



# Stereotypen und „nationale Images“ in der TV-Sportberichterstattung am Beispiel der Vierschanzentournee 2006/07

## Zusammenfassung

Ziel dieser Studie ist es, anhand einer Analyse der TV-Berichterstattung der Vierschanzentournee 2006/07 (Skispringen), stilistische und inhaltliche Differenzen (Moderation, Interviews etc.) zwischen den übertragenden Sendern sowie ferner die Re-Konstruktion von nationalen Stereotypen im Mediensport aufzuzeigen. Ausgegangen von der Annahme, dass Kommunikation sowohl die Vermittlungs- als auch die Konstruktionsrolle von Images und Stereotypen übernimmt, konzentrierte sich die vorliegende Untersuchung auf die sprachlich kommunikativen Aspekte, die zur Konstruktion nationaler Identität beitragen. Im Zuge der Studie konnte aufgezeigt werden, dass sich die TV-Sender ORF und RTL, sowohl quantitativ als auch qualitativ stark an den nationalen Sportlern orientieren, wobei nicht nur der Erfolg sondern auch diverse Persönlichkeitsmerkmale der Aktiven zu den wichtigsten Selektionskriterien für die Medienthematisierung zählten.

Die Relevanz des Sports konstituiert sich für die Medien durch seine kulturelle Verankerung in unserer postmodernen Gesellschaft, in der er „als zentrale Quelle für Identifikation, Sinn und Gratifikation“<sup>1</sup> fungiert. Darüber hinaus avancieren die Medien zum Selektionskriterium in der Sportwelt und tragen in entscheidendem Maße zur „Erzeugung, Reproduktion und Verstärkung von Sportvorstellungen“<sup>2</sup> bei. Dem Fernsehen kommt aus dieser Perspektive die Funktion zu, durch den Einsatz von Bildern und Sprache eine mediale Wirklichkeit zu erzeugen. Im Rahmen von Sport-(Mega-)Events trägt dieses Medium maßgeblich zur Identitätsbildung<sup>3</sup> und zur Konstruktion nationaler Images von Sportpersönlichkeiten<sup>4</sup> bei. Wissenschaftliche Untersuchungen, die sich in den letzten Jahren dem Themenbereich „Sport in den AV-Medien“ widmeten, dokumentieren zudem die steigende Relevanz des „Infotainments“ in der Sportberichterstattung.<sup>5</sup> Parallel dazu weisen zahlreiche Studien auf den Beitrag des Mediensports zur Schaffung und Stabilisierung nationaler Identitäten hin. Dabei bedienen sich die TV-Sender

sowohl einer einseitigen nationalorientierten Berichterstattung<sup>6</sup> und einer Fokussierung auf den Fußballsport<sup>7</sup> als auch einer stereotypenreichen Sprache<sup>8</sup>. Tendenziell gilt das Hauptinteresse der TV-Sportberichterstattung den „agierenden Personen“, den Handlungsträgern<sup>9</sup>, und in dieser Funktion übernimmt der Sportler die Rolle einer „Sozialfigur mit positiven Eigenschaften“<sup>10</sup>.

Obwohl die oben geschilderten Studien einen konstruktiven Einblick in die Beziehung zwischen nationalem Image und Sport ermöglichen, kann man sich dieser Thematik ohne die Unterstützung vergleichender Untersuchungsergebnisse verschiedener Länder, TV-Sender und Sportarten nur fragmentarisch annähern.

