

Universität Bielefeld

Fakultät für Psychologie und Sportwissenschaft

Abteilung Sportwissenschaft

Bachelorarbeit

im Studiengang Sportwissenschaft

mit dem Profil Gesundheit und Management

Mediale Konstruktionen von Sportereignissen:

Von „Feldherr der Wasserschlacht“ bis „Klinski putz die Polski“

**Vergleich nationaler Berichterstattungen bei internationalen Sportereignissen.
Analysiert anhand der Berichterstattung in den deutschen und polnischen Print-
medien zum Fußball – WM Spiel Deutschland gegen Polen am 14.06.2006**

Vorgelegt von

Alexandra Eva Janetzko

Betreuender Gutachter: Dr. Lars Riedl

Zweiter Gutachter: Prof. Dr. Klaus Cachay

Bielefeld 2007

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
1 Konstruktion der Wirklichkeit durch die Medien	2
1.1 Sport und Medien systemtheoretisch erklärt	2
1.2 Die Darstellung von Informationen	5
2 Konstruktion der Sportwirklichkeit durch die Medien.....	6
2.1 Einordnung und Bedeutung der Sportberichterstattung	6
2.2 Prinzipien der Themenauswahl in der Sportberichterstattung.....	8
2.3 Prinzipien der Thematisierung von Sportereignissen.....	10
2.4 Prinzipien der Gestaltung von Sportberichten.....	12
2.5 Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion von Sportereignissen	13
2.6 Die Veränderung der Medienlandschaft.....	14
2.6. Zeitungsgenres	16
2.7 Hypothesen.....	19
3 Untersuchung.....	20
3.1 Erhebungs-Material	20
3.1.1 Deutsche überregionale Abonnementzeitung: <i>Die Welt</i>	20
3.1.2 Deutsche überregionale Straßenverkaufszeitung: <i>Bild</i>	21
3.1.3 Polnische überregionale Abonnementzeitung: <i>Dziennik</i>	21
3.1.4 Polnische überregionale Straßenverkaufszeitung: <i>Super Express</i>	21
3.2 Methode.....	21
3.3 Untersuchung der Schlagzeilen.....	22
3.4 Untersuchung der Artikel.....	22
3.4.1 Untersuchung der Artikel in der Zeitung <i>Die Welt</i>	22
3.4.2 Untersuchung der Artikel in der Zeitung <i>Bild</i>	24
3.4.3 Untersuchung der Artikel in der Zeitung <i>Dziennik</i>	25
3.4.4 Untersuchung der Artikel in der Zeitung <i>Super Express</i>	26
4 Ergebnisse	28
4.1 Ergebnisse aus der Analyse der Schlagzeilen	28
4.2 Ergebnisse aus der Analyse der Artikel	31
Fazit	33
Ausblick.....	35
Literaturverzeichnis.....	36

Einleitung

Sucht man in Archiven nach Schlagzeilen zum Fußball-WM Sieg 1974 so kann man in der *Bild* lesen: „Wir sind Weltmeister!“ (<http://www.bild.t-online.de>, Bild vom 08.07.1974). Und auch 23 Jahre später erblickt man die gleichen Zeilen nach dem gewonnenen Finale gegen Polen bei der Handball-WM der Männer: „WELTMEISTER! Wir lieben euch! Gigantisch! Überirdisch! Fantastisch! Was wir bei der Fußball-WM nicht gepackt haben, ist jetzt Wirklichkeit: Wir sind W-e-l-t-m-e-i-s-t-e-r!“ (www.bild.t-online.de, Bild vom 05.02.2007). Für mich als gebürtige Polin ist dieses wiederkehrende „wir“ in den Schlagzeilen besonders interessant. In mir kam die Frage auf wie wohl die Headlines in Polen nach der Niederlage gegen Deutschland bei der oben genannten Handball-WM lauten würden. In der *Super Express*, einem Boulevardblatt aus Polen, konnte man Folgendes lesen: „Die Polen sollten Weltmeister sein“ (www.se.com.pl, Super Express vom 05.02.2007). Bei dieser Überschrift fallen gleich mehrere Dinge auf. Zum einen wurde diesmal auf das besagte „wir“ verzichtet. Hier stellt sich für mich die Frage, ob es am Land oder an der Niederlage lag. Zum anderen finde ich es bemerkenswert, dass das Blatt, trotz Niederlage, den Fokus auf die eigenen Landsleute richtet. Auch die *Bild* legte den Schwerpunkt auf die eigenen Mitbürger. Theoretisch hätten doch beide Blätter auch die sachliche Überschrift: „Deutschland ist Handballweltmeister“ wählen können. Stattdessen wird die *Bild* sehr emotional („Wir lieben euch!“), hantiert mit Superlativen („Gigantisch! Überirdisch! Fantastisch!“) und schließt sich und die Leserschaft zu den Weltmeistern mit ein („Wir sind W-e-l-t-m-e-i-s-t-e-r!“). Die *Superexpress* betitelt in der Schlagzeile nicht was ist, sondern was hätte sein sollen. Allein aus den Überschriften wird deutlich, dass ein und dasselbe Ereignis unterschiedlich fokussiert wird. Die Leser beider Zeitungen bekommen verschiedene Informationen über dasselbe Spiel. Offensichtlich können Sportereignisse von Medien unterschiedlich beurteilt und einzelne Informationen anders gewichtet werden. Ein und dasselbe Sportereignis wird anscheinend unterschiedlich inszeniert. An dieser Stelle kommt die Frage auf, nach welchen Kriterien entschieden wird, welche Ereignisse in welcher Form publiziert werden. Im Besonderen soll geklärt werden inwieweit die Nationalität die Auswahl und Interpretation von Ereignissen beeinflusst. Des Weiteren stellt sich die Frage, ob seriöse Blätter auf die gleichen Mechanismen zurückgreifen wie die hier zitierten Boulevardblätter.

Diese Fragen sollen anhand eines systematischen Vergleichs von nationaler Berichterstattung in den deutschen und polnischen Printmedien zum Fußball-WM-Spiel Deutschland gegen Polen am 14.06.2006 geklärt werden.

Zu Beginn der Arbeit wird das Mediensystem im Allgemeinen thematisiert, bevor in Kapitel 2 speziell auf die Sportberichterstattung eingegangen wird. Die Kapitel bauen aufeinander auf und erschließen die notwendigen Theorien. Anhand des erarbeiteten Theoriekomplexes werden Hypothesen zur Sportberichterstattung formuliert. Die vorliegenden Artikel werden in Kapitel 3 auf diese Hypothesen hin untersucht. In Kapitel 4 werden die Ergebnisse vorgestellt, bevor im Fazit die wichtigsten Resultate der Arbeit noch einmal aufgegriffen werden. Der Ausblick soll abschließend die Schlussfolgerungen für weitere mögliche Untersuchungen beinhalten.

1 Konstruktion der Wirklichkeit durch die Medien

Wie oben beschrieben wird in diesem Kapitel einleitend das Mediensystem vorgestellt. Hierfür werden ergänzender Weise Teile aus Luhmanns Systemtheorie kurz skizziert. Im Anschluss werden die Kriterien für die Auswahl von Ereignissen im Mediensystem thematisiert. Für beide Unterthemen wird auf Luhmanns Theorien zurückgegriffen. Diese eignen sich im Besonderen für diese Fragestellung, da Luhmanns Systemtheorie und seine Theorie zur medialen Konstruktion von Wirklichkeit logisch aufeinander aufbauen und einen schlüssigen Theoriekomplex ergeben. Weitere Theorien sollen im Verlauf des Kapitels höchstens unter ergänzenden Gesichtspunkten aufgegriffen werden, wie beispielsweise in Abschnitt 1.2, indem die Objektivität bei der Wiedergabe von Informationen kurz thematisiert wird. Dieser Abschnitt soll erste Hinweise auf die Thematisierung von Ereignissen geben.

1.1 Sport und Medien systemtheoretisch erklärt

Nach Luhmann ist die Gesellschaft in funktional differenzierte Systeme unterteilt. Jedes System hat einen spezifischen Sinnzusammenhang, wodurch es sich gegen eine Umwelt nicht dazugehörenden Sinns abgrenzt. Des Weiteren hat jedes System eine bestimmte Funktion für die Gesellschaft, wodurch es unverwechselbar und für die Gesellschaft unverzichtbar wird (vgl. Riedl / Cachay, 2002, S. 20f). Die Handlung innerhalb des Systems erfolgt entlang eines binären Codes. Durch ihn wird „unter Ausschließung dritter Möglichkeiten ein positiver oder negativer Wert fixiert“ (Luhmann, 1995, S.16). Der positive Wert bezeichnet die Anschlussfähigkeit, also das, womit das System weiter operieren kann (vgl. Luhmann, 1995, S.16). Durch die binäre Codierung wird Komplexität der sich im System ereignenden Kommunikation reduziert. Die Entscheidung welcher der beiden Werte angenommen wird erfolgt aufgrund von Programmen. Diese dienen demnach als Zuteilungsregeln. Zur Verdeutlichung soll das Sportsystem kurz skizziert werden. Das Sportsystem besteht aus allen Handlungen deren Sinn die Kommunikation körperlicher Leistungen ist (vgl. Riedl / Cachay, 2002, S.21). Der

binäre Code lautet: Leisten / Nicht Leisten und beim Spitzensport, einem Subsystem, Sieg / Niederlage. Die Akteure innerhalb des Spitzensportsystems haben das Ziel zu gewinnen. Das System selbst definiert auf der Programmebene die Kriterien nach denen Sieg oder Niederlage bestimmt werden. Hierunter sind konkret die Spielregeln einer Sportart zu verstehen, die eingehalten werden müssen. Für das System ist es irrelevant ob der Sportler reich oder schön ist. Einzig wichtig ist die körperliche Leistung und die Einhaltung der Regeln (vgl. Riedl / Cachay, 2002, S. 22). An diesem Beispiel wird verdeutlicht, dass innerhalb des Systems nur die systemspezifischen Kriterien von Bedeutung sind.

Betrachtet man nun das Mediensystem lässt sich der binäre Code Information / Nichtinformation finden (vgl. Luhmann, 1995, S. 17). Das Mediensystem ist auf die Produktion von Ereignissen angewiesen. Die Ereignisse können sich in allen Teilsystemen, auch dem Mediensystem ereignen. Wenn diese als Information eingestuft werden, kann das System mit ihnen arbeiten und sie veröffentlichen. Mit der Veröffentlichung wird die Information jedoch zur Nichtinformation, da sie nun bekannt und somit nicht mehr informativ ist. Ein und dieselbe Information wird somit nicht in gleicher Form zweimal publiziert. Durch diesen Sachverhalt ist das Mediensystem ständig auf neue Informationen angewiesen (vgl. Horky, 2001, S.38). Die Entscheidung ob ein Ereignis eine Information darstellt, also welcher Codewert angenommen wird, erfolgt anhand der systeminternen Programme. Hier nimmt Luhmann folgende Differenzierung auf der Programmebene vor: Nachrichten und Berichte, Werbung und Unterhaltung (vgl. Luhmann, 1995, S. 47). Alle drei Bereiche bedienen sich so genannter Selektoren anhand derer die Unterscheidung: Information / Nichtinformation getroffen wird (vgl. Luhmann, 1995, S. 26-30):

- Informationen müssen **neu** sein. Diese können, müssen aber nicht Einmalereignisse sein. Zum Beispiel gibt es auch „Serienproduktionen von Neuheiten“ (Luhmann, 1995, S.26). Hiermit sind wiederkehrende Gebiete gemeint, wie zum Beispiel der Sport oder die Börse, bei denen immer wieder etwas Neues anfällt.
- **Konflikte** werden bevorzugt, da sie mit ihrer selbst erzeugten Ungewissheit Spannung produzieren. Die erlösende Information über Sieger und Verlierer wird mit dem Hinweis auf die Zukunft vertagt.
- **Quantitäten** gelten als informativ. Sie erzeugen „substanzlose Aha – Effekte“ (Luhmann, 1995, S. 27). Gleichzeitig können mehr Informationen präsentiert werden, indem Vergleichszahlen mit herausgebracht werden
- Der **lokale Bezug** ist ebenfalls wichtig. Luhmann geht davon aus, dass man sich in seinem eigenen Gebiet gut informiert weiß und außerdem jede weitere Information geschätzt wird. Durch den lokalen Bezug fühlt sich der Leser im Besonderen mit eingeschlossen.

- **Normverstöße** und Außergewöhnliches finden ebenfalls Beachtung. Hierzu werden auch Informationen über Prominente gezählt.
- Bei Normverstößen wird eine **Zurechnung auf Handelnde** bevorzugt.
- Als Sonderfall werden auch **Äußerungen von Meinungen** publiziert. Indem Personen nach ihrer Meinung zu einem Ereignis befragt werden, können neue Informationen erzeugt werden.
- Diese sieben Selektoren werden zusätzlich verstärkt und ergänzt. Dies geschieht indem Organisationen wie Redaktionen mit dieser Selektion vertraut sind und hierfür eigene Routinen entwickelt haben. Informationen werden zum Beispiel in Rubriken eingeteilt innerhalb derer die beschriebenen Selektoren angewandt werden. Zusätzlich entscheidet letztendlich noch der verfügbare Platz in einer Zeitung oder die freien Sendeminuten in einer Nachrichtensendung über die Auswahl an Informationen.

Ausgehend von Luhmann finden wir in den Medien demnach nur Informationen, die mindestens eine dieser Kategorien erfüllen. Luhmanns Selektoren ähneln stark den von Schulz etablierten Nachrichtenfaktoren¹, eingebettet in die Nachrichtenwerttheorie. Die Theorie von Schulz soll hier Beachtung finden um die Hintergründe der Selektionsverfahren zu beleuchten und die Frage zu klären wieso eine Unterscheidung von Information / Nichtinformation überhaupt von Bedeutung ist. Nach Luhmann ist die Unterscheidung von Information / Nichtinformation für das Mediensystem wichtig, um sich selbst von der Umwelt abgrenzen zu können (vgl. Luhmann, 1995, S.17). Darüber hinaus ist nach Schulz diese Selektion bedeutsam, um eine Auswahl an täglichen Geschehnissen zu treffen, die publiziert werden sollen. „Über 99 Prozent aller Nachrichten, die (...) der Presse bekannt werden, gelangen nie vor die Augen der Leser, weil sie als zu unbedeutend (...) aussortiert (...) werden“ (Schulz, 1976, S.7). Der hier beschriebene Selektionsprozess soll nicht gewertet werden. Er soll nur verdeutlichen, dass täglich aus einer Masse von Geschehnissen Ereignisse ausgewählt und durch die Massenmedien kommuniziert werden. Schulz kommentiert diese Selektion folgendermaßen: „Zunächst muss man sich der Tatsache stellen, dass keine Nachrichtenberichterstattung auch nur im Entferntesten umfassend oder vollständig sein kann“ (Schulz, 1976, S.8). Die Selektoren bzw. Nachrichtenfaktoren dienen als Systematik, anhand derer aus der Fülle an Geschehnissen Informationen herausgefiltert werden. Je mehr von diesen Faktoren auf ein Ereignis zutreffen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Thema veröffentlicht wird.

