sind. Des Weiteren müssen die Artikel, die zu diesen Fotos dazugehören, flächenmäßig am meisten über die Leistungsklassen ATP und WTA Tour berichten. Sollten andere Leistungsklassen flächenmäßig im Mittelpunkt stehen, dürfen die entsprechenden Fotos nicht erfasst werden. Es soll ausschließlich um Fotos gehen, die im Kontext der Berichterstattung über die Leistungsklassen ATP und WTA Tour erschienen sind.

Handelt es sich bei dem primären Bildmotiv um einen Sportler bzw. eine Sportlerin, der bzw. die 2015 auf der ATP Tour bzw. der WTA Tour aktiv gewesen ist, wird aber in dem dazugehörigen Artikel überhaupt kein Bezug zur ATP/WTA Tour hergestellt, weil die SportlerInnen beispielsweise in einem ausschließlich privaten Kontext thematisiert werden, dann darf das entsprechende Foto ebenfalls nicht erfasst werden.

Diese allgemeinen Regelungen gelten für alle Kategorien, die unter A.5. geschaffen worden sind.

Die Kategorie »Fotos von Sportlern« soll diejenigen forschungsrelevanten Fotos erfassen, welche ausschließlich Männer als primäre Bildmotive zeigen. Analog dazu soll die Kategorie »Fotos von Sportlerinnen« diejenigen Fotos erfassen, welche ausschließlich Frauen in den Bildmittelpunkt rücken. Zur Kategorie »Fotos von beiden Geschlechtern« gehören alle Fotos, die primäre und sekundäre Bildmotive zeigen, welche sich hinsichtlich ihres biologischen Geschlechts voneinander unterscheiden. Oder um es verständlicher zu formulieren: Sportlerinnen und Sportler werden auf »Fotos von beiden Geschlechtern« gemeinsam visualisiert. Dabei muss das primäre männliche Bildmotiv 2015 auf der ATP Tour aktiv gewesen sein und das primäre weibliche Bildmotiv im selben Jahr auf der WTA Tour aktiv gewesen sein.

### **B.1. Fotos von**

Ein Foto, das unter A.5. der Kategorie »Fotos von Sportlern« zugeordnet worden ist, wird unter B.1. immer der Kategorie »Fotos von Sportlern« zugeordnet. Ein Foto, das unter A.5. der Kategorie »Fotos von Sportlerinnen« zugeordnet worden ist, wird unter B.1. immer der Kategorie »Fotos von Sportlerinnen« zugeordnet.

Für Fotos, die unter A.5. der Kategorie »Fotos von beiden Geschlechtern« zugeordnet worden sind, müssen ab B.1. zwei separate Analysebögen ausgefüllt werden. Ein Bogen, bei dem unter B.1. »Fotos von Sportlerinnen« angekreuzt wird und infolgedessen die Darstellung des primären weiblichen Bildmotivs untersucht wird. Des Weiteren ein Bogen, bei dem unter B.1. »Fotos von Sportlern« angekreuzt wird und die Darstellung des primären männlichen Bildmotivs untersucht wird.

### **B.2. Nummer des Fotos**

Alle Fotos, die unter A.5. entweder der Kategorie »Fotos von Sportlern« oder der Kategorie »Fotos von Sportlerinnen« zugeordnet worden sind, übernehmen unter B.2. die zuvor unter A.1. vorgenommene Nummerierung.

Fotos, die unter A.5. der Kategorie »Fotos von beiden Geschlechtern« zugeordnet worden sind, übernehmen ebenfalls die unter A.1. vorgenommene Nummerierung. Diese Nummerierung wird jedoch um einen großen Buchstaben ergänzt. Denn für Fotos der Kategorie »Fotos von beiden Geschlechtern« müssen, wie schon unter B.1. thematisiert, für den Teilbereich B zwei separate Analysebögen ausgefüllt werden. Es muss ein Bogen für das primäre männliche und ein weiterer Bogen für das primäre weibliche Bildmotiv ausgefüllt werden. Ein großes »W« hinter der dazugehörigen Nummerierung soll zum Ausdruck bringen, dass in diesem Bogen die visuelle Darstellung des primären weiblichen Bildmotivs untersucht wird. Ein großes »M« hinter der Nummerierung zeigt an, dass dieser Analysebogen sich der visuellen Darstellung des primären männlichen Bildmotivs widmet.