## Untersuchungsmethodik

Für den Themenschwerpunkt der vorliegenden Arbeit wurden aufgrund des Wettkampfabbruchs in Innsbruck (Wetterbedingungen) und der möglichen Vergleichbarkeit entschieden, nur die vier Live-Übertragungen von den Wettkämpfen in Oberstdorf (30.12.2006: Tourneeaufakt) und in Bischofshofen (07.01.2007: Tourneentscheidung) durch RTL (GER) und ORF (AUT) zu analysieren. Auf Basis des Sendungsablaufs (Run-Down-Order) der Live-Übertragung der Vierschanzentournee von der Fédération internationale de Ski (FIS) wurden der Aufbau und die Struktur der Fernsehsendungen vom ORF und RTL einander gegenübergestellt. Als Untersuchungsmethode wurde die Inhaltsanalyse bzw. die spezielle Form der Themen-Frequenzanalyse gewählt. Der theoretische Hintergrund der Analyse basierte auf der Argumentationslinie zur Bedeutung und Funktion der Stereotypisierung von Lippmann, wobei hier unter Stereotypen „sozial verankerte geistige Konstrukte, die als Orientierungs- und Entscheidungshilfe operierten, indem sie Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse durch Reduktion und Vereinfachung erleichtern und beschleunigen“<sup>11</sup> verstanden werden. Ausgegangen von der Annahme, dass Kommunikation sowohl die Vermitt-



lungs- als auch die Konstruktionsrolle von Images und Stereotypen übernimmt<sup>12</sup>, konzentrierte man sich im Rahmen der vorliegenden Untersuchung auf die sprachlich kommunikativen Korrelate, die zur Konstruktion nationaler Identität beitragen.<sup>13</sup> In Anlehnung an die Arbeit von Wernecken (2000) konnten daraufhin folgende Untersuchungskategorien für die sprachliche Analyse generiert werden:

- **Hyperbolik:** Übertreibungen/-betonungen, verbale Überzeichnungen und Zuspitzungen (z. B. der Aufsteiger des Jahres),
- **Fremdwörter:** fremdsprachliche Begriffe (z. B. newcomer),
- **Kriegsmetaphorik:** verbale Bezugnahmen auf militärische oder kriegerische Zusammenhänge, Militärvokabular (z. B. Kampfansage),
- **Metaphorik:** bildhaft-plastische Ausdrücke / Redewendungen (z. B. wie ein Komet),
- **Chauvinismus/Nationalismus:** ablehnend, bornierte Haltung anderen Völkern und Nationen gegenüber; Abwertung Aktiver und Mannschaften anderer Länder aufgrund vorurteilhafter Soll- und Rollenerwartungen durch expliziten, oft auch impliziten Vergleich mit „eigenen Vertretern“ im internationalen Sport (z. B. Die Österreicher halten frech mit),
- **Narzissmus:** selbstbestätigende und betont affirmative Haltung zur eigenen Person (z. B. das war der beste Sprung meines Lebens),
- **Martialismus:** Selbstgefälligkeiten, d. h. ein vordergründig auf Effekte abzielender, dramatisierender und spannungsgeladener Sprachduktus (z. B. voll auf Angriff gehen),
- **Distanzlosigkeit:** vorgetäuschte Intimität gegenüber Aktiven (z. B. „Duzen“, alleiniger Vornamengebrauch),
- **Nationale Stereotypen:** nationale Sprachstigmata/-klischees (z. B. Deutsche Tugenden),
- **Identifikation:** explizite Äußerung der Verbundenheit/Sympathie mit Aktiven (z. B. identifikatorische „Wir-Prägungen“, Unser Schlieri),
- **Unvollständige Sätze:** Satzverkürzungen, „Ein-Wort-Sätze“ (z. B. 123 Meter. Super Sprung. Hat eigentlich ... usw.) und
- **Theater-/Bühnensprache:** (z. B. Vorstellung, Debütant, Skisprung-Zirkus).

### Untersuchungsergebnisse und Interpretation

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung konnten folgende quantitative Tendenzen aufgezeigt

werden: ORF hatte mit einem Durchschnitt von 168 Minuten eine deutlich längere Übertragungszeit gegenüber dem Privatsender RTL (131 min). Dies mag daran liegen, dass in den letzten Jahren die österreichischen Sportler erfolgreicher als die deutschen Skispringer waren, was zur Abnahme des deutschen Publikumsinteresses führte. Konnten in den ersten drei Jahren der RTL-Übertragung (2001/02 bis 2003/04) steigende Live-Reichweiten erzielt werden, so zeichnete sich seit 2005 eine stark sinkende Tendenz ab.<sup>14</sup> Die linguistische Aufmachung der Moderation stand eingangs im Mittelpunkt der qualitativen Inhaltsanalyse. Bei den Wettkampfaustragungen zeichnete sich eindeutig ab, dass der ORF in Summe fast doppelt so viele sprachliche Stilmittel einsetzte als RTL. In absoluten Zahlen wurden im Rahmen von Moderationen durch Erich Weiss, in Expertengesprächen mit Andreas Goldberger und Armin Kogler sowie in Filmbeiträgen durch andere Sportjournalisten usw. kumuliert 206 Sprachmerkmale verwendet. Im Vergleich nutzten der deutsche Moderator Marco Schreyl und der Experte Dieter Thoma sowie alle weiteren Journalisten bei RTL insgesamt 112-mal linguistische Stilelemente.