¹ Nachrichtenfaktoren nach Schulz: Zeit, Nähe, Status, Dynamik, Valenz und Identifikation. (vgl. Horky, 2001, S. 34)

1.2 Die Darstellung von Informationen

Darüber hinaus thematisieren einige Autoren die Art der Darstellung einer Information in den Medien. An dieser Stelle kann auf Merten, Schmidt und Weischenberg verwiesen werden, die davon ausgehen, „dass Menschen ihre Umwelt subjektiv und eigenverantwortlich wahrnehmen.(...) Eine objektive Erschließung von Wirklichkeit ist nicht möglich“ (Horky, 2001, S. 26). Demnach ist auch eine objektive Wiedergabe der Wirklichkeit durch die Medien nicht denkbar. Emmerich geht ebenfalls auf die fragliche Objektivität von Journalisten bei der Wiedergabe von Ereignissen ein. Dabei findet er es besonders problematisch, dass die Medien sich und ihre Nachrichten als die einzig mögliche Perspektive auf ein Ereignis darstellen (vgl. Emmerich, 1984, S.13ff).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Ereignisse mehrere Selektionsprozesse durchlaufen, bevor sie schließlich publiziert werden. Ein Ereignis muss die Medien erreichen, von ihnen anhand der Selektoren als Information eingestuft und vom Journalisten in Worte gehüllt werden. Gleichzeitig ist das Mediensystem ständig auf die Produktion neuer Informationen angewiesen. Aufgrund des dargestellten Theoriekomplexes geht man nicht mehr davon aus, dass Medien die Wirklichkeit darstellen, sondern spricht von einer medialen Konstruktion der Wirklichkeit (vgl. Horky, 2001, S. 26f). „Denn die Wirklichkeit ist in ihrer Gesamtheit nicht abbildbar und kann auch von den Medien nicht originalgetreu dargestellt werden“ (Tewes, 1991, S.87). Um sich eine medienunabhängige Meinung bilden und eine eigene Wirklichkeit konstruieren zu können, bedarf es Primärinformationen, die dem Rezipienten fehlen und „so stellt sich dem Abnehmer die angebotene Medienrealität als die Wirklichkeit schlechthin dar“ (Becker, 1983, S.77). Für die Beantwortung der gestellten Fragen kann festgehalten werden, dass Medien Ereignisse in drei Kategorien einteilen: Nachrichten und Berichte, Werbung, und Unterhaltung. In allen drei Bereichen wird anhand der dargestellten Selektoren entschieden, ob es sich bei dem Ereignis um eine Information handelt. Somit konnten anhand dieses Kapitels die Kriterien für die Auswahl von Ereignissen herausgearbeitet werden. Des Weiteren wurde geklärt, dass eine objektive Darstellung von Ereignissen aufgrund von grundsätzlich subjektiver Wahrnehmung, nicht möglich ist. Dies ist eine erste wichtige Erkenntnis für die Klärung der Frage, in welcher Form Ereignisse publiziert werden und wieso ein und dasselbe Ereignis unterschiedlich dargestellt werden kann.

2 Konstruktion der Sportwirklichkeit durch die Medien

Natürlich zählt auch die Sportberichterstattung zur Medienwelt und die oben aufgeführten Selektionsprozesse lassen sich auch auf Sportereignisse übertragen. Jedoch gibt es einige Besonderheiten dieser Rubrik, die vorher Beachtung finden müssen. Zu Beginn soll geklärt werden wo die Sportberichterstattung einzuordnen ist und wie viel Bedeutung ihr von den Medien beigemessen wird. An dieser Stelle wird nur auf das für die Arbeit relevante Printmedium eingegangen. Im Anschluss werden Luhmanns Selektoren erneut aufgegriffen und speziell auf Sportereignisse hin modifiziert. Des Weiteren wird geklärt wie Sportereignisse in der Presse thematisiert werden. Hierfür wird größtenteils auf die Arbeit von Dieter Kroppach verwiesen. Anschließend werden Gestaltungsmöglichkeiten und die unterschiedlichen Erzählarten von Zeitungen vorgestellt.

Außerdem wird die Veränderung der Medienlandschaft beleuchtet, da diese besondere Auswirkungen auf die Printmedien hatte. In diesem Zusammenhang wird auch auf die veränderte Selbsteinschätzung des Sportjournalisten und die verschiedenen Genres innerhalb der Printmedien eingegangen. Diese Thematisierung der Hintergründe und Gegebenheiten der Sportberichterstattung dient der Darstellung möglicher Einflussfaktoren auf die Auswahl und Interpretation von Ereignissen. Anhand der vorgestellten Theorien werden schließlich Hypothesen für die Analyse der vorliegenden Zeitungsartikel formuliert.

2.1 Einordnung und Bedeutung der Sportberichterstattung

Der Sportteil zählt neben Politik, Wirtschaft, Feuilleton und dem Lokalen zu den klassischen Bereichen einer Tageszeitung (vgl. Tewes, 1991, S. 46). Laut Binnewies' Untersuchung von verschiedenen Printmedien im Jahre 1970, macht der Sportteil im Durchschnitt 9,25%, montags sogar bis zu 23,8% einer Tageszeitung aus (vgl. Binnewies, 1983, S.117). Die inhaltliche Analyse hat jedoch ergeben, dass nicht alle Bereiche und Sportarten gleich viel Bedeutung beigemessen wird. Luhmann weist darauf hin, dass Medien bei der Themenauswahl vermehrt auf vermeintlich typische Präferenzen des Publikums zurückgreifen (Luhmann, 1995, S. 24). So hat Binnewies' Studie gezeigt, dass Leistungssport mit rund 90% den größten Anteil hat. Des Weiteren ist Fußball mit 32% die bestrepräsentierte Sportart. Allein diese Zahlen verdeutlichen, dass auch die Sportberichterstattung nicht die Realität darstellt, da zum Beispiel der viel betriebene Breiten- und Freizeitsport kaum Beachtung findet (vgl. Horky, 2001, S. 154). Bei allen neun untersuchten Zeitungen war eine Konzentration auf wenige Sportarten zu erkennen. Durch diese Reduktion der Sportartenvielfalt wird ein einseitiges und verzerrtes Bild der Sportrealität entworfen (vgl. Binnewies, 1983, S. 117.) Gleichzeitig geht aus den

Zahlen hervor, dass Sportberichterstattung eine nicht unerhebliche Bedeutung für die Medien hat. Doch an dieser Stelle stellt sich die Frage, wieso Sport sich als so lukrativ für die Medien darstellt. Laut Riedl und Cachay eignet sich der Sport im Besonderen für die Medien, da er ständig neue Ereignisse produziert und somit „den Status der Daueraktualität erlangt“ (Riedl / Cachay, 2002, S. 27). Ein Sportereignis wird vorher angekündigt, es wird begleitend kommentiert und auch im Anschluss bietet es einen breiten Interpretationsspielraum. Dieser wird dann in zahlreichen Interviews und Kommentaren von Prominenten aufgezeigt, die durchaus widersprüchliche Meinungen aufzeigen können (vgl. Martinez, 2002, S. 75f). Außerdem berichten die Medien „bevorzugt über Ereignisse, die Sensationelles, Außergewöhnliches oder Konflikthafes beinhalten“ (Riedl / Cachay, 2002, S. 27). An gleicher Stelle nehmen die Autoren Bezug auf Luhmanns Selektoren und sehen im Sport eine Quelle von Informationen (vgl. Riedl / Cachay, 2002, S. 27). Auf diesen Zusammenhang zwischen Luhmanns Selektoren und Sportereignissen wird im weiteren Verlauf noch näher eingegangen.

Nun zur Einordnung der Sportberichterstattung. Wie oben erwähnt, unterscheidet Luhmann auf der Programmebene die Bereiche Nachrichten und Berichte, Werbung und Unterhaltung. Luhmann ordnet Sport dem Unterhaltungsbereich zu (vgl. Luhmann, 1995, S. 44). Dieser Bereich ist dadurch gekennzeichnet, dass eine zweite Welt parallel zur Realität geschaffen wird, in die man sich für eine bestimmte Zeit begeben kann, wobei die Realität parallel weiter läuft (vgl. Luhmann, 1995, S.40). Innerhalb dieser zweiten Welt gibt es keine vorab getroffenen Regeln. Stattdessen ist der Zugang zu ihr optisch oder akustisch gekennzeichnet. Zum Beispiel verdeutlichen das Buch oder der Fernseher den Rahmen, durch den in diese Welt eingetaucht werden kann. Die Handlung jedoch ist zumeist vorher nicht bekannt. Luhmann geht hierbei vor allem auf fiktionale Unterhaltung ein, die auf erfundene Subjekte angewiesen ist, in denen sich der Zuschauer wieder erkennen soll (vgl. Luhmann, 1995, S. 41f). Es geht also um die „Aktivierung von selbst Erlebtem, Erhofftem, Befürchtetem, Vergessenem“ (vgl. Luhmann, 1995, S. 44). Als Beispiele hierfür nennt Luhmann Romane und Spielfilme. Der Zuschauer taucht für die Dauer des Buches bzw. Filmes in die fiktive Welt ein und erkennt sich oder Teile von sich in den Figuren wieder. Dabei ist ihm die ganze Zeit bewusst, dass er Zuschauer einer fiktiven Welt ist. Er kann sich dadurch auf das Erleben der Personen konzentrieren, ohne auf das Dargestellte reagieren zu müssen. Denn er ist nicht in das Geschehen involviert, sondern nur Beobachter zweiter Ordnung (vgl. Luhmann, 1995, S.44). Diese Form der Unterhaltung basiert größtenteils auf Erzählungen.

Sportberichterstattung stellt für Luhmann eine sich abgrenzende Form der Unterhaltung dar. „Es gibt dazu (zu den Erzählungen) anscheinend nur wenige funktionale Äquivalente. Ein Beispiel wären Wettbewerbe aller Art oder Übertragung von Sportveranstaltungen“ (Luh-

mann, 1995, S. 44). Der Unterschied liegt zum einen darin, dass Sport auf Regeln basiert. Diese gehören zur Programmebene und begrenzen, anders als in Spielfilmen oder Romanen, den Handlungsrahmen der Akteure. Die Handlung kann somit nicht gelenkt werden, wie es der Autor bei fiktiven Romanen tut. Der Spielausgang ist zwar, wie der Ausgang des Romans, ungewiss, aber niemand kann ihn vorhersagen. Zum anderen handelt es sich hier um reale Figuren. Somit wird in eine zweite Realität eingetaucht. Dabei ist die Identifikation mit den Spielern nur begrenzt möglich, da außer der Mannschaft für die sie spielen und ihrer Spielweise im Spiel selbst nichts über sie anhand des Spiels zu erkennen ist. Somit scheint es doch, als wenn die Sportberichterstattung in erster Linie nur wiedergeben könnte, was auch tatsächlich passiert. Hiernach würde sie jedoch zu der Kategorie Nachrichten und Berichte zählen müssen. Wieso ordnet Luhmann die Sportberichterstattung dennoch in die Programmebene Unterhaltung ein? Hierfür lässt sich in Luhmanns Schriften ein entscheidender Grund finden. Sportberichterstattung ist eben keine „trockene Auflistung von Gewinnern und Verlierern mit den entsprechenden Punktzahlen.“ (Luhmann, 1995, S. 40). Ganz im Gegenteil ist diese oftmals sehr emotional und versucht den Rezipienten mitzureißen. Zwar gibt Luhmann zu, dass es innerhalb der drei Programmbereiche zu Überschneidungen kommen kann, jedoch ist es normalerweise dem Rezipienten trotzdem jederzeit möglich zu erkennen, „welcher Programmbereich das Produkt dirigiert“ (Luhmann, 1995, S. 48), also in welche Rubrik, die Information einzuordnen ist.

2.2 Prinzipien der Themenauswahl in der Sportberichterstattung

Um die Frage zu klären, nach welchen Kriterien Medien Sportereignisse auswählen, wird auf die bereits vorgestellten Selektoren von Luhmann zurückgegriffen. Diese werden nun mit Sportereignissen in Verbindung gebracht und gegebenenfalls angepasst.

- **Neuheit:** Informationen müssen neu sein. Dies können Einmalereignisse aber auch Serienproduktionen sein. Wie Luhmann bereits ausführt, produziert der Sport regelmäßig neue Informationen. Hierunter fallen Großereignisse wie die Olympischen Spiele oder Weltmeisterschaften, aber auch Bundesligaspiele.
- **Konflikte:** Konflikte gehören zum Sport dazu, da jeder Wettkampf und jedes Spiel in gewisser Weise einen Konflikt darstellt. Zwei Parteien / Antagonisten treten gegeneinander an und der Ausgang ist ungewiss. Durch diese Ungewissheit wird Spannung produziert. Martinez geht davon aus, dass Medien meist für eine Seite Partei ergreifen (vgl. Martinez, 2002, S. 79). Vor allem bei internationalen Wettkämpfen wird in der Regel aufgrund des nationalen Bezugs Partei für das eigene Land ergriffen.
- **Quantitäten:** Unter Luhmanns Selektor Quantitäten lassen sich im Sport Übersichtstabel-

len und Sportstatistiken fassen, die ohne Kommentar Informationen liefern. Ein Beispiel hierfür ist die Bundesligatabelle nach jedem Spieltag.

- **lokaler / nationaler Bezug:** Bei Ereignissen, die die eigene Region oder Nation betreffen, fühlt sich der Rezipient im Besonderen angesprochen, da er sich hierbei selbst mit einschließt. Bei internationalen Sportereignissen wie den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gelten die Sportler des eigenen Landes als Vertreter der Nation. Ihr Abschneiden beim internationalen Vergleich interessiert in besonderer Weise, da ein nationaler Bezug vorliegt. Daher werden auch Berichte über die Sportler in diese Kategorie eingeordnet. Die Thematisierung der eigenen Mannschaft geht oftmals soweit, dass den Medien Ethnozentrismus vorgeworfen wird. Die eigene Nation wird hierbei auf Kosten der anderen Nationen in den Mittelpunkt gestellt (vgl. Stiehler / Marr, 2001, S.177).
- **Human Interest / Personalisierung:** Informationen über Prominente werden in den Printmedien bevorzugt publiziert. Es ist zu beobachten, dass auch bei Berichterstattungen über Mannschaftsspiele einzelne Spieler aus dem Gesamtgeschehen isoliert dargestellt werden und der Spielbericht sich auf wenige Akteure beschränkt. Martinez führt dies auf die Vermutung zurück, dass Konflikte wie sie Wettkämpfe darstellen, einzelne Protagonisten brauchen, die diese austragen. So kann auch ein Mannschaftsspiel auf wenige Personen bei der Berichterstattung reduziert werden. Hinzu kommt eine „Psychologisierung der Protagonisten“ (Martinez, 2002, S.79). Die Spieler werden in den Medien als emotionale Personen inszeniert. Dies kann sich auf das Sportereignis, aber auch auf das Privatleben der Sportler beziehen. Insgesamt werden somit nicht nur Informationen aus dem Sport, sondern auch Angaben über das Privatleben der Sportler immer häufiger veröffentlicht.
- **Zurechnung auf Handelnde:** Sieg und Gewinn wird bei Sportberichterstattungen oftmals einzelnen Personen zugerechnet.
- **Kommentare:** Im Sport werden häufig verschiedene Meinungen zu einem Sportereignis eingeholt. Hierdurch können neue Informationen erzeugt werden. Neben Kommentaren von Journalisten werden auch ehemalige Spieler oder andere Prominente als Experten befragt.
- Auch bei Sportberichten ist die Auswahl an Themen und Schwerpunktsetzung zusätzlich abhängig von der damit befassten Organisation. Hiermit sind die verschiedenen Redaktionen gemeint, die zum Beispiel unterschiedlichen Zeitungsgenres angehören. Des Weiteren kann auch der verbleibende Platz in der Zeitung mitentscheidend sein, ob und in welcher Form ein Ereignis publiziert wird.