### **B.3. Flächeninhalt des Fotos**

Die gesamte Fläche des Fotos und nicht nur die Fläche, welche das primäre Bildmotiv zeigt, geht bei »Fotos von Sportlern« und »Fotos von Sportlerinnen« in die Flächenberechnung ein. Bildunterschriften und Logos, die außerhalb des Fotos erscheinen, werden der Fotofläche nicht angerechnet. Logos und Texte, die innerhalb des Fotos erscheinen, werden zur Fotofläche hinzugezählt, sofern sie weiterhin einen Blick auf das Foto ermöglichen, sozusagen »durchsichtig« sind. Logos und Texte, die innerhalb des Fotos erscheinen und dieses verdecken, sozusagen nicht »durchsichtig« sind, müssen von der Fotofläche abgezogen werden.

In einigen Fällen kommt es zu der Konstellation, dass Fotos innerhalb von Fotos abgebildet werden. In diesem Fall gilt es zwei separate Berechnungen vorzunehmen. Sowohl die Fläche des äußeren als auch des inneren Fotos muss in diesen Fällen separat berechnet werden. Bei der Berechnung der Fläche des äußeren Fotos muss insbesondere berücksichtigt werden, dass die Fläche des inneren Fotos und der dazugehörigen Bildunterschrift abgezogen werden müssen. Für alle Fotos gilt des Weiteren: Die Flächenberechnung erfolgt, indem Länge und Breite des Fotos miteinander multipliziert werden.

Alle bisher unter B.3. beschriebenen Regelungen gelten auch für Fotos der Kategorie »Fotos von beiden Geschlechtern«. Jedoch muss für diese Kategorie noch Folgendes berücksichtigt werden: Die Fläche, die am Ende ermittelt worden ist, wird durch zwei geteilt. Die eine Hälfte der ermittelten Fläche wird dem primären männlichen Bildmotiv, die andere Hälfte dem primären weiblichen Bildmotiv zugeschrieben.

Für alle Flächenberechnungen, die unter B.3. vorgenommen werden, gilt ferner: Die ermittelten Fotoflächen sollen in der Einheit Quadratzentimeter angegeben und auf eine Nachkommastelle gerundet werden.

#### **B.4. Exakte Platzierung des Fotos**

Es soll festgehalten werden, ob das entsprechende Foto auf der Titelseite, der ersten Seite des Sportteils oder in den sonstigen Seiten des Sportteils abgedruckt worden ist.

#### **B.5. Visualisierte SportlerInnen, Turniere, Wettbewerbe und sportliche Leistungen**

Unter B.5. sollen die Vor- und Nachnamen der primären Bildmotive hingeschrieben werden. Auch die Nationen, für welche die primären Bildmotive auf der ATP bzw. WTA Tour angetreten sind, sollen erfasst werden.

Da die ATP Tour im Jahr 2015 aus 66 verschiedenen Turnieren und die WTA Tour im selben Jahr aus 59 Turnieren bestanden hat, muss ferner das jeweilige Turnier festgehalten werden, im Zuge dessen die AthletInnen visualisiert worden sind. Die entsprechende Information kann dem zum Foto dazugehörenden Artikel entnommen werden. Dasjenige Turnier, welches im Zuge der Berichterstattung über die visualisierten SportlerInnen flächenmäßig im Mittelpunkt steht, wird jeweils festgehalten.