Der öffentlich-rechtliche Sender ORF tendierte zu einem immer wiederkehrenden sprachlichen Muster, um die Athleten darzustellen: Der Moderator Erich Weiß machte sich vor allem Elemente wie Übertreibungen/-betonungen, bildhaft-plastische Ausdrücke und Redewendung, fremdsprachliche Begriffe, eine sogenannte „Verbrüderung“ mit den Skispringern („Duzen“), martialische Sprachwendungen, „Ein-Wort-Sätze“ sowie sprachliche Entlehnungen aus dem Theater- und Bühnenjargon zunutze. Demgegenüber positionierte sich der Kölner Privatsender RTL durch seinen Moderator Marco Schreyl und seinen „ständigen Begleiter“, den Experten Dieter Thoma, in einer der Unterhaltung dienenden Atmosphäre. Dabei wurden Skisprungathleten wie einzelne Puzzleteile in ein riesiges Medienspektakel eingesetzt und als „shooting star“, „Wunderknabe“, „Jungstar“ usw. inszeniert.

Im Zuge sowohl der ORF- als auch der RTL-Moderation wurden durch den Einsatz linguistischer Elemente die Athleten als Träger nationaler Hoffnungen, als Sportpersönlichkeiten mit „außergewöhnlichen“ Fähigkeiten und als kampfeswillige und mutige Stars präsentiert. Weiters konnte auch



Sender/ Austragungsort	RTL (HBC) Oberstdorf		ORF Oberstdorf		ORF (HBC) Bischofshofen		RTL Bischofshofen	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Sprachmerkmale								
Hyperbolik	34	35,4	81	42,9	90	43,7	31	27,7
Fremdwörter	2	2,1	3	1,6	4	1,9	1	0,9
Kriegsmetaphorik	0	0,0	2	1,1	6	2,9	3	2,7
Metaphorik	12	12,5	53	28,0	28	13,6	4	3,6
Martialismus	6	6,3	22	11,6	17	8,3	14	12,5
Distanzlosigkeit	5	5,2	11	5,8	30	14,6	7	6,3
Chauvinismus/Nationalismus	0	0,0	1	0,5	0	0,0	0	0,0
Narzissmus	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,8
Nationale Stereotypen	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Identifikation	1	1,0	3	1,6	4	1,9	1	0,9
Unvollständige Sätze	36	37,5	4	2,1	22	10,7	49	43,8
Theater/Bühnensprache	0	0,0	9	4,8	5	2,4	0	0,0
<b>Gesamt (Anzahl/Prozent)</b>	<b>96</b>	<b>100,0</b>	<b>189</b>	<b>100,0</b>	<b>206</b>	<b>100,0</b>	<b>112</b>	<b>100,0</b>

Tab.: Sprachmerkmale bei den einzelnen Wettkämpfen; Vergleich RTL vs. ORF in Oberstdorf und Bischofshofen (Anzahl/in Prozent)

die Modifikation der Präsentationsformen und die Nutzung neuer bzw. anderer TV-Genres festgestellt werden, wenn der ORF einen Filmbeitrag über Gregor Schlierenzauer einspielte, in dem vom „wonderboy“ und seiner einzigartigen Geschichte berichtet wurde. Auch der Einsatz diverser Computeranimationen (ORF: Skispringer „Buwi“) konnte eindeutig dem unterhaltenden Präsentationsstil zugeschrieben werden.

Bezüglich der nationalen Stereotype konnten in keiner der vier Live-Übertragungen auffällige nationale Sprachklischees/-stigmata in den Moderationen und Kommentaren identifiziert werden.