Anhand dieser Selektoren werden die vorliegenden Zeitungsartikel untersucht.

2.3 Prinzipien der Thematisierung von Sportereignissen

Um die Prinzipien für die Thematisierung von Sportereignissen herauszustellen, wird als erstes auf eine Studie von Dieter Kroppach aus dem Jahre 1970 zurückgegriffen. Kroppach verglich die Sprache von insgesamt acht verschiedenen Zeitungen bzw. Fachmagazinen aus verschiedenen Genres. Neben dem Zeitdruck sieht Kroppach das Schreiben über den „letzten Endes immer gleichen Stoff“ (Kroppach, 1978, S. 133) als das größte Problem bei Sportberichterstattungen an. Resultat ist die tendenzielle Neigung auf bestimmte Mechanismen beim Schreiben zurückzugreifen um Sportereignisse wirksam zu inszenieren (vgl. Kroppach, 1978, S. 133-141).

- **Sportberichterstattung ist emotional**

Sportberichte werden emotional aufgeladen, um den Leser über ein bestimmtes Gefühl zu erregen und zu fesseln. Das Hervorrufen von Emotionen kann über unterschiedliche Bereiche des Wortfelds Erregung provoziert werden. Kroppach unterscheidet unter anderem folgende Bereiche: Angst, Trauer, Leid, Enttäuschung, Wut, Sensation, Spannung, Unabwendbares, Unheimliches und Wunderbares. Des Weiteren hat Kroppach festgestellt, dass Sportjournalisten affektive Ausdrücke verwenden, „die an niedere Instinkte des Lesers appellieren“ (Kroppach, 1978, S. 134). Es werden übertrieben brutale Ausdrücke verwendet, die in das Wortfeld Gewalt einzuordnen sind.

- **Sportberichterstattung neigt zur pathetischen Überhöhung und schafft Idole**

Durch die Verwendung von übersteigerten und affektiven Wörtern und Wendungen wird der Sport übertrieben und unpassend pathetisch dargestellt. Hierdurch wird versucht Sport gewichtiger zu machen als er tatsächlich ist. Diese Tendenz lässt sich auch bei der Darstellung von Sportlern erkennen. Diese werden zu Helden und Stars. Teilweise erhalten sie sogar Ehrennamen wie „der Kaiser“.

- **Sportberichterstattung greift schnell zum Superlativ**

Im Sportjargon wird stets die Steigerungsform verwendet. Statt „groß“ heißt es dort „riesig“ oder „gewaltig“. Durch die Verwendung von Superlativen wird der Ausdruck emotional verstärkt. Zusätzlich soll hierdurch die Aufmerksamkeit des Lesers gewonnen werden.

- **Sportberichterstattung bevorzugt den Gebrauch von dynamischen, gefühlsstarken und martialischen Metaphern**

In der Sportberichterstattung wird oft auf unangemessene Metaphern zurückgegriffen, die den sportlichen Wettkampf mit kriegerischen Elementen mischen. So werden zum Beispiel das Spiel zur Schlacht und der Torschuss zur Granate. Des Weiteren wird durch die Verwendung von kurzen Sätzen und minutengenaue Spielbeschreibung versucht Dyna-

mik herzustellen.

Die hier vorgestellten Mechanismen werden von Manuel Muckenhaupt als veraltet verzeichnet. (vgl. Horky, 2001, S. 155). Emotionale und pathetische Berichterstattung gehört, laut Muckenhaupt, weitestgehend der Vergangenheit an. Statt übermäßigen Kriegsmetaphern ist inzwischen eine „Beliebigkeit der massenmedialen Sportsprache“ (Horky, 2001, S. 155) zu erkennen, die aus ganz verschiedenen Bildfeldern zusammengestellt wird. Beide Ansätze sollen bei der Untersuchung Beachtung finden.

- **Nationalismus**

Einen weiteren oft unterstellten Mechanismus in der Sportberichterstattung stellt der Nationalismus dar. Unter Nationalismus versteht man ein übersteigertes, meist intolerantes Nationalbewusstsein. Hierunter fallen Appelle an das Nationalgefühl, aber auch differierende Beurteilungen von Schiedsrichterentscheidungen (vgl. vom Stein, 1988, S. 90). Dieser Mechanismus ist keineswegs nur in den deutschen Medien vorzufinden (vgl. Weischenberg, 1978, S. 193). Zum Beispiel untersuchten Buchloh und Freese die englischen und deutschen Presseberichte zur Fußball Weltmeisterschaft 1966. Hierbei konnten sie bei der englische Pressen Kriegsassoziationen, sowie versteckte Anspielungen auf Geschichte und Kultur aufzeigen (vgl. Hackforth, 1975, S. 255). „Die Sportjournalisten haben es bisher nicht geschafft, aus dem friedlichen Wettstreit der Athleten keinen Wettlauf der politischen Systeme und Kampf der Nationen werden zu lassen“ (Hackforth, 1975, S. 252). Als weiteres Beispiel für Nationalismen kann auch das in der Einleitung zitierte „WIR sind Weltmeister“ genannt werden. Doch wieso werden Nationalismen verwendet? Zum einen ist die Nationalität der Sportler bekannt und diese haben sie nun mal mit den Rezipienten des eigenen Landes gemein. Zum anderen werden einige Wettkämpfe auch mit „Preis der Nation“ oder ähnlichem betitelt und bieten sich geradezu für Nationalismen an (vgl. Hackforth, 1975, S. 252). Des Weiteren sollen Nationalismen die Gefühlslage des Rezipienten treffen und bei ihm nationale Gefühle aufkommen lassen (vgl. Weischenberg, 1978, S. 194). Durch die, laut Weischenberg, kalkulierte Verwendung von Nationalismen (vgl. Hackforth, 1975, S. 252) wird somit „ein falsches Gefühl der Zusammengehörigkeit konstruiert“ (Ertl, 1978, S. 184). Die Sportberichterstattung weist von Beginn an nationalistische Tendenzen auf, wobei sich die Medien inzwischen hiervon teilweise distanziert haben. Besonders in den 50er und 60er Jahren waren Nationalismen jedoch weit verbreitet (vgl. vom Stein, 1988, S.91f). Inzwischen ist laut Horky die nationalistische Art einer distanzierteren Berichterstattung gewichen (Horky, 2001, S. 157). Nur in Boulevardblättern, findet weiterhin der bemessene Einsatz von Nationalismen statt (vgl. vom Stein, 1988, S. 91). Ursache hierfür ist das Genre Straßenverkaufszeitung bzw. Boulevardblatt welches

im Gegensatz zur Abonnementzeitung täglich aufs Neue auf sich aufmerksam machen muss. Auf den Unterschied zwischen Boulevardblatt und Abonnementzeitung wird in Abschnitt 2.5 noch näher eingegangen.

Die vorliegenden Zeitungsartikel werden inhaltlich auf diese fünf Prinzipien der Thematisierung untersucht.

2.4 Prinzipien der Gestaltung von Sportberichten

Neben der Themenauswahl und der Thematisierung spielt die Aufmachung eines Artikels eine wichtige Rolle bei der Frage, wie Sportereignisse in den Medien inszeniert werden. Hierunter fallen unter anderem die ausgewählten Bilder, die Größe der Überschrift und die Platzierung des Artikels innerhalb der Zeitung. „Gestaltung ist Inszenierung“ formulierten es Roger, Hartwich-Reick und Pfeiffer passend (Rager, Hartwich-Reick & Pfeiffer, 1998, S.492). An dieser Stelle werden einige Gestaltungselemente in Anlehnung an die genannten Autoren kurz vorgestellt (vgl. Rager, Hartwich-Reick & Pfeiffer, 1998, S. 490 – 500).

- **Gestaltungselement Fläche**

Je wichtiger ein Thema umso mehr Fläche wird diesem gewidmet. Durch die Größe des Artikels soll die Aufmerksamkeit des Lesers gewonnen werden. So findet sich auf jeder Seite ein so genannter Aufmacher, der am meisten Fläche einnimmt. Dieser dient als Hingucker und soll dem Rezipienten einen Einstieg in die Seite geben (vgl. Rager, Hartwich-Reick & Pfeiffer, 1998, S.492).

- **Gestaltungselement Platzierung**

Hierunter fallen sowohl die Platzierung innerhalb der ganzen Zeitung, wie auch die Platzierung auf der einzelnen Seite. Die Titelseite ist die einzige Seite innerhalb einer Zeitung, die von fast jedem Leser wahrgenommen wird. Daher werden hier die vermeintlich wichtigsten Artikel oder Verweise auf dieser aufgestellt (vgl. Rager, Hartwich-Reick & Pfeiffer, 1998, S.492f).

- **Gestaltungselement Foto und Bildunterzeile**

Rager, Hartwich-Reick und Pfeiffer verweisen bei dem Gestaltungselement Foto und Bildunterzeile auf Studien von Küpper und Garcia. Garcia hat herausgefunden, dass nicht Schrift, sondern visuelle Elemente als Einstieg in die Seite dienen. Küpper stellt die These auf, dass über Bilder einfacher Informationen aufgenommen werden können und diese daher zuerst Beachtung finden. Beim Fotoinhalt sind vor allem drei Typen besonders ansprechend: physisch intensive Reize, überraschende Reize sowie emotionale Reize. Hierunter im Besonderen erotische Reize, niedliche Darstellungen und national oder lokal bedeutsame Symbole (vgl. Rager, Hartwich-Reick & Pfeiffer, 1998, S.494f). Des Weiteren

eignet sich auch die Bildunterzeile als Inszenierungsmittel, da diese, laut Küpper, unmittelbar nach dem Bild betrachtet werden (vgl. Rager, Hartwich-Reick & Pfeiffer, 1998, S.494).

- **Gestaltungselement Überschrift**

Überschriften gehören zu den meist beachteten Elementen einer Zeitung. Vor allem für Boulevardblätter sind Überschriften mitentscheidend für den Erfolg einer Zeitung, da diese sich täglich neu verkaufen müssen und durch Überschriften Aufmerksamkeit erregen (müssen). Neben der Größe ist hier insbesondere der Inhalt von Bedeutung, bei dem die Prinzipien der Thematisierung ebenfalls zum Einsatz kommen.

Bei der Analyse werden die Prinzipien der Gestaltung von Sportberichten kaum Beachtung finden können, da die zu untersuchenden Artikel größtenteils als separate Texte ohne Bilder vorliegen. Eine Aussage über Fläche, Platzierung, Foto und Bilduntertitel ist daher nicht möglich. Beim Gestaltungselement Überschrift kann nur auf die inhaltlichen Inszenierungstechniken eingegangen werden, die in Kapitel 2.3 vorgestellt wurden.

2.5 Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion von Sportereignissen

Das Wiedergeben eines Sportereignisses kann, laut Martinez, immer als Rekonstruktion verstanden werden (vgl. Martinez, 2002, S. 72). Vor allem in den Medien soll diese Nacherzählung einen ansprechenden Stil haben, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Matias Martinez hat sich mit der medialen Rekonstruktion von Sportereignissen befasst und unterscheidet hierbei die drei Stufen Chronik, Geschichte und Handlungsschema (vgl. Martinez, 2002, S. 72). Die Schwierigkeit bei Sportereignissen wie Fußballspielen ist, dass eine große Anzahl von Handlungen vollzogen wird. Hier gilt es nun die wichtigen von den weniger wichtigen zu unterscheiden und ansprechend aufzubereiten.

- **Chronik**

Die erste Stufe ist die chronologische Wiedergabe der wichtigsten Ereignisse des Spiels. Die Chronik vermittelt somit was geschehen ist.

- **Geschichte**

Wird zusätzlich zu der bloßen Wiedergabe der Ereignisse eine Erklärung für diese gesucht, handelt es sich um eine Geschichte. Somit weist das Spiel als Geschichte einen Handlungsfaden auf, welcher sich auf die wichtigsten zusammenhängenden Ereignisse des Spiels beschränkt (vgl. Martinez, 2002, S. 72). Folglich wird über die bloße Wiedergabe der wichtigsten Ereignisse ein kausaler Erklärungszusammenhang gegeben. „Eine Chronik vermittelt, was geschehen ist, eine Geschichte beantwortet darüber hinaus auch die Frage, warum es so geschehen ist.“ (Martinez, 2002, S.72).

- **Handlungsschema**

Wird das Sportereignis über die Erklärung hinaus noch in eine bekannte, oft wiederkehrende Geschichte eingebettet, handelt es sich um ein Handlungsschema. Beispiele hierfür sind „Der Außenseiter schlägt den Favoriten“ (David gegen Goliath), „Der verdiente Sieg“ oder auch „Die unglückliche Niederlage“ (vgl. Martinez, 2002, S.72). Handlungsschemata sind emotional aufgeladen und kulturell bedeutsam. Durch sie wird das individuelle Sportereignis in einer zwar stereotypen aber ansprechenden Art vermittelt, welche über die kausale Erklärung hinaus eine „Zwangsläufigkeit des Ereignisablaufs“ (Martinez, 2002, S. 80) suggeriert. Somit wird der Eindruck vermittelt, die Ereignisse haben sich so zutragen müssen. Martinez geht davon aus, dass in der Sportberichterstattung insgesamt nur wenig verschiedene Handlungsschemata verwendet werden.

Die Spielberichte werden inhaltlich auf die Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion untersucht.