Da es bei manchen ATP- und WTA-Turnieren neben den Einzel- auch Doppel- und Mixed-Wettbewerbe gegeben hat, muss darüber hinaus festgehalten werden, im Kontext welcher Wettbewerbe die primären Bildmotive visualisiert worden sind. Auch diese Information kann dem Artikel, der zusammen mit einem Foto veröffentlicht worden ist, entnommen werden. Es gilt folgende Regel: Derjenige Wettbewerb, der im Zuge der Berichterstattung über die visualisierten SportlerInnen die meiste Berichterstattungsfläche erhalten hat, wird unter Wettbewerbe festgehalten.

Außerdem muss für den jeweiligen Wettbewerb überprüft werden, welche sportlichen Leistungen die primären Bildmotive erbracht haben. Wird beispielsweise von der Tennisspielerin Angelique Kerber ein Foto veröffentlicht und in der dazugehörigen Texteinheit über ein Halbfinalspiel von Angelique Kerber auf der WTA Tour berichtet, dann wird als sportliche Leistung, die zu dem Foto passt, »Halbfinale« festgehalten. Unter sportlicher Leistung soll also die erreichte oder die flächenmäßig am meisten thematisierte Turnierrunde erfasst werden.

Falls es in der zu einem Foto dazugehörenden Texteinheit vorkommen sollte, dass beispielsweise über das Halbfinalspiel eines Tennisspielers bzw. einer Tennisspielerin berichtet wird und zugleich auf das Finale Bezug genommen wird, weil der Spieler bzw. die Spielerin das Halbfinale gewonnen hat, gilt folgende Regelung: Es soll pro Spieler bzw. Spielerin nur eine Turnierrunde

erfasst werden. Dabei soll immer diejenige Turnierrunde erfasst werden, die flächenmäßig den meisten Berichterstattungsraum in der entsprechenden Texteinheit erhält. In die Flächenberechnung gehen dabei die Inhalte der Überschriften mit ein.

Wird der Finaleinzug, um bei diesem Beispiel zu bleiben, etwa nur in einem Nebensatz erwähnt, während der Ablauf des Halbfinalspiels detailliert erläutert wird, müsste unter sportliche Leistung »Halbfinale« hingeschrieben werden.

Da nicht alle ATP/WTA-Turniere gleich aufgebaut sind, sondern sich die Turniere hinsichtlich der TeilnehmerInnen-Zahlen deutlich voneinander unterscheiden, muss detailliert darauf eingegangen werden, welche TeilnehmerInnen-Zahlen für welche Runde stehen sollen.

Wenn nur noch zwei Personen im Wettbewerb sind, ist immer vom »Finale« die Rede. Wenn noch vier Personen im Wettbewerb verblieben sind, wird unter sportliche Leistung »Halbfinale« eingetragen. Sind nur noch acht bzw. sechzehn Personen im Wettbewerb vertreten, wird unter sportliche Leistung immer »Viertelfinale« bzw. »Achtelfinale« eingetragen. Wichtig ist es, an dieser Stelle nochmals zu betonen, dass bei 16 verbliebenen Personen im Wettbewerb unter sportlicher Leistung IMMER »Achtelfinale« eingetragen werden muss.

Scheidet eine Person gleich zu Beginn eines Turniers und damit in der ersten Runde aus, so wird unter sportliche Leistung »1. Runde« festgehalten. Voraussetzung ist natürlich, dass dieses Erstrunden-Scheitern in der Texteinheit entsprechend thematisiert wird. Da selbst an den kleinsten ATP- und WTA-Turnieren des Jahres 2015 mindestens 28 Personen pro Einzel-Wettbewerb teilgenommen haben, wird die Abgrenzung zu den Runden »Achtelfinale«, »Viertelfinale«, »Halbfinale« und »Finale« ersichtlich. Eine Besonderheit stellen folgende Turniere dar: WTA Elite Trophy, WTA Finals und ATP World Tour Finals. Diese Turniere haben in der 1. Runde aus einer Gruppenphase bestanden. Alle Spiele der Gruppenphase werden unter »1. Runde« erfasst, damit die sportlichen Leistungen, die bei diesen drei Turnieren erbracht worden sind, mit den sportlichen Leistungen der anderen ATP- und WTA-Turniere verglichen werden können.