Im Rahmen der Untersuchung der von Moderatoren angewendeten sprachlichen, kommunikativen Korrelate konnten am Beispiel der Athleten Martin Schmitt und Michael Uhrmann aus Deutschland sowie Gregor Schlierenzauer und Thomas Morgenstern aus Österreich beim letzten Wettkampf der Springertournee in Bischofshofen folgende Tendenzen aufgezeigt werden:

Der deutsche Skispringer Martin Schmitt wurde insgesamt sechsmal (acht Prozent) vom ORF und mehr als viermal so oft beim RTL thematisiert (21 Prozent). Am auffälligsten ist der hohe Einsatz

„Unvollständiger Sätze“ durch ORF sowie RTL (z. B. „8. in Garmisch-Partenkirchen.“ „Sehr flüchtig.“ „Harmonisch, weit.“). Narzistische, martialistische und metaphorische Merkmale finden beim Privat-TV-Sender keine Anwendung.

Das Ergebnis spiegelt den Unterschied bei der Präsentation des Athleten zwischen ORF und RTL eindeutig wieder. Während der Kölner Privatsender sehr dezent bzw. selten linguistische Stilmittel verwendet hat, arbeitete der öffentlich-rechtliche Sender sehr stark mit sprachlichen Elementen. Während Michael Uhrmann bei RTL mit einem 68,3-prozentigen Anteil an „Unvollständigen Sätzen“ präsentiert wurde, könnte der Eindruck entstehen, Uhrmann wurde im Vergleich zu seinem Team-Kollegen Martin Schmitt unterschiedlich im TV vorgestellt. Verantwortlich für diese konträre Entwicklung ist aber die Tatsache, dass sich der ORF in Bischofshofen wortwörtlich „nicht mehr für den deutschen Springer und seine Leistungen interessiert hat“. So gesehen ist es plausibel, dass sich RTL, bei der sprachlichen Präsentation Uhrmanns (als einen von nur drei deutschen Skispringern) in seiner 20 Prozent TV-Eigenproduktion gegenüber dem ORF durchgesetzt hat. Der höhere Anteil an kriegsmetaphorischen Stilmitteln (z. B. „Michael Uhrmann hat zu viel attackiert“) beim



ORF drückt aus, dass die „nicht zufriedenstellenden“ Leistungen bzw. Ergebnisse von Michael Uhrmann für das deutsche Nationalteam mit genau diesen Sprachelementen verstärkt wurden. Im Vergleich dazu dominierten beim RTL Satzverkürzungen und Überpointierungen.

Gregor Schlierenzauer hat im Vergleich zu seinen deutschen Kontrahenten wesentlich öfter als Handlungsträger dominiert. Der sich dadurch niederschlagende höhere Einsatz linguistischer „Tools“ ist evident. Wie einleitend darauf hingewiesen wurde, bediente sich der ORF, absolut und relativ gesehen, häufiger den Elementen eines bestimmten Sprachdukts. In Analogie zur Darstellung der Handlungsträger Schmitt und Uhrmann setzte der Privatsender auch bei Schlierenzauer vermehrt „Ein-Wort-Sätze“ (43,8 Prozent) sowie hyperbolische Ausdrücke: (z. B. „Wahnsinnsprung/-leistung“ „1000-Gulden-Flug“) (27,7 Prozent) ein. Wurde der Fokus auf den zweiten Österreicher, Thomas Morgenstern, gelegt, so stach beim Einsatz sprachlicher Stilmittel ebenfalls der ORF gegenüber RTL hervor, wobei die Metaphorik (z. B. „jeden Morgen bist du mein Stern“) ein beliebtes sprachliches Stilmittel darstellte.