2.6 Die Veränderung der Medienlandschaft

Bis 1984 war die Medienlandschaft der Bundesrepublik Deutschland durch ein ökonomisches Gleichgewicht zwischen den Öffentlich rechtlichen und der privatwirtschaftlichen Presse geprägt (vgl. Tewes, 1991, S. 5). Am ersten Januar 1984 wurde der private Rundfunk in Deutschland eingeführt und hob damit das bestehende Gleichgewicht auf. Durch die neu entstandene Konkurrenz kam es zu einer „zunehmenden Kommerzialisierung des Mediensystems“ (Schierl / Bertling, 2007, S. 155). Durch den privaten Rundfunk weitete sich das Sportprogrammangebot aus. „Insbesondere die privaten Anbieter (...) zeigen ein erstaunlich großes und steigendes Interesse an der Medienware Sport und scheinen ihre Anstalten vor allem über Sportsendungen etablieren zu wollen.“ (Tewes,1991, S.6). Die öffentlich rechtlichen Sender reagierten daraufhin mit einer Erhöhung der Sportprogrammangebote ihrerseits (vgl. vom Stein, 1988, S 431). Diese Fakten belegen erneut, dass der Sport für Medien durchaus profitabel sein muss und daher schwer umkämpft wird. Welche Konsequenzen hat dieses wachsende Sportprogrammangebot im Rundfunk nun für die Printmedien? Denn wie Tewes es formuliert ist „ohne Zweifel (...) der Bildschirmreport dem Sportteil in der Tageszeitung gegenüber in entscheidenden Belangen im Vorteil“ (Tewes, 1991, S. 10). Bei der Live - Berichterstattung hat der Zuschauer die Möglichkeit zeitgleich informiert und unterhalten zu werden. Durch die schnelle Kameraführung, das Ranzoomen an die Sportler, Wiederholungen und Zeitlupen ist das Medium Fernsehen dazu noch viel ansprechender als die gedruckte Presse (vgl. Tewes, 1991, S. 10). Diese kann über dasselbe Ereignis, nur mit Worten und einzelnen Bildern ein bis

zwei Tage später als der Rundfunk berichten. Doch was soll die Zeitung über dieses Ereignis schreiben, welches vorher schon live übertragen und ausführlich besprochen wurde? Schierl und Bertling meinen die Angebote eines Anbieters müssten, unabhängig vom Medium, „in möglichst hohem Maße Aufmerksamkeit schaffen und / oder sich von der Konkurrenz unterscheiden“ (Schierl / Bertling, 2007, S. 157). Um diese Ziele zu erreichen wird immer häufiger auf Personalisierung gesetzt, es werden mehr Human Interest-Geschichten veröffentlicht. Schierl und Bertling räumen ein, dass die Berichterstattung über Sportler nicht erst mit der Kommerzialisierung des Mediensystems eingesetzt hat. Jedoch weisen sie weiter darauf hin, dass sie seitdem zunehmend an Bedeutung gewinnt (vgl. Schierl / Bertling, 2007, S.155ff). Dies bezieht sich nicht nur auf die Printmedien, sondern schließt auch die audiovisuellen Medien mit ein. Durch die Ausweitung der Medienlandschaft und die daraus resultierende Konkurrenz zwischen den Anbietern wird bei der Sportberichterstattung ein neuer Schwerpunkt gesetzt. Die Sportberichterstattung soll nicht mehr nur informieren, sondern auch unterhalten (vgl. Schierl / Bertling, 2007, S.159). Durch die Fokussierung auf einzelne Spieler und auch Hintergrundberichte wird die Sportberichterstattung um weitere Informationen ergänzt. Hiermit wollen auch die Printmedien ihre Leser binden, denn keiner der sich am Bildschirm informiert, „wird anderntags versäumen, Kommentare und Hintergründe in seinem Blatt nachzulesen“ (Bizer, 1988, S.137). Ein weiterer Beleg für die Veränderung der Berichterstattung lässt sich in einer Studie unter der Leitung von Hackforth finden. Die deutsche Sporthochschule Köln hat im Jahre 1994 eine repräsentative schriftliche Befragung von deutschen Sportjournalisten durchgeführt. Aus dieser geht hervor, dass Sportjournalisten selbst ihre Aufgaben immer mehr auch in der Unterhaltung sehen. Der Begriff des Infotainments (als Mischung aus Information und Entertainment) hat sich in diesem Zusammenhang etabliert. Unterhaltung wird als drittwichtigste Aufgabe hinter Informieren und Kritisieren von Missständen genannt. Wobei die Aufgabe der Unterhaltung von jüngeren Journalisten deutlich höher eingestuft wurde (vgl. Horky, 2001, S. 132).

Die Veränderung der Medienlandschaft hatte somit Einfluss auf die Auswahl und Thematisierung von Ereignissen. Hintergrundberichte und die einzelnen Athleten sind noch mehr in den Vordergrund gerückt. Hier darf man jedoch nicht vorschnell verallgemeinern. Tewes hat anhand seiner Untersuchung von acht verschiedenen Tageszeitungen herausgefunden, dass verschiedene Zeitungsgenres unterschiedliche Schwerpunkte bei der Sportberichterstattung setzen. Daher werden an dieser Stelle die für die Arbeit relevanten Genres vorgestellt.

2.6. Zeitungsgenres

Tewes unterscheidet in seiner Untersuchung folgende Kategorien von Zeitungen: regionale / überregionale Straßenverkaufszeitungen und regionale/ überregionale Abonnementzeitungen. Da in der vorliegenden Arbeit nur überregionale Tageszeitungen analysiert werden, sollen nur diese kurz thematisiert werden. Das wesentliche einer Abonnementzeitung sagt ihr Name schon aus. Diese kann im Abonnement bezogen werden. Eine Straßenverkaufszeitung, auch Boulevardzeitung genannt, wird hingegen überwiegend im Einzelverkauf vertrieben. Sie bildet das Gegenstück zur Abonnementzeitung. Inwiefern hat die Art des Vertriebs nun Auswirkungen auf den Inhalt? Durch Abonnements ist der Absatz für den Verleger gesichert. Eine Straßenkaufzeitung muss sich hingegen „immer wieder aufs Neue ihre Leser (...) suchen und deshalb marktschreierisch auf sich aufmerksam machen“ (Tewes, 1991, S. 88). Dies spiegelt sich in Aufmachung und Inhalt der Boulevardzeitungen wieder. Die Abonnementzeitungen hingegen können sich „sehr viel reservierter und seriöser verhalten“ (Tewes, 1991, S. 88) und gelten daher oftmals als Qualitätszeitungen.

Tewes Untersuchungen² haben ergeben, dass die Boulevardblätter auf unterhaltsame Berichte zurückgreifen. Bei diesem Genre ist eine deutliche Schwerpunktsetzung auf prominente Athleten zu erkennen, wobei nicht nur ihre sportlichen Aktivitäten, sondern auch ihr Privatleben etc. thematisiert werden (vgl. Tewes, 1991, S. 376). Des Weiteren setzen die Boulevardblätter auf Emotionen und werden durch die Erzeugung von Dynamik „vergleichbar mit einer zeitversetzten Fernsehübertragung“ (Tewes, 1991, S. 376). Bei Boulevardblättern lässt sich somit der Schwerpunkt bei Human Interest-Geschichten und emotionaler Beichterstattung erkennen. Dies wird auch durch die Aufmachung der Zeitung deutlich, die viel mit Bildern und aufmerksamkeiterregenden Überschriften arbeitet. Zum Beispiel stellt die *Bild* sich selbst als „die gedruckte Antwort auf Fernsehen“ vor (Sonderausgabe Bild, 2007, S. 1) und setzt täglich sehr viele Bilder ein, „da der Mensch in Bildern denkt und Bilder Kraft haben“ (vgl. Sonderausgabe Bild, 2007, S. 1). Die Überschriften auf der ersten Seite sind ca. 5,5 cm hoch „weil ich (die Bild) Sie liebe Leser, auf den ersten Blick am Kiosk begeistern will – denn mich (die Bild) gibt es in der Regel nicht im Abo“ (Sonderausgabe Bild, 2007, S. 1).

Zwei der drei analysierten überregionalen Abonnementzeitungen weisen hingegen ein hochwertiges Bildungsangebot auf, welches „die Themen des Sports in ihren strukturellen Zusammenhängen bewertet, sie gesellschaftlich einordnet und folglich in der Lage ist, die eige-

² Tewes untersuchte über ein Jahr lang die Sportberichterstattung von neun verschiedene Tageszeitungen: Boulevard: überregional: *Bild*, regional: *Düsseldorfer Express*
Abonnementzeitungen: überregional: *FAZ*, *Süddeutsche Zeitung*, *Die Welt*, regional: *Westdeutsche Zeitung*, *NRZ*, *Rheinische Post*

nen Bildungslücken zu schließen“ (Tewes, 1991, S.377). Dies geschieht durch ergänzende Kommentare von Experten. Die dritte überregionale Abonnementzeitung, *Die Welt*, greift sowohl auf Elemente der tiefer gehenden Hintergrundberichterstattung wie auch des Unterhaltungsjournalismus zurück.

Somit nutzen alle überregionalen Zeitungen eine der beiden „publizistischen Nischen“ (Tewes, 1991, S. 377), die sich durch die Veränderung der Medienlandschaft für die Printmedien ergeben haben. Die Boulevardzeitungen nutzen den emotionalen Unterhaltungsjournalismus der auf Personalisierung zurückgreift, und die überregionalen Abonnementzeitungen bieten tiefer gehende Hintergrundberichterstattung an. *Die Welt* nutzt sogar beides (vgl. Tewes, 1991, S.378f). Dieses Resultat weicht von Binnewies' Ergebnis aus seiner Studie 1970 ab. Binnewies stellte fest, dass ein Großteil der Zeitungsgenres sich hinsichtlich des inhaltlichen und strukturellen Aufbaus der Sportberichterstattung ähnelt. Einzig unterschiedlich sind Aufmachung, Stil und Sprache, die den entsprechenden Zeitungen angepasst werden (vgl. Binnewies, 1983, S.120). Die unterschiedlichen Ergebnisse der beiden Studien können als Reaktion auf die Veränderung der Medienlandschaft interpretiert werden, da Binnewies Studie vor und Tewes Studie nach der Einführung des dualen Rundfunks durchgeführt wurde.

Anhand des Kapitels „Konstruktion der Wirklichkeit durch Sportberichterstattung“ konnten wichtige Erkenntnisse für die Fragestellung der Arbeit gewonnen werden. Sport bietet sich als Quelle von Informationen an, da ständig neue Ereignisse produziert werden, die einen bis mehrere Selektoren erfüllen. Diese wurden in diesem Kapitel auf den Sport hin modifiziert und lauten nun folgendermaßen: Neuheit, Konflikt, Quantitäten, lokaler / nationaler Bezug, Human Interest / Personalisierung, Zurechnung auf Handelnde und Kommentare. Innerhalb der verschiedenen Zeitungsgenres und Redaktionen können auf einzelne Selektoren Schwerpunkte gesetzt werden. So hat vor allem die Veränderung der Medienlandschaft bewirkt, dass Human Interest-Geschichten insbesondere von Boulevardblättern noch häufiger publiziert werden. Hintergrundberichterstattungen sind seit der Einführung des privaten Rundfunks in Abonnementzeitungen vermehrt vorzufinden. Durch die Selektoren Konflikt und nationaler Bezug wird davon ausgegangen, dass Medien gerade bei internationalen Wettkämpfen Partei für das eigene Land ergreifen, was sich sowohl bei der Auswahl der Themen wie auch bei der Thematisierung niederschlägt. Für die Thematisierung von Sportereignissen konnten folgende Prinzipien gefunden werden: Emotionen, Pathos und Schaffung von Idolen, Einsatz von Superlativen, (kriegerische) Metaphern und Nationalismen. Die genannten Prinzipien werden in jüngeren Schriften als veraltet bezeichnet. Da hierzu jedoch keine Studien vorliegen, werden die Prinzipien mit in die Hypothesen aufgenommen. Die Analyse soll zeigen, inwiefern sie

bei den vorliegenden Zeitungsartikeln nachgewiesen werden können. Bei der Thematisierung einzelner Ereignisse lassen sich erneut Unterschiede bei den Zeitungsgenres erkennen. Boulevardblätter setzen mehr auf Emotionen und Nationalismen, um auf sich aufmerksam zu machen. Des Weiteren werden die Gestaltungselemente Bild, sowie große und aufmerksamkeits-erregende Überschriften von Straßenverkaufszeitungen häufiger eingesetzt. Abonnementblätter, die sich nicht täglich ihre Kundschaft aufs Neue suchen müssen, können sich hier reservierter verhalten. Somit konnten sprachliche (Prinzipien der Thematisierung) und optische (Gestaltungselemente) Inszenierungsmittel herausgestellt werden. Die wichtigsten Gestaltungselemente wurden kurz erläutert. Diese können aufgrund der fehlenden Originalausgaben größtenteils nicht in die Untersuchung mit eingehen, wurden aber zur Vollständigkeit der Inszenierungstechniken mit aufgeführt. Im Anschluss wurden Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion von Sportereignissen thematisiert. Um Sportereignisse für den Rezipienten interessanter zu gestalten, werden Erklärungen für den Ablauf der Wettkämpfe gesucht, die sich oftmals in emotional aufgeladene Handlungsschemata einordnen lassen. Des Weiteren wurde eine Veränderung der Berichterstattung, nach der Einführung des dualen Rundfunks festgestellt. Neben dem Auftrag zu Informieren ist die Bedeutung des Unterhaltungsfaktors gestiegen. Der Begriff des Infotainment fasst diese Tendenz passend zusammen. Auch Luhmann ordnet die Sportberichterstattung der Rubrik Unterhaltung zu. Der Rezipient kann in eine Weile in eine zweite Realität eintauchen, ohne tatsächlich involviert zu sein. Somit konnten in diesem Kapitel Kriterien für die Auswahl und Thematisierung von Ereignissen herausgearbeitet werden. Bezogen auf die Frage, inwieweit die Nationalität die Auswahl und Interpretation von Ereignissen beeinflusst, konnte der Selektor: lokaler / nationaler Bezug gefunden werden. Die Fokussierung auf das eigene Land weist teilweise sogar ethnozentristische Neigungen auf, so dass andere Länder in der Berichterstattung benachteiligt werden. Auch bei der Thematisierung spielt die Nationalität eine Rolle. Hier konnten Studien nationalistische Tendenzen nachweisen.

2.7 Hypothesen

Resultierend aus diesen Ergebnissen lassen sich für die Analyse folgende Hypothesen formulieren:

1. *Je nach Zeitungsgenre werden unterschiedliche Schwerpunkte bei den Selektoren gesetzt*
 - a. *Bei Boulevardblättern sind Human Interest-Geschichten häufiger vertreten als bei Abonnementzeitungen*
 - b. *Abonnementzeitungen publizieren mehr Hintergrundberichte als Boulevardblätter*
 - c. *Die Zeitung „Die Welt“ publiziert sowohl Human Interest-Geschichten als auch Hintergrundberichte*
2. *Bei der Themenauswahl werden von allen Zeitungen das eigene Land und die eigenen Landsleute ,aufgrund des nationalen Bezugs, stärker fokussiert*
3. *Alle Zeitungen greifen auf mehrere Prinzipien der Thematisierung von Sportereignissen zurück*
 - a. *Die verwendeten Metaphern enthalten kriegerische Elemente*
 - b. *Boulevardblätter greifen in Überschriften häufiger auf die Prinzipien der Thematisierung zurück*
 - c. *Boulevardblätter setzen in Überschriften vermehrt Emotionen ein*
 - d. *Boulevardblätter verwenden in Überschriften mehr Nationalismen als Abonnementzeitungen*
4. *Die Zeitungen ergreifen innerhalb der Berichte Partei für ihr eigenes Land*
5. *Die Spielberichte werden als Chroniken oder Geschichten erzählt, die sich teilweise in Handlungsschemata einordnen lassen*
6. *Innerhalb der Berichte werden einzelne Akteure isoliert dargestellt*
7. *Innerhalb der Berichte werden einzelne Akteure psychologisiert*

Insgesamt werden durch die einzelnen Zeitungen unterschiedliche Sportrealitäten konstruiert

3 Untersuchung

Die Untersuchung zum Thema mediale Konstruktionen von Sportereignissen soll überprüfen ob die formulierten Hypothesen zutreffen. Untersuchungsgegenstand sind die Berichte in den deutschen und polnischen Printmedien zu einem Spiel der Fußball Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Solche Großereignisse stellen für die Medien Höhepunkte dar und werden von ihnen besonders intensiv thematisiert (vgl. Horky, 2001, S.217). Um einen nationalen Vergleich der Berichterstattungen zu erzielen, wurde das Spiel Deutschland gegen Polen vom 14.06.2006 ausgewählt. Dieses Spiel bot sich im besonderen Maße an, da ich beide Sprachen fließend beherrsche und somit keine Sprachbarrieren überwunden werden mussten. Die polnischen Artikel wurden von mir übersetzt und finden sich im Anhang im Original und in der Übersetzung wieder (Anhang 36 bis 78). Des Weiteren wurde speziell die Sportart Fußball ausgewählt, da es die vermeintlich beliebteste und meist thematisierte Sportart in den Medien ist.