Neben den Leistungskategorien »1. Runde«, »Achtelfinale«, »Viertelfinale«, »Halbfinale« und »Finale« musste auch noch die Leistungskategorie »2. oder 3. Runde« gebildet werden. Diese Kategorie musste für größere Turniere geschaffen werden. Bei kleineren Turnieren, an denen jeweils nur 28 oder 32 Personen teilgenommen haben, kommt nach der ersten Runde direkt die Runde der letzten Sechzehn. Da festgelegt worden ist, dass bei 16 verbliebenen Personen im Wettbewerb unter sportliche Leistung immer »Achtelfinale« eingetragen werden muss, wäre es, sofern alle Einzel-Wettbewerbe nur 28

oder 32 Teilnehmer bzw. Teilnehmerinnen gehabt hätten, nicht notwendig gewesen, die Leistungskategorie »2. oder 3. Runde« zu bilden.

Da es aber auch größere Turniere gegeben hat, an denen 64 oder sogar 128 Personen teilgenommen haben, musste für diese Turniere die Leistungskategorie »2. oder 3. Runde« gebildet werden. Diese Kategorie ist also speziell für diejenigen Turniere gebildet worden, bei denen es im Anschluss an die erste Turnierrunde weitere Turnierrunden mit mehr als 16 teilnehmenden Personen gegeben hat.

Diese Form der Differenzierung nach Turnierrunden ist notwendig gewesen, um alle ATP- und WTA-Turniere, trotz ihres unterschiedlichen Aufbaus, unter Leistungsgesichtspunkten miteinander vergleichen zu können.

### **B.6. Wird das primäre Bildmotiv in einem sportlichen Kontext gezeigt?**

»Sportlicher Kontext«: Das primäre Bildmotiv wird dabei gezeigt, wie es sich auf einen sportlichen Wettkampf oder ein Training vorbereitet, sich in einem sportlichen Wettkampf/Training befindet oder im unmittelbaren zeitlichen Anschluss an den sportlichen Wettkampf oder das entsprechende Training gezeigt. Auf solchen Bildern tragen die primären Bildmotive häufig Sporttextilien.

### **B.7. Ist der sportliche Kontext von Aktivität oder Passivität geprägt?**

»Aktivität« muss in folgenden Fällen angekreuzt werden: Auf den Fotos, welche die primären Bildmotive in einem sportlichen Kontext zeigen, sind die SportlerInnen beim Durchführen einer dynamischen Sprung-, Lauf- oder Schlagbewegung zu sehen. In dieser Kategorie werden alle Formen der visuellen Darstellung, die Dynamik und Bewegung suggerieren, zusammengefasst. Dementsprechend werden alle visuellen Darstellungsformen, die nicht dynamisch wirken, unter »Passivität« zusammengefasst.

Da es um Aktivität im Wettkampf gehen soll, werden visuelle Darstellungen, die jubelnde SportlerInnen zeigen, ebenfalls der Kategorie »Passivität« zugeordnet. Zwar stellen Jubelgesten auch aktive Handlungen dar, aber sie gehören nicht unmittelbar zum sportlichen Wettkampf dazu. Die Kategorie »Aktivität« soll ausschließlich die Dynamik erfassen, die während eines Ballwechsels entsteht.

### **B.8. Form der körperlichen Darstellung beim primären Bildmotiv**

»Porträt«: Diese Kategorie wird ausgewählt, sofern sich die visuelle Darstellung des primären Bildmotivs ausschließlich auf dessen Kopf und Hals konzentriert. Der Oberkörper und die Arme dürfen nur geringfügig zu sehen sein.

»Halbkörper-Darstellung«: Das Foto rückt nicht einseitig das Gesicht und den Hals des primären Bildmotivs in das Bildzentrum. Stattdessen werden auch große Teile des Körpers abgebildet. Der Körper des primären Bildmotivs darf aber nicht vollständig zu sehen sein.