Das Spiel Deutschland gegen Polen war das zweite Gruppenspiel in der Gruppe A. Deutschland hat durch ein Tor von Oliver Neuville in der 91 Minute 1:0 gewonnen. Zuvor hatte Deutschland 4:2 gegen Costa Rica gespielt und die deutsche Abwehr wurde im Anschluss stark diskutiert. Auch Jürgen Klinsmann, der deutsche Nationaltrainer, wurde im Vorfeld kritisiert. Polen hat im ersten Gruppenspiel 0:2 gegen Ecuador verloren. Danach sind auch die Entscheidungen des polnischen Nationaltrainers Pawel Janas beanstandet worden. Somit wurde auf beide Parteien im Vorfeld von außen Druck ausgeübt. Für Deutschland bedeutete der Sieg über Polen den Einzug ins Achtelfinale. Für Polen hingegen bedeutete die Niederlage gegen Deutschland das Ausscheiden aus der WM und das Aus für den polnischen Trainer Pawel Janas.

3.1 Erhebungs-Material

Aus beiden Ländern wurde jeweils eine überregionale Tageszeitung aus den vorgestellten Genres Abonnement- und Straßenverkaufszeitung, ausgewählt. Somit liegen aus jedem Land zwei Zeitungen aus unterschiedlichen Genres vor.

3.1.1 Deutsche überregionale Abonnementzeitung: *Die Welt*

Die Welt ist eine überregionale Tageszeitung aus Berlin. Sie erscheint täglich mit einer Auflage von 267.032 Exemplaren (vgl. www.axelspringer.de). Mit, nach eigener Aussage, klar strukturierten Nachrichten, Hintergrundinformationen, Analysen und Kommentaren sieht sie sich selbst als „moderne Medienmarke für Qualitätsjournalismus“ (www.axelspringer.de). *Die Welt* gibt es seit 1946. 1953 wurde sie vom Axel Springer Verlag übernommen.

3.1.2 Deutsche überregionale Straßenverkaufszeitung: *Bild*

Bild ist mit knapp 12 Millionen Exemplaren täglich, Europas größte Tageszeitung und gilt als das größte Revolverblatt. Die Zeitung selbst versteht sich als Volkszeitung, die die gedruckte Antwort auf das Fernsehen sein soll. „Der Mensch denkt in Bildern. Bilder haben Kraft. Deshalb heiße ich *Bild*“ (vgl. Sonderausgabe *Bild*, 2007, S.1). 98 Prozent der Deutschen kennen die *Bild*. Die *Bild*-Journalisten setzten auf kurze und prägnante Schlagzeilen und Artikel, die dem Leser jeden Tag einen Informationsvorsprung verschaffen sollen (vgl. www.axelspringer.de). In der ganzen Zeitung sind größtenteils viele Bilder und große Schlagzeilen vorzufinden. Die Zeitung erscheint seit 1952 und gehört auch dem Axel Springer Verlag an.

3.1.3 Polnische überregionale Abonnementzeitung: *Dziennik*

Am 18. April 2006 startete die überregionale Abonnementzeitung *Dziennik* in Polen. Die Zeitung soll den jungen gebildeten Leser ansprechen, der sich sowohl für die Themen des eigenen Landes wie auch für die Welt interessiert. *Dziennik* beschreibt seinen Schreibstil als kompetent, informativ, modern und unterhaltend (vgl. www.axelspringer.pl). Bereits im Juni 2006 belegte *Dziennik* Platz 3 unter den nationalen polnischen Tageszeitungen. *Dziennik* erscheint ebenfalls beim Axel Springer Verlag.

3.1.4 Polnische überregionale Straßenverkaufszeitung: *Super Express*

Super Express ist Polens zweitgrößte Tageszeitung und gehört dem Zeitungsgenre Straßenverkaufszeitung an. Ihre Leser erwarten von ihrer Zeitung „keine hochtrabenden und komplizierten Artikel“ (www.poland.gov.pl). Das Blatt erscheint seit 1991 und hat eine Auflage von 370.000 Exemplaren. *Super Express* gehört zur Mediengruppe Media Express.

3.2 Methode

Zur Überprüfung der ersten beiden Hypothesen müssen die Themen der Artikel ausgemacht werden. Hierfür werden alle Berichte aus der Sportrubrik rund um das Spiel Deutschland gegen Polen zwischen dem 13.06.2006 und dem 16.06.2006 untersucht. Das Thema eines Berichts wird jeweils an der Überschrift und dem Untertitel bzw. der Dachzeile festgemacht und in die erarbeiteten Selektoren eingeordnet. Die Schlagzeile ist jeweils gekennzeichnet und wird anhand des Gestaltungselements Überschrift inhaltlich auf die Prinzipien der Thematisierung untersucht. Für die erste Haupthypothese ist es wichtig zu erwähnen, dass Human Interest-Geschichten mit dem Prinzip Personalisierung benannt werden. Hintergrundberichte sind durch Quantitäten oder Kommentare gekennzeichnet. Die zweite Haupthypothese wird anhand der Anzahl von Artikeln mit nationalem Bezug untersucht. Hierunter fallen neben der Thematisierung von den Nationalspielern und Trainern, auch Kommentare von eigenen

Landsleuten und Informationen, die das eigene Land betreffen. Um einen Vergleich aufstellen zu können, muss zusätzlich untersucht werden wie viele Artikel das andere Land, die andere Mannschaft bzw. die Landsleute thematisieren. Diese Artikel werden in der Übersicht zusätzlich durch ein D für Deutschland bzw. P für Polen gekennzeichnet.

Zur Überprüfung der dritten Haupthypothese werden die Überschriften näher untersucht. Des Weiteren werden auch einzelne Artikel auf die Prinzipien der Thematisierung überprüft.

Haupthypothese vier bis sieben werden anhand der Spielberichte in den Zeitungen untersucht, bevor abschließend im Fazit auf die letzte Hypothese eingegangen wird.

3.3 Untersuchung der Schlagzeilen

Für die Analyse der Sportberichterstattung zum WM-Spiel Deutschland gegen Polen wurden insgesamt 57 Artikel in den Sportteilen gefunden. *Die Welt* hat insgesamt 26, *Bild* 8, *Dziennik* 7 und *Super Express* 16 Artikel zum Spiel veröffentlicht. Wie oben beschrieben wurden für die Bestimmung der Themenauswahl die Schlagzeilen untersucht. Um einen Vergleich zwischen den Zeitungen ziehen zu können, wurden die Ergebnisse in Prozenten berechnet. Die ausführliche Untersuchung ist im Anhang zu finden (Anhang 79-86). Die gleichen Anhänge beinhalten auch die Übersicht der Prinzipien der Thematisierung innerhalb der Schlagzeilen.

3.4 Untersuchung der Artikel

Die Artikel werden nach Zeitungen sortiert, nacheinander unter folgenden Gesichtspunkten untersucht: Prinzipien der Thematisierung; Parteiergreifung; Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion und die Darstellung der Akteure unter den Kriterien isolierte Darstellung und Psychologisierung.

3.4.1 Untersuchung der Artikel in der Zeitung *Die Welt*

Die Welt hat als einzige der untersuchten Zeitungen, aufgrund des frühen Redaktionsschlusses erst am 16.06.2006, also zwei Tage nach dem Spiel, über das Ereignis berichtet. Insgesamt wurden 26 Artikel rund um das Spiel veröffentlicht. Unter den 26 Artikeln konnte kein Nachspielbericht gefunden werden, daher wurden die vorliegenden Artikel mit Informationen zum Spielverlauf untersucht.

Prinzipien der Thematisierung

Die Welt weist insgesamt wenige Prinzipien auf. Im Artikel „Retter von der Bank“ (*Die Welt*, q, 16.06.2006) ist allein die Verwendung des Wortes „Retter“ in die Kategorien Metapher und Pathos einzuordnen. Des Weiteren wurden im Artikel „Im Freudentaumel ins Achtelfinale“ (*Die Welt*, p, 16.06.2006) zwei Ausdrücke von Emotionen in den Bildunterschriften gefunden („Jürgen Klinsmann schreit seine Freude in den Himmel“, „David Odonkor schreit seine Be-

geisterung heraus“). Darüber hinaus wird Oliver Neuville in diesem Artikel theatralisch als „Held des Abends“ bezeichnet. Ein Artikel wird speziell Jürgen Klinsmann gewidmet, indem der Nationaltrainer sehr pathetisch dargestellt wird „Fleiß, Vorbereitung, moderne Management-Methoden - auch das ist das System Klinsmann“ (Die Welt, p, 16.06.2006).

Wird in der Zeitung Partei ergriffen?

In keinem der Artikel, Kommentare ausgenommen, ist eine Parteilagergreifung für Deutschland oder Polen zu erkennen.

Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion

Wie oben bereits erwähnt hat *Die Welt* keinen Nachspielbericht veröffentlicht. Daher werden die vorliegenden Artikel auf die Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion untersucht. In einigen Artikeln lassen sich Informationen zum Spielverlauf finden, die diesen erklären

„als das Tempo, in der zweiten Hälfte nachließ, reagierte der Trainer. Die Einwechslung der schnellen Odonkor und Neuville war das Signal. Und die Mannschaft hatte verstanden: Weitermachen, immer weitermachen. Bloß nicht mit dem Unentschieden zufrieden geben, weil es nicht zur Offensivphilosophie und dem Selbstverständnis passt“ (Die Welt, v, 16.06.2006)

und begründen wollen:

„wenig später musste Linksverteidiger Michael Zewlakow (...)entkräftet ausgetauscht werden. Dass über seine Verteidigungsseite (...) der Siegestreffer (...) vorbereitet wurde, kann als Beleg dafür dienen, dass es im Kader Polens in der Breite an Klasse mangelt.“ (Die Welt, z, 16.06.2006).

Insgesamt wird der Sieg den Spielern David Odonkor und Oliver Neuville sowie Trainer Jürgen Klinsmann zugerechnet (vgl. Die Welt, q, 16.06.2006; Die Welt, p, 16.06.2006).

Werden die Akteure isoliert dargestellt und psychologisiert?

Die Untersuchung der Schlagzeilen hat ergeben, dass in 11 von 26 Artikeln personalisiert wird. Das sind rund 42% die sich speziell mit einer oder mehreren Personen befassen. Betrachtet man nur die Artikel vom 16.06.2006, die eine Verbindung zwischen dem Spiel und den Akteuren herstellen lassen sich folgende Zitate finden: „(...)Von Stürmer Klose der bei Ecken des Gegners in den eigenen Strafraum zurück rückte, bis Torhüter Jens Lehmann, der die Viererkette mit Kommandos unterstütze“ (Die Welt, v, 16.06.2006). Über Philipp Lahm kann man folgendes lesen: „Er forcierte immer wieder das Tempo, forderte ständig den Ball und bereitete gleich drei Torchancen vor“ (Die Welt, x, 16.06.2006). Psychologisierte Beschreibungen der Akteure kann man nur in den Bildunterschriften finden, die bei der Zeitung *Die Welt* als einziges mit vorhanden sind: „Emotion pur: Bundestrainer Jürgen Klinsmann und Stürmer Miroslav Klose bejubeln den 1:0 Sieg über Polen“ (Die Welt, o, 16.06.2006); „Jürgen Klinsmann schreit seine Freude in den Himmel“; „David Odonkor schreit seine Begeisterung heraus“ (Die Welt, p, 16.06.2006).

3.4.2 Untersuchung der Artikel in der Zeitung *Bild*

Die *Bild* hat nach dem Spiel drei Artikel veröffentlicht. Neben einem Bericht über die Stimmung nach dem Spiel und den Spielernoten für beide Mannschaften, wurde ein minutengenaue Spielbericht gedruckt.

Prinzipien der Thematisierung

Vor allem der Nachspielbericht ist durch kurze Sätze und Ausrufe wie „Doch aufgepasst“ und „Der WM Wahnsinn in den letzten Minuten“ geprägt (vgl. *Bild*, f, 15.06.2006). Diese sollen Dynamik und Spannung erzeugen. Des Weiteren lassen sich Metaphern in diesem Artikel finden. So wird das Spiel mit einem Krimi verglichen und die Torschüsse werden zu „Kra- chern“. Innerhalb des Artikels werden mehrere Wörter und Sätze benutzt, die Emotionen auslösen sollen. In der Überschrift fängt es schon an mit „HILFE, unsere NERVEN!“. Hierbei wird die Spannung durch den Versalsatz noch mehr betont. Im weiteren Verlauf des Artikels, der die Torversuche der deutschen Mannschaft thematisiert, taucht der Ausdruck „Das darf nicht wahr sein!“ auf. Schließlich „erlöst“ Oliver Neuville „uns“ durch das Tor in der 91ten Minute. Mit dem „uns“ wird an dieser Stelle der erste Nachweis für Nationalismus innerhalb des Artikels erbracht. Dieser taucht auch schon in der Überschrift auf, in der „wir“ uns bei dem Torschützen „Olli“ bedanken, da „wir“ jetzt so gut wie im Achtelfinale sind. Insgesamt taucht dieses „wir“ viermal innerhalb des Artikels auf.

Wird in der Zeitung Partei ergriffen?

Bild ergreift eindeutig Partei für Deutschland, was vor allem an der immer wiederkehrenden Formulierung „wir“ deutlich wird. Bemerkenswert sind in diesem Zusammenhang auch die Neologismen, die die *Bild* erfindet. Neben der Formulierung „schwarz-rot-geil“ (*Bild*, g, 16.06.2006) scheint vor allem die Kombination aus deutschen Wörtern und der polnischen Endung „ski“ besonders beliebt zu sein. So heißt es nach dem Spiel „Jawollski“ und die Polen werden nach der Niederlage mit einem „Tschüssikowski“ verabschiedet. Und auch vor dem Spiel hieß es „Klinski putz die Polski!“³. Des Weiteren schreibt die *Bild* vor dem Spiel: „Jungs, diese Polen müsst ihr einfach versohlen“ und „Polen angeln und lästern“ (*Bild*, e, 14.06.2006). Zusätzlich verdeutlichen alle oben aufgeführten Nationalismen die einseitige Berichterstattung der *Bild*.

Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion

Die *Bild* liefert mit dem Artikel: „Tschüssikowski Polen, Hilfe unsere Nerven“ (*Bild*, f, 16.06.2006) eine Chronik der Höhepunkte des Spiels ab, ohne weitere Erklärungen für den

³ Diese Wortneuschöpfungen blieben von der polnischen Zeitung *Dziennik* nicht unbemerkt und werden im Artikel: „Die Presse über das Spiel Polen Deutschland“ (*Dziennik*, e, 15.06.2006) thematisiert.

Handlungsverlauf zu geben.

Werden die Akteure isoliert dargestellt und psychologisiert?

Die Höhepunkte des Spielberichts bestehen insgesamt aus einer Auflistung der Einzelaktionen der Spieler („Poldi mit Doppel-Chance“, „Auch Kloses dritter Kracher schlägt nicht ein“ (Bild, f, 16.06.2006)). Eine psychologisierte Beschreibung lässt sich bei Jürgen Klinsmann finden: „Klinsi kniet fast verzweifelt an der Trainerbank, guckt hilfeschend in den Abendhimmel“ (Bild, f, 16.06.2006).

3.4.3 Untersuchung der Artikel in der Zeitung *Dziennik*

Insgesamt hat die Zeitung vier Artikel nach dem Spiel gegen Deutschland veröffentlicht. Darunter ist ein Artikel, der die vermeintlich wichtigsten Highlights des Spiels mit Angabe der Spielminuten aufgreift und sich am besten für die Analyse eignet.

Prinzipien der Thematisierung

Die Zeitung *Dziennik* liefert mit dem Artikel „Polen hat gegen Deutschland 1:0 verloren“ (*Dziennik*, d, 15.06.2006) einen Spielbericht, der mit kurzen Sätzen, die durch Ausrufezeichen Dynamik und Emotion erzeugen sollen; „Was für ein Nervenkrimi!“ „90. Minute!“. Der Artikel weist ferner einige Superlative auf. Diese werden zur Beschreibung der besten polnischen Spieler verwendet. So spielte Jelen „wunderbar“ und „fantastisch“ und der Torwart Boruc lieferte ein „phänomenales“ Spiel ab. Dieser wurde schließlich auch zum Helden ernannt. *Dziennik* wird in ihrem Bericht auch ein wenig pathetisch und greift bei der Beschreibung einer Spielsituation auf übertrieben dramatische Formulierungen zurück: „in der 64. Minute hatte Klose seine erträumte Chance – Er fand sich allein von Angesicht zu Angesicht mit Boruc wieder.“ Außerdem lassen sich auch im *Dziennik* Nationalismen wie „Die letzten Minuten spielen wir also zu Zehnt“ oder „das ist eine Mannschaft auf die wir stolz sein können“ finden.

Wird in der Zeitung Partei ergriffen?

Schon allein durch die oben aufgeführten Nationalismen wird deutlich, dass die Zeitung klar Partei für Polen ergreift. Dies wird auch am Kommentar zum Tor deutlich „91. Minute...Schade!“ (*Dziennik*, d, 15.06.2006). Bezeichnend ist auch die einseitige Fokussierung auf die polnischen Spieler, die eine gute Leistung erbracht haben (s.o.). Die Zeitung gesteht zwar ein, dass die polnische Mannschaft technische Fehler gemacht hat, diese wurden dafür durch „erlaufene Bälle, Kampf und Ambition“ ausgeglichen. Darüber hinaus ist auch die Interpretation von Ereignissen erwähnenswert. Zum Beispiel findet man kausale Sätze wie: „die Deutschen halten den Gegenangriff der Polen nicht aus und stoppen die Angriffe dreimal mit Fouls“. Außerdem waren die Deutschen „überrascht von der Überlegenheit der polnischen

Mannschaft“. Schließlich geschieht „das Unglück“ und Polen kassiert ein Tor. An dieser Stelle fällt auf, dass der Torschütze im gesamten Artikel nicht benannt wird. Das Tor wird abschließend als „ungerechtes Pech“ bezeichnet und der Artikel endet mit dem Satz „Leider gewinnt derjenige, der Tore schießt“.

Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion

Wie oben beschrieben wird das Spiel im Artikel „Polen hat gegen Deutschland 1:0 verloren“ (Dziennik, d, 15.06.2006) chronologisch anhand der wichtigsten Highlights wiedergegeben. Darunter lassen sich auch kausale Sätze wie: „Mit Sicherheit hat Jürgen Klinsmann seinen Schützlingen eine Beschleunigung des Spieltempos angezeigt.“ und „bedauerlicherweise haben in den entscheidenden Momenten die Nerven versagt“ finden. Des Weiteren lässt sich in diesem Artikel das Handlungsschema: „ungerechtes Pech“ erkennen, wie es zum Schluss des Artikels sogar wörtlich betitelt wird. Dieses Schema wird schon durch die einseitige Fokussierung auf die gute Leistung der polnischen Spieler aufgebaut, die sich wie oben beschrieben durch den gesamten Artikel zieht („Die Polen haben sehr klug, vor allem sehr aktiv und ambitioniert gespielt“). Durch den abschließenden Satz: „Leider gewinnt derjenige, der Tore schießt“ wird der Eindruck der unverdienten Niederlage zusätzlich gestützt.

Werden die Akteure isoliert dargestellt und psychologisiert?

Die Zeitung *Dziennik* isoliert die Akteure soweit gehend, dass Einzelaktionen beschrieben werden. Vor allem der Torwart Artur Boruc wird immer wieder thematisiert „Artur Boruc hat fantastisch gehalten“, „Aber der polnische Torwart hat fantastisch gehalten, Bravo Boruc!“ „Die Bombardierung des polnischen Tors hält an. Genauso wie die fantastischen Aktionen des polnischen Torwarts. Boruc ist ein Held“. Eine Psychologisierung der Akteure lässt sich nur bei der Beschreibung von Miroslav Klose erkennen: „In der 64. Minute hatte Klose seine erträumte Chance“.

3.4.4 Untersuchung der Artikel in der Zeitung *Super Express*

Die Zeitung *Super Express* veröffentlichte zu dem Spiel größtenteils Kommentare von polnischen Prominenten. In erster Linie sollen jedoch vermeintlich neutrale Artikel untersucht werden. Daher wird die erste Hälfte des Artikels „Wir danken jetzt schon dem Herrn“ (*Super Express*, k, 15.06.2006) untersucht, die von einem Sportjournalisten der Zeitung verfasst wurde. Die zweite Hälfte lässt Prominente zu Wort kommen und entfällt daher der Wertung.

Prinzipien der Thematisierung

Der Artikel beleuchtet die „Sünden“ des polnischen Nationaltrainers. Nach dem Artikel zu urteilen trägt für die *Super Express*, Pawel Janas klar die Schuld an der Niederlage gegen Deutschland. Des Weiteren wird der Spieler Zurawski heftig kritisiert, der ein „Knöllchen für

das Parken im Mittelfeld“ bekommen sollte (vgl. *Super Express*, k, 15.06.2006). Neben dieser lässt sich im Untertitel eine weitere Metapher, diesmal für den Trainer, finden. Dieser „irrt im Wald umher und kann den Ausgang nicht finden“. Weiter im Artikel wird Pawel Janas schließlich als Freiwild bezeichnet, welches endlich geschossen werden soll. Neben den Metaphern lassen sich die bereits bekannten Nationalismen finden („Wir danken jetzt schon dem Herrn“ und David Odonkor „versetzte uns einen Stich ins Herz“). Der ganze Artikel ist sehr anklagend und emotional aufgeladen. So hat der polnische Mannschaftskapitän komplett versagt und ein anderer Spieler „ist es nicht einmal wert, dass man über ihn schreibt“.

Wird in der Zeitung Partei ergriffen?

Durch die oben aufgeführten Nationalismen wird zwar deutlich, dass die Zeitung für Polen Partei ergreift, jedoch wird trotzdem heftig an den polnischen Repräsentanten Kritik geübt. Wie oben beschrieben, sind der Spieler Zurawski und vor allem der Trainer Pawel Janas, laut *Super Express*, schuld an der Niederlage. Auch in der *Super Express* findet eine einseitige Fokussierung der eigenen Mannschaft statt. Zu den deutschen Spielern wird nur geschrieben, dass sie „lahm und unbeweglich“ waren. Dafür werden immerhin Klinsmanns Einwechslungen als wertvoll bezeichnet.

Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion

Der Artikel weist keine chronologische Erzählform auf. Stattdessen wird der Artikel anhand von Pawel Janas „Sünden“ aufgebaut. In dem Artikel lässt sich somit ein neues Handlungsschema entdecken, welches mit „Der Schuldige“ betitelt werden kann. Hier findet ganz eindeutig eine Zurechnung auf Handelnde statt. Die Sünden des Trainers werden separat abgehandelt und als Erklärung herangezogen wieso die Mannschaft verloren hat. Der Trainer hat zum Teil die falschen Spieler aufgestellt, die Richtigen falsch positioniert und nicht ausgewechselt, wer, laut *Super Express*, ganz eindeutig hätte ausgewechselt werden müssen. „Durch seine Fehler haben wir sechs Punkte verloren“.

Werden die Akteure isoliert dargestellt und psychologisiert?

Es findet eine eindeutige Isolierung der einzelnen Akteure statt. Wie oben beschrieben ist der damalige polnische Nationaltrainer Jelen der Aufhänger des ganzen Artikels. Anhand seiner Fehlentscheidungen wird das Spiel rekonstruiert und bewertet („Jacek Krzynowek sollte in der 20. Minute ausgewechselt werden (...). Leider hat ihn Janas Sturheit auf dem Spielfeld gehalten“ (*Super Express*, k, 15.06.2006)). Zusätzlich werden die Leistungen einiger anderer Spieler kritisiert, wie zum Beispiel das „Parken in der Mitte der Arena“ vom Spieler Zurawski, der doch „wie Scheiße spielt“. Letztendlich wird aber auch hier dem Trainer die Schuld gegeben, da er nicht reagiert, und den Spieler ausgewechselt hat. Neben der isolierten

Betrachtung der Akteure konnte eine Psychologisierung des Trainers gefunden werden: „(...) so sprach Janas nach dem Spiel gegen Deutschland und bewies wie stur er ist.“

4 Ergebnisse

Zuerst werden die Ergebnisse vorgestellt, die anhand der Untersuchung der Schlagzeilen erlangt wurden, bevor die Ergebnisse aus der inhaltlichen Analyse dargestellt werden.

4.1 Ergebnisse aus der Analyse der Schlagzeilen

Zu Beginn wurde die Themenauswahl anhand der Selektoren untersucht. Die meisten Artikel konnten mehr als einem Selektor zugeordnet werden (s. Anhang 79 -82). Anhand der folgenden Tabelle lässt sich erkennen, wie viele Überschriften sich dem jeweiligen Selektor zuordnen ließen. Um einen Vergleich zwischen den Zeitungen herstellen zu können wurde der jeweilige Prozentsatz ausgerechnet. Die letzte Zeile gibt Auskunft über die Anzahl der Überschriften und die Prozentzahl der Schlagzeilen und Überschriften, die Informationen über das jeweils andere Land beinhalteten.

Tab. 1. Prozentangaben wie viele Überschriften dem jeweiligen Selektor zugeordnet wurden

Anzahl Artikel/Prozent	Welt		Bild		Dziennik		Super Express	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Neuheit	9	34,62	4	50	5	71,43	4	25
Konflikt	6	23,08	2	25	3	28,57	9	56,25
Quantitäten	2	7,69	1	12,5	0	0	0	0
Nationaler Bezug	17	65,38	6	75	6	85,71	14	87,5
Personalisierung	15	57,69	3	37,5	2	28,57	15	93,75
Zurechnung auf Handelnde	4	15,38	1	12,5	0	0	1	6,25
Kommentare	7	26,92	1	12,5	2	28,57	5	31,35
Deutschland/Polen	9	34,62	5	62,5	5	71,43	11	68,75

Überprüfung der ersten Haupthypothese

Je nach Zeitungsgenre werden bei den Selektoren unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt.

Diese Hypothese wurde widerlegt. Vergleicht man die Zeitungen nach Genres sortiert lassen sich erstaunlich wenig Ähnlichkeiten feststellen. Dies wird auch bei der Analyse der Unterhypothesen deutlich.

a) Bei Boulevardblättern sind Human Interest Geschichten häufiger vertreten als bei Abonnementzeitungen

Die Hypothese wurde widerlegt. Wie oben beschrieben wurden die Human Interest-Geschichten an dem Selektor Personalisierung festgemacht. Die polnische Straßenverkaufszeitung *Super Express* weist mit 93,75% mit Abstand den höchsten Anteil an Überschriften mit erkennbarer Tendenz zur Personalisierung auf. Die deutsche Boulevardzeitung *Bild* hingegen, liegt mit 28,57% hinter der Abonnementzeitung *Die Welt* (57,69%). Die wenigsten Überschriften mit Personalisierung wurden bei der Zeitung *Dziennik* (28,57%) gefunden. Bei den polnischen Zeitungen trifft die Hypothese demnach zu. Jedoch kann sie in der verallgemeinerten Form nicht belegt werden.

b) Abonnementzeitungen publizieren mehr Hintergrundberichte als Boulevardblätter

Die Hypothese wurde widerlegt. Als Hintergrundberichte wurden alle Themen festgemacht, die sich in die Rubrik Quantitäten oder Kommentare einordnen ließen. Die *Bild*-Zeitung weist mit 12,5% den höchsten Anteil an Quantitäten auf. *Die Welt* liegt mit 7,69% an zweiter Stelle vor den polnischen Zeitungen, die gar keine Quantitäten publiziert haben. Betrachtet man nun den Selektor Kommentare weist die *Super Express* mit 31,25% den höchsten Anteil auf. Beide Abonnementzeitungen liegen mit 28,57% (*Dziennik*) und 26,92% (*Die Welt*) dahinter. Die *Bild* hat mit 12,5% den geringsten Anteil an Kommentaren. Die Hypothese ist somit auch für deutsche oder polnische Zeitungen separat betrachtet nicht gültig und wurde falsifiziert.

c) Die Zeitung „Die Welt“ publiziert sowohl Human Interest-Geschichten wie auch Hintergrundberichte

Die Hypothese ist richtig. *Die Welt* hat mit 57,69% den zweitgrößten Anteil an Human Interest-Geschichten und liegt mit 26,92% Kommentaren an dritter Stelle. Neben der *Bild* hat sie als einzige Zeitung Quantitäten veröffentlicht. Hieraus geht schon hervor, dass alle anderen Zeitungen ebenfalls beide Arten von Artikeln aufweisen. Somit ist die Hypothese zwar richtig, lässt sich aber auch auf die anderen Zeitungen übertragen.

Überprüfung der zweiten Haupthypothese

Bei der Themenauswahl werden von allen Zeitungen das eigene Land und die eigenen Landsleute aufgrund des nationalen Bezugs stärker fokussiert.