Sind das Gesicht sowie der vollständige Körper des primären Bildmotivs zu sehen, dann liegt eine »Ganzkörper-Darstellung« vor.

### **B.9. Wird das soziale Umfeld des primären Bildmotivs thematisiert?**

Unter B.9. soll »Ja« angekreuzt werden, sofern in der zum Foto dazugehörigen Texteinheit über Personen berichtet wird, die aus dem unmittelbaren sozialen Umfeld des unter B.5. erfassten primären Bildmotivs stammen. Es kann sich dabei um die TrainerInnen oder die PartnerInnen der primären Bildmotive handeln. Auch Personen aus dem familiären Umfeld eines primären Bildmotivs sollen unter B.9. erfasst werden.

Zwecks Erfassung dieser Informationen soll folgendermaßen vorgegangen werden: Zunächst werden die Vor- und Nachnamen der primären Bildmotive hingeschrieben. Hinter den vollständigen Namen der primären Bildmotive werden Doppelpunkte gesetzt. Dahinter werden die Namen und die Funktionen (TrainerIn, PartnerIn usw.) derjenigen Personen aufgelistet, die in den entsprechenden Texteinheiten genannt worden sind und zum sozialen Umfeld der primären Bildmotive dazugehören. Sollten die Bezugspersonen nur hinsichtlich ihrer Funktionen und nicht namentlich erwähnt werden, dann werden nur die in den Texteinheiten genannten Funktionen erfasst.

Sollte es sich bei den Bezugspersonen um andere SportlerInnen handeln, die 2015 als TennisspielerInnen auf der ATP Tour oder der WTA Tour aktiv gewesen sind, dann werden diese Bezugspersonen nicht erfasst. Unter B.9. sollen ausschließlich Personen erfasst werden, die nicht zur Gruppe der aktiven TennisspielerInnen dazugehört haben.

Falls eine von den erfassten Bezugspersonen über die deutsche Staatsangehörigkeit verfügen sollte, dann soll diese Information durch einen Fettdruck des Namens und der Funktion dieser Person hervorgehoben werden.

### **B.10. Attraktivitätsscore des primären Bildmotivs**

Alle forschungsrelevanten Fotos sind sechs RaterInnen vorgelegt worden. Darunter haben sich drei männliche und drei weibliche RaterInnen befunden. Die RaterInnen haben für sich alleine entschieden, ob die zu sehenden primären Bildmotive »überdurchschnittlich attraktiv«, »durchschnittlich attraktiv« oder »unterdurchschnittlich attraktiv« sind.

Primäre Bildmotive, die als »überdurchschnittlich attraktiv« eingestuft worden sind, haben jeweils den Zahlenwert 2 erhalten. Der Zahlenwert 1 ist allen primären Bildmotiven zugeordnet worden, die als »durchschnittlich attraktiv« bewertet worden sind. Der Wert 0 ist für alle Fotos mit »unterdurchschnittlich attraktiven« primären Bildmotiven vergeben worden.

Ausgehend von den Bewertungen, die von den sechs RaterInnen vorgenommen worden sind, wird jedem primären Bildmotiv ein durchschnittlicher Attraktivitätswert zugeordnet. Dies geschieht, indem aus allen sechs Bewertungen mit Hilfe des arithmetischen Mittels ein Durchschnittswert gebildet wird. Dieser Durchschnittswert legt den Attraktivitätsscore eines jeden Bildmotivs fest und wird unter B.10. eingetragen. Die Attraktivitätsscores werden jeweils auf zwei Dezimalstellen gerundet.

Sofern der ermittelte Attraktivitätsscore unter 0,50 liegen sollte, wird in Klammern zusätzlich die Angabe »unterdurchschnittlich attraktiv« gemacht. Sollte der Attraktivitätsscore über 1,50 liegen bzw. gleich 1,50 sein, dann wird hinter die Zahl »überdurchschnittlich attraktiv« geschrieben. Alle anderen Attraktivitätsscores (0,50 bis 1,49) werden mit dem Zusatz »durchschnittlich attraktiv« versehen.