Die Hypothese ist richtig. Zur Überprüfung dieser Hypothese wurden die Prozentsätze von Artikeln mit nationalem Bezug und derer, die jeweils das andere Land thematisieren, überprüft. Bei allen Zeitungen konnte jeweils ein höherer Anteil an Artikeln mit nationalem Bezug nachgewiesen werden (*Die Welt*: 65,38% zu 34,62%; *Bild* 75% zu 62,5%, *Dziennik*: 85,71% zu 71,43%, *Super Express* 87,5% zu 68,75%).

Überprüfung der dritten Haupthypothese

Alle Zeitungen greifen auf mehrere Prinzipien der Thematisierung von Sportereignissen zurück

Diese Hypothese und die Unterhypothesen beziehen sich auf den Vergleich der Überschriften der internationalen Zeitungen und ihrer inhaltlichen Gestaltung der Überschriften aufgrund des Zeitungsgenres. Auch hier wurden innerhalb einer Überschrift teilweise mehrere Prinzipien zur Thematisierung angewendet. *Die Welt* hat bei 4 von 26 Artikeln, *Bild* bei 4 von 8, *Dziennik* bei 2 von insgesamt 7 und *Super Express* bei 8 von insgesamt 16 Überschriften auf ein oder mehrere Prinzipien der Thematisierung zurückgegriffen. Insgesamt könne folgende Ergebnisse festgehalten werden:

Tab. 2: Anzahl Artikel und Prozentsatz der einzelnen Prinzipien der Thematisierung

Anzahl Artikel/ Prozent	<i>Welt</i>		<i>Bild</i>		<i>Dziennik</i>		<i>Super Express</i>	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Emotion	0	0	1	12,5	0	0	3	18,75
Pathos, Idole	2	7,69	0	0	1	14,29	1	6,25
Superlativ	0	0	1	12,5	0	0	0	0
Metapher	2	7,69	1	12,5	1	14,29	5	31,25
Nationalismus	1	3,85	4	50	0	0	4	25

Die Haupthypothese ist richtig. Bei allen Zeitungen konnten mehrere Prinzipien der Thematisierung erkannt werden.

a) Die verwendeten Metaphern enthalten kriegerische Elemente

Die Hypothese muss differenziert werden. Bei genauerer Betrachtung der verwendeten Metaphern können fünf von insgesamt elf Stück im weitesten Sinne als Kriegsmetaphern bezeichnet werden („Feldherr der Wasserschlacht“ (*Welt*, n, 14.06.2006), „Polnische Fans haben Dortmund erobert“ (*Dziennik*, b, 14.06.2006) „Ich schieß die Polen ab“ (*Super Express*, b, 13.06.2006), „Der größte Kämpfer führt Polen in die Schlacht gegen Deutschland“ (*Super Express*, e, 14.06.2006) und „Neuville hat die Polen erledigt“ (*Super Express*, m, 15.06.2006)). Die restlichen Metaphern lassen sich in keinen bestimmten Bereich einordnen. Insgesamt kann somit festgehalten werden, dass Kriegsmetaphern zu einem hohen Prozentsatz weiterhin verwendet werden. Daneben greift die Sportberichterstattung jedoch auch auf andere Bereiche zurück.

b) Boulevardblätter greifen in Überschriften häufiger auf die Prinzipien der Thematisierung zurück als Abonnementzeitungen

Tab. 3. Anzahl der verwendeten Prinzipien pro Zeitung

Anzahl Artikel/ Prozent	Welt		Bild		Dziennik		Super Express	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Prinzipien	5	19,23	7	87,5	2	28,57	13	81,25

Die Hypothese ist richtig. Betrachtet man die Anzahl an Überschriften in denen ein oder mehrere Prinzipien auftauchen, lässt sich sehr deutlich erkennen, dass beide Boulevardblätter vermehrt Prinzipien der Thematisierung einsetzen.

c) Boulevardblätter setzen in Überschriften vermehrt Emotionen ein

Die Hypothese ist richtig. Die *Bild* weist mit 12,5% den höchsten Anteil an Artikeln mit dem Prinzip: Emotion auf. *Super Express* liegt mit 6, 25% an zweiter Stelle dahinter. Bei beiden Abonnementzeitungen konnten keine emotionalen Ausdrücke gefunden werden.

d) Boulevardblätter verwenden in Überschriften mehr Nationalismen als Abonnementzeitungen

Die Hypothese ist richtig. Die *Bild* weist mit 50% den höchsten Anteil an Nationalismen an. Bei der Zeitung *Super Express* konnten bei 25% , bei der Zeitung *Die Welt* nur noch 3,85% nachgewiesen werden. *Dziennik* wies keine Nationalismen in Überschriften auf.

4.2 Ergebnisse aus der Analyse der Artikel

Die Analyse der Artikel hat gezeigt, dass die einzelnen Zeitungen auf unterschiedliche Mechanismen und in ungleichen Mengen zurückgreifen. *Die Welt* weist insgesamt die wenigsten Prinzipien auf. Neben zwei pathetisch angehauchten Betitelungen lassen sich hauptsächlich emotionale Bildunterschriften finden. Hier kann jedoch kein Vergleich zu den anderen Zeitungen gezogen werden, da die Bilder und Bildzeilen fehlen. Daher müssten die Prinzipien aus den Bildzeilen entfallen. Bei allen anderen Zeitungen, auch der zweiten Abonnementzeitung, konnten vor allem Nationalismen und emotionsgeladene Sätze gefunden werden. Besonders interessant ist, dass bei der Zeitung *Dziennik* die größte Vielfalt an Prinzipien gefunden wurde.

Überprüfung der vierten Haupthypothese

Die Zeitungen ergreifen innerhalb der Berichte Partei für ihr eigenes Land

Die Hypothese muss differenziert werden. Bei drei von vier Zeitungen stimmt diese Hypothese. Da bis auf *Die Welt* alle Zeitungen von Nationalismen geprägt sind, ist hier eine eindeutige Positionierung zu erkennen. *Dziennik* und *Bild* sind klar parteiisch und üben kaum Kritik an der eigenen Mannschaft. Im Gegensatz dazu äußert die *Super Express* heftige Kritik

an ihren Repräsentanten. Trotzdem sind eindeutig nationalistische Äußerungen vorhanden. Nur bei der Zeitung *Die Welt* kann keine voreingenommene Berichterstattung nachgewiesen werden. Interessant ist auch die einseitige Fokussierung auf die eigene Mannschaft innerhalb der Artikel. *Die Welt* ist hier insgesamt ausgeglichener als die anderen Zeitungen. Während sich *Dziennik* zum größten Teil auf die eigene Mannschaft beschränkt und nicht einmal den Torschützen benennt, weisen *Bild* und *Super Express* unangebrachte Kommentare bis zu Beleidigungen der jeweils anderen Mannschaft auf.

Überprüfung der fünften Haupthypothese

Die Spielberichte werden als Chroniken oder Geschichten erzählt, die sich teilweise in Handlungsschemata einordnen lassen

Die Hypothese ist richtig. In den vier Zeitungen konnten alle Stufen der erzählerischen Rekonstruktion gefunden werden. Die *Bild* liefert nur eine Chronik ab, ohne auf die Ursachen für den Handlungsablauf einzugehen. Da *Die Welt* keinen Nachspielbericht veröffentlicht hat, wurden die anderen Artikel auf die Prinzipien der erzählerischen Rekonstruktion untersucht. Hier konnten mehrere Kausalsätze gefunden werden, so dass *Die Welt* mit dem Prinzip Geschichte arbeitet. Bei *Dziennik* und *Super Express* konnten zwei verschiedene Handlungsschemata gefunden werden. Während *Dziennik* die Niederlage als unverdientes Pech darstellt, benennt die Zeitung *Super Express* einen Schuldigen. Dieser Vergleich ist besonders interessant, da zwei völlig unterschiedliche Spiele rekonstruiert werden und beide Zeitungen klar parteiisch hinter derselben Mannschaft stehen.

Überprüfung der sechsten Haupthypothese

Innerhalb der Berichte werden einzelne Akteure isoliert dargestellt

Die Hypothese ist richtig. Bei allen vier Zeitungen konnte eine Isolierung einzelner Akteure nachgewiesen werden. Hierbei lassen sich jedoch große Unterschiede feststellen. *Bild* stellt keinen Spieler im Besonderen dar. *Dziennik* betont immer wieder die Leistung des polnischen Torwarts. *Die Welt* thematisiert neben Philipp Lahm, vor allem Jürgen Klinsmann, dessen Erfolg als Trainer durch dieses Spiel deutlich wurde. Bei der *Super Express* konnte die größte Isolierung von einzelnen Akteuren festgestellt werden, da das ganze Spiel auf die Fehlentscheidungen des Trainers Pawel Janas reduziert wird.

Überprüfung der siebten Haupthypothese

Innerhalb der Berichte werden einzelne Akteure psychologisiert

Die Hypothese wurde widerlegt. Bei der Zeitung *Die Welt* konnten nur in den Bildunterschriften psychologisierte Bemerkungen gefunden werden, welche aus den genannten Gründen entfallen. Die anderen Zeitungen wiesen alle ein bis zwei psychologisierte Sätze auf.

Fazit

Ziel dieser Arbeit war es zu überprüfen wie Medien Sportereignisse konstruieren. Vor allem sollte geklärt werden inwieweit Nationalität die Auswahl und Interpretation von Ereignissen beeinflusst. Des Weiteren sollte nachgeprüft werden, ob Abonnement- und Boulevardzeitungen sich wesentlich unterscheiden. Um eine abschließende Aussage machen zu können werden an dieser Stelle die wichtigsten Ergebnisse noch einmal zusammengefasst.

Die Analyse der Themenauswahl, festgemacht an den Überschriften, lässt keine generalisierte Aussage über Zeitungsgenres zu. Alle Hypothesen, die sich auf die genrespezifische Themenauswahl bezogen, wurden widerlegt. Was nicht heißen soll, dass keine Gemeinsamkeiten der Zeitungen gefunden wurden. Viel mehr konnte festgestellt werden, dass einige Selektoren bei allen vier Zeitungen in besonders hohen Werten vorkommen. So war vor allem der nationale Bezug bei dem Großteil aller Artikel nachzuweisen. Überraschend war auch der hohe Anteil an Artikeln, die jeweils das andere Land thematisieren. Anhand der Überschriften kann jedoch nur eine Aussage über die Quantität und nicht die Qualität gemacht werden. Hierbei waren vor allem die Analysen der Artikelinhalte sehr aufschlussreich. Ansonsten konnten bei allen Zeitungen verschiedene Schwerpunkte ausgemacht werden. Die relativ hohen Werte beim Selektor Personalisierung sprechen für die fortschreitende Tendenz zum Infotainment.

Die Betrachtung der Überschriften unter dem Aspekt der Thematisierung hat eindeutige Tendenzen der Zeitungsgenres aufgezeigt. Hier konnte nachgewiesen werden, dass beide Boulevardzeitungen vermehrt Thematisierungsprinzipien einsetzen, im besonderen Emotionen und Nationalismen. Die Zahlen sind hierbei beachtlich (*Die Welt* 19,23%, *Dziennik* 28,57%, *Bild* 87,5%, *Super Express* 81,25%). Die Erklärung hierfür, lässt sich aus dem Charakteristikum des Genres entnehmen. Durch die Verwendung von Nationalismen und emotionsgeladenen Ausdrücken soll die Aufmerksamkeit des Lesers gewonnen werden. Wie oben beschrieben können Abonnementzeitungen hierbei seriöser und zurückhaltender auftreten.

Bei der inhaltlichen Analyse wichen die Ergebnisse ein wenig von der Untersuchung der Überschriften ab. Während *Die Welt* auch hierbei die wenigsten Thematisierungsprinzipien aufzeigte und *Bild* und *Super Express* die gleichen Prinzipien aufwiesen wie in den Überschriften, bot sich bei der Zeitung *Dziennik* eine ungeahnte Vielfalt an Thematisierungsprinzipien. Die Behauptung von Muckenhaupt, die Prinzipien der Thematisierung von Ereignissen wären inzwischen kaum noch vorzufinden, konnte somit widerlegt werden. Alle Zeitungen griffen insgesamt betrachtet auf mehrere der vorgestellten Prinzipien zurück. Vor allem ist der hohe Anteil an kriegerischen Metaphern bemerkenswert. Anhand der weiteren inhaltlichen Analyse konnten kaum noch allgemeine Aussagen über die Zeitungsgenres gemacht werden.

Die Untersuchung der Artikel nach ihren erzählerischen Rekonstruktionen wies keine Gemeinsamkeiten innerhalb der Zeitungsgenres auf. *Die Welt* hat sich durch die Form der Geschichte von den anderen abgehoben und versucht das Spielgeschehen nicht nur wiederzugeben, sondern auch emotionslos zu erklären. Die *Bild* war in ihrer chronologischen Wiedergabe der Höhepunkte eher in die Rubrik Unterhaltung einzuordnen. Durch die Verwendung von Handlungsschemata waren beide polnischen Zeitungen auch eher unterhaltend als informativ. Bei allen vier Zeitungen wurden einzelne Akteure isoliert dargestellt, wodurch sich auch hier keine Zuweisung zu einem bestimmten Genre vornehmen lässt.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass abgesehen, von der Anwendung der Thematisierungsprinzipien keine generalisierten Aussagen über einzelne Zeitungsgenres getroffen werden können. Bei der Themenauswahl scheinen sich alle Zeitung ihre eigene publizistische Nische zu suchen. Interessant ist hierbei vor allem die Tatsache, dass bei der Fülle von Artikeln der inhaltliche Vergleich nur wenige Überschneidungen hervorbringt. Durch den Selektor Personalisierung und das Kriterium der isolierten Darstellung von Akteuren konnte jedoch bei allen Zeitungen eindeutig die Tendenz zur personalisierten Berichterstattung nachgewiesen werden. Diese lässt sich, laut der Theorie, auf die Veränderung der Medienlandschaft zurückführen. Somit scheint es als wenn sich die Zeitungsgenres insgesamt annähern würden, die einzelnen Zeitungen jedoch unterschiedliche Schwerpunkte setzen, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

Die Welt kann aufgrund der Ergebnisse als seriöseste Zeitung bezeichnet werden. *Dziennik* hebt sich beim quantitativen Vergleich zwar von den Boulevardblättern ab, inhaltlich ist allerdings die Tendenz zur Straßenverkaufszeitung größer als zur Qualitätszeitung. Die Boulevardblätter unterscheiden sich zwar in vielen Punkten, weisen aber was Sprache und Schreibstil angeht große Parallelen auf.

Betrachtet man die Ergebnisse unter der Fragestellung ob Nationalität die Themenauswahl und Thematisierung beeinflusst, kann hierauf mit einem klaren Ja geantwortet werden. Bei der Analyse der Themenauswahl erreicht der Selektor nationaler Bezug bei drei von vier Zeitungen die höchsten Werte. So hat auch diese Untersuchung einen starken Ethnozentrismus bei allen Zeitungen nachweisen können. Darüber hinaus hat vor allem die inhaltliche Analyse bei drei von vier Zeitungen nationalistische Tendenzen aufgezeigt. Die Darstellung der jeweils anderen Mannschaft ist vor allem in den Boulevardblättern erschreckend negativ. Betrachtet man das Verhältnis zwischen Artikeln mit nationalem Bezug und Artikeln, die jeweils das andere Land (mit-) thematisieren, könnte man meinen, dass der Ethnozentrismus nicht allzu negativ zu deuten ist. Hierzu möchte ich ergänzen, dass drei der Spieler beide Sprachen beherrschen und daher von allen Zeitungen thematisiert wurden. Hierdurch wurden die Zah-

len positiv beeinflusst. Zum anderen hat vor allem die inhaltliche Analyse gezeigt, dass anhand der Quantitäten keine Aussage über die Qualität der Artikel gemacht werden kann. Wie oben beschrieben war die Thematisierung der anderen Mannschaft oftmals einseitig negativ. Bei den Boulevardblättern ist diese Tatsache erneut auf das Genre zurückzuführen, da emotionale Ausdrücke vermutlich mehr Aufmerksamkeit erregen. Eine rückläufige Tendenz von solchen nationalistischen Mechanismen wäre zwar wünschenswert, ist jedoch aufgrund der immer größer werdenden Konkurrenz und dem daraus resultierenden Druck sich zu verkaufen eher unwahrscheinlich.

Führt man sich abschließend noch einmal vor Augen, dass alle Zeitungen über dasselbe Sportereignis berichtet haben, wird noch einmal ganz deutlich, dass von jeder Zeitung eine ganz eigene Sportrealität konstruiert wird. Besonders interessant ist die Tatsache, dass auch der nationale Vergleich trotz Ethnozentrismus und Nationalismen ganz unterschiedliche Konstruktionen des Ereignisses hervorbringt.

Ausblick

Rückblickend lassen sich einige Verbesserungsvorschläge zur Vorgehensweise formulieren. Auch wenn die Untersuchung der Überschriften sich aufgrund der hohen Bedeutung dieses Gestaltungsmediums als ergiebig herausgestellt hat, ist davon auszugehen, dass eine inhaltliche Untersuchung der Artikel genauere und vielleicht sogar abweichende Ergebnisse liefern würde. Die inhaltliche Analyse aller Artikel war innerhalb dieser Arbeit aufgrund des vorgegebenen Rahmens nicht möglich. Ein kurzer Blick in die Artikel und auch die Länge des Anhangs zeigen jedoch, dass die Analyse sich noch beliebig erweitern ließe. Betrachtet man vor allem die Artikel der Zeitung *Die Welt* wird die Bedeutung der gestalterischen Elemente schnell deutlich. Daher würde ich in weiteren Untersuchungen nicht darauf verzichten diese mit zu analysieren.

Insgesamt bietet die (Sport-)Berichterstattung ein weitläufiges Forschungsfeld, welches in den letzten Jahrzehnten eine enorme Entwicklung durchlebt hat. Betrachtet man die zunehmende Bedeutung der neuen Medien ist davon auszugehen, dass sich die Medienlandschaft auch weiterhin verändern wird. Und so werden sich wohl auch künftig die Auswirkungen der wachsenden Konkurrenz in den medialen Konstruktionen, auf unsere Unterhaltung hin konzipiert, niederschlagen.

Literaturverzeichnis

- Becker, P. (1983). Ob FAZ oder Bild, Sport bleibt Sport – zur Bedeutungskonsonanz der Sportberichterstattung. In Digel, H. (Hrsg.), *Sport und Berichterstattung* (S. 74-95). Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Binnewies, H. (1983). Sportberichterstattung in den Tageszeitungen. In Digel, H. (Hrsg.), *Sport und Berichterstattung* (S. 114 - 122). Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Bizer, P. (1988). Sportberichterstattung in den Printmedien. In Hoffmann–Riem, W. (Hrsg.), *Neue Medienstrukturen – neue Sportberichterstattung?* S. 137 – 143). Baden – Baden: Nomos.
- Emmerich, A. (1984). *Nachrichtenfaktoren. Die Bausteine der Sensationen. empirische Studie zur Theorie der Nachrichtenauswertung in den Rundfunk- und Zeitungsredaktionen*. Saarbrücken: Verlag der Reihe.
- Ertl, E. (1978). Funktionen des Sportjournalismus. In: Hackforth, J. & Weischenberg, S. (Hrsg.), *Sport und Massenmedien*. (S. 178 - 188). Bad Homburg: Limpert Verlag.
- Hackforth, J. (1975). *Sport im Fernsehen. Ein Beitrag zur Sportpublizistik unter besonderer Berücksichtigung des Deutschen Fernsehens (ARD) und des Zweiten Deutschen Fernsehens (ZDF) in der Zeit von 1952 – 1972*. Münster: Regensberg.
- Horky, T. (2001). *Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattungen*. Jesteburg : XOX-Verlag.
- Kroppach, D. (1978). Gedruckt: Pathos oder Sachlichkeit? In: Hackforth, J. & Weischenberg, S. (Hrsg.), *Sport und Massenmedien*. (S. 133 – 142). Bad Homburg: Limpert Verlag.
- Luhmann, N. (1995). *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Martinez, M. (2002). Nach dem Spiel ist vor dem Spiel. Erzähltheoretische Bemerkungen zur Fußballberichterstattung. In Martinez, M. (Hrsg.), *Warum Fußball? Kulturwissenschaftliche Beschreibungen eines Sports*. Bielefeld: Aisthesis-Verlag.
- Rager, G., Hartwich-Reick, R. & Pfeiffer, T. (1998). „Schumi, du Regengott“. Themeninszenierung in Tageszeitungen. In: Willems, H. (Hrsg.) *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch*. (S. 489 – 505). Opladen: Westdt. Verl.
- Riedl, L. & Cachay, K. (2002). *Bosmann – Urteil und Nachwuchsförderung*. Schorndorf: Hofmann.
- Schierl, T. & Bertling, C. (2007). Personalisierung und Prominenz in der Sportberichterstattung. In: Schierl, T. (Hrsg.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. (S. 155 – 166) Schorndorf: Hofmann.
- Schulz, W. (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg: Breisgau.
- Stiehler, H.-J. & Marr, M. (2001). Das Ende der Ausreden. Mediale Diskurse zum Scheitern im Sport. In Roters, G, Klingler W. & Gerhards, M. (Hrsg.), *Sport und Sportrezeption* (S.111 – 131). Baden – Baden: Nomos.
- Tewes, G. (1991). *Kritik der Sportberichterstattung: der Sport in der Tageszeitung zwischen Bildungs-Journalismus, Unterhaltungs-Journalismus und "1:0-Berichterstattung" ; eine empirische Untersuchung*. Dissertation, Heinrich – Heine Universität Düsseldorf.
- Vom Stein, A. (1988). *Massenmedien und Spitzensport : theoretische Konkretisierung und ausgewertete empirische Analyse von Wirkungen der Mediensportrealität auf den Spitzensport in der Bundesrepublik Deutschland*. Frankfurt am Main: Verlag Peter Lang.
- Weischenberg, S. (1978). *Die Außenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus: Theorie und Analyse im Rahmen eines allgemeinen Konzepts komplexer Kommunikationsforschung*. (2. Auflage). Bochum: Studienverlag Brockmeyer.

Bild (2007). Archiv. Zugriff am 10.06.2007 unter <http://www.bild.t-online.de/BTO/corporate-site/presse/presse-pressearchiv.html>
Axel Springer Verlag (2007) Medienangebot Download: „auf einen Blick“. Zugriff am 02.07.2007 unter: <http://www.axelspringer.de/inhalte/angebot/frame.htm>
Axel Springer Verlag (2007). Dziennik. Zugriff am 02.07.2007 unter: <http://axelspringer.pl/dziennik/dziennik/>
Polen Kultur, Wissenschaft und Medien. Presse und Verlage Zugriff am 10.06.2007unter: <http://www.poland.gov.pl/Presse,und,Verl%C3%A4ge,773.html>.
Super Express (2007). Archiv. Zugriff am 10.06.2007 unter <http://www.se.com.pl/se/archiveSearch.jsp>
Sonderausgabe Bild: Gestatten Bild, Beilage zur Bild vom 08.06.2007

Zeitungsartikel:

Die Welt a): Ballack freut sich auf sein Comeback. 13.06.2006
Die Welt b): Deutschlands Länderbilanz in Dortmund. 13.06.2006
Die Welt c): Oliver Kahns Flug in eine neue Gefühlswelt
Die Welt d): Videos sollen Stärken der Polen zeigen. 13.06.2006
Die Welt e): Klinsmann verbietet Abseitsfalle
Die Welt f): Einsamer Pawel Janas. 13.06.2006
Die Welt g): WM Bilanz: Deutschland gegen Polen. 14.06.2006
Die Welt h): Klinsmann fordert positive Aggressivität. 14.06.2006
Die Welt i): Gegen die Heimat. 14.06.2006
Die Welt j): Ballack in der Pflicht. 14.06.2006
Die Welt k): Der kluge Mann kaut vor. 14.06.2006
Die Welt l): Ebi Smolarek vor Heimspiel ganz gelassen. 14.06.2006
Die Welt m): Unser Fußball ist schwer krank. 14.06.2006
Die Welt n): Feldherr der Wasserschlacht. 14.06.2006
Die Welt o): Deutschland steht im Achtelfinale. 16.06.2007
Die Welt p): Die Methode Klinsmann. 16.06.2007
Die Welt q): Im Freudentaumel ins Achtelfinale. 16.06.2006
Die Welt r): Retter von der Bank. 16.06.2006
Die Welt s): Mit dem Tor begann die WM richtig
Die Welt t): Die Weiterentwicklung lässt hoffen
Die Welt u): Hochmut und Fall. 16.06.2006
Die Welt v): Sieg der Gemeinschaft. 16.06.2006
Die Welt w): Klinsmann hat das Spiel ausgezeichnet gelesen. 16.06.2006
Die Welt x): Lobeshymnen für den Mann des Tages. 16.06.2006
Die Welt y): Ich habe gespürt, dass der Trainer mir vertraut. 16.06.2006
Die Welt z): Frust nach WM aus. 16.06.2006

Bild a): Klose und Poldi wurden in Polen geboren. 13.06.2006
Bild b): Im Achtelfinale nicht gegen England. 14.06.2006
Bild c):Heute um 21 Uhr WM Knaller, Klinski putz die Polski. 14.06.2006
Bild d):Heute wieder Tor Party! 14.06.2006
Bild e): Polen angeln und lästern. 14.06.2006
Bild f): Tschüssikowski, Polen. 15.06.2006
Bild g): Ganz Deutschland ist verrückt nach unseren Jungs. 15.06.2006
Bild h): Deutschland –Polen. Die Spielernoten. 15.06.2006

Bild i): Wir sind Weltmeister! 08.06.1974
Bild j): WELTMEISTER! 05.02.2007

Dziennik a) polnisch: Z Niemcami zagramy w strugach deszczu. 13.06.2006
Dziennik a) deutsch: Mit den Deutschen spielen wir im strömenden Regen. 13.06.2006
Dziennik b) polnisch: Polscy kibice podbili Dortmund. 14.06.2006
Dziennik b) übersetzt: Polnische Fans haben Deutschland erobert. 14.06.2006
Dziennik c) polnisch: Niemcy Klose i Podolski zagrja dla Polski. 14.06.2006
Dziennik c) übersetzt: Die Deutschen Klose und Podolski werden für Polen spielen.
14.06.2006
Dziennik d) polnisch: Polska przegrała z Niemcami 0:1. 15.06.2006
Dziennik d) übersetzt: Polen hat gegen Deutschland 1:0 verloren. 15.06.2006
Dziennik e) polnisch: Polacy zagrali walecznie i szybko. 15.06.2006
Dziennik e) übersetzt: Die Polen spielten kämpferisch und schnell 15.06.2006
Dziennik f) polnisch: Niemieccy kibice swietowali wygrana. 15.06.2006
Dziennik f) übersetzt: Die deutschen Fans feierten den Sieg. 15.06.2006
Dziennik g) polnisch: Niemieccy pilkarze: bedziemy Mistrzami Swiata. 16.06.2006
Dziennik g) übersetzt: Die deutschen Fußballer: Wir werden Weltmeister. 16.06.2006

Super Express a) polnisch: Mozecie sie odwinac. 13.06.2006
Super Express a) übersetzt: Ihr könntet Euch entwickeln. 13.06.2006
Super Express b) polnisch: Ustrzele Polakow. 13.06.2006
Super Express b) übersetzt: Ich schieß die Polen ab. 13.06.2006
Super Express c) polnisch: Janas bez kodu. 14.06.2006
Super Express c) übersetzt: Janas ohne Strategie. 14.06.2006
Super Express d) polnisch: Zuraw tak to sie robi! 14.06.2006
Super Express d) übersetzt: Zuraw, so macht man das! 14.06.2006
Super Express e) polnisch: Ebi, uzycz im serca! 14.06.2006
Super Express e) übersetzt: Ebi, Leih ihnen dein Herz. 14.06.2006
Super Express f) polnisch: Trzeba puscic prostopapla pilke przez srodek ich obrony.
14.06.2006
Super Express f) übersetzt: Man muss den Ball senkrecht durch die Mitte der Abwehr schießen. 14.06.2006
Super Express g) polnisch: Nie oszczedzac kosci. 14.06.2006
Super Express g) übersetzt: Nicht die Knochen schonen. 14.06.2006
Super Express h) polnisch: Nie bede szpiegiem Klinsmanna. 14.06.2006
Super Express h) übersetzt: Ich werde nicht Klinsmanns Spion sein. 14.06.2006
Super Express i) polnisch: Polacy musicie z nami wygrac! 14.06.2006
Super Express i) übersetzt: Polen, ihr müsst mit uns gewinnen! 14.06.2006
Super Express j) polnisch: Tak ale po zwyciestwie. 14.06.2006
Super Express j) übersetzt: Ja, aber nach dem Sieg. 14.06.2006
Super Express k) polnisch: Panu juz dziekujemy! 15.06.2006
Super Express k) übersetzt: Wir danken jetzt schon dem Herrn! 15.06.2006
Super Express l) polnisch: Zuraw, odlatuj na lawke! 15.06.2006
Super Express l) übersetzt: Zuraw, flieg auf die Bank! 15.06.2006
Super Express m) polnisch: Neuville zalatwil Polakow. 15.06.2006
Super Express m) übersetzt: Neuville hat die Polen erledigt. 15.06.2006
Super Express n) polnisch: To koniec marzen. 16.06.2006
Super Express n) übersetzt: Das ist das Ende der Träume. 16.06.2006
Super Express o) polnisch: Poldi, my tez cie kochamy. 16.06.2006
Super Express o) übersetzt: Poldi, wir lieben dich auch! 16.06.2006
Super Express p) polnisch: Klatwa Liekera trwa. 16.06.2006
Super Express p) übersetzt: Der Fluch von Lineker hält an. 16.06.2006

Super Express q) polnisch: To Polacy mieli byc mistrzami. 05.02.2007
Super Express r) übersetzt: Die Polen sollten Weltmeister sein. 05.02.2007