Die vorliegende Untersuchung hat einen umfassenden Einblick in die sprachlichen Erscheinungsformen der TV-Berichterstattung des Vierschanzenturniers (2006/07) gegeben. Dabei konnte aufgezeigt werden, dass sich die TV-Sender ORF und RTL sowohl quantitativ als auch qualitativ stark an den nationalen Sportlern orientieren, wobei nicht nur der Erfolg sondern auch diverse Persönlichkeitsmerkmale der Aktiven zu den wichtigsten Selektionskriterien für die Medienthematisierung zählten. Hintergrund dieser Entwicklung ist die Tatsache, dass Sympathie oder Antipathie gegenüber den Handlungsträgern bzw. Sportlern über die Konstruktion von Narrationen beim Publikum entscheiden. Das entstehende Identifikationspotenzial ist besonders von der Inszenierung des Athleten als Sympathieträger und Identifikationsfigur abhängig.<sup>15</sup> Die sprachspezifische Untersuchung dokumentiert schließlich, dass auf der anderen Seite die mediale Darstellung zur Bekräftigung und Bestätigung vorhandener Stereotype, zur einseitigen Bewertung und schließlich zur Vereinfachung beitragen kann.

#### Endnoten

- 1 Weiss (1991) S. 316.
- 2 Schwier (2004), S. 28.
- 3 Vgl. Roth (1998).
- 4 Vgl. Wernecken (2000).
- 5 Vgl. z. B. Bryant/Raney (2000).
- 6 Vgl. z. B. Rowe et al. (1998).
- 7 Vgl. z. B. Crolley/Hand (2002).
- 8 Vgl. z. B. Rivenburgh et al. (1993).
- 9 Vgl. Whannel (2002).
- 10 Kühnert (2004), S. 41.
- 11 Lippmann (1922), (1990), zitiert nach Wernecken (2000), S. 113.
- 12 Tommasi (1997).
- 13 Wodak et al. (1998).
- 14 Vgl. Horizont Sport Business (2006/2), S. 5.
- 15 Vgl. Mikos (2003), S. 46.

#### Literatur

- BRYANT, J./RANEY, A. (2000): Sports on the scene, in: Zillmann, D./Vorderer, P. (Hrsg.): Media Entertainment. The psychology of its appeal, Mahwah NJ, S. 153-174.
- CROLLEY, L./HAND, D. (2002): Football, Europe and the Press, London/Portland OK.
- KÜHNERT, D. (2004): Sportfernsehen und Fernsehsport. Die Inszenierung von Fußball, Formel 1 und Skispringen im deutschen Fernsehen, München..
- LIPPMANN, W. (1990): Die öffentliche Meinung, Bochum.
- MIKOS, L. (2003): Film- und Fernsehanalyse, Konstanz.
- RIVENBURGH, N. (1993): Images of Nations during the 1992 Barcelona Olympic Opening Ceremony, in: International Olympic Committee (Hrsg.): Olympic Centennial Congress Bulletin, Lausanne, S. 32-39.
- ROTH, K. (1998): „Bilder in den Köpfen“. Stereotypen, Mythen und Identitäten aus ethnologischer Sicht, in: Heuberger, V./Suppan, A./Vyslonzil, E. (Hrsg.): Das Bild vom Anderen: Identitäten, Mentalitäten, Mythen und Stereotype in multiethnischen europäischen Regionen, Frankfurt a. M. et al., S. 21-44.
- ROWE, D./McKAY, J./MILLER, T. (1998): Come Together: Sport, Nationalism, and the Media Image, in: Wenner, L. A (Hrsg.): Media Sport, London/New York, S. 119-133.
- SCHWIER, J. (2004): Trendsportarten – Entwicklung, Inszenierung und mediale Verwertung, in: Schauerer, T./Schwier, J. (Hrsg.): Die Ökonomie des Sports in den Medien, Köln, S. 11-38.
- TOMMASI, A. (1997): Interkulturelle Stereotypen & subsprachliches Affektsystem, in: Brütting, R./Trautmann, R. (Hrsg.): Dialog und Divergenz. Interkulturelle Studien zu selbst und Fremdbildern in Europa, Frankfurt a.M., S. 133-143.
- WEISS, O. (1991): Mediensport als sozialer Ersatz, in: Medienpsychologie, 4, S. 316-327.
- WERNECKEN, J. (2000): Wir und die andere. Nationale Stereotypen im Kontext des Mediensports, Berlin.
- WHANNEL, G. (2002): Media Sport Stars. Masculinities and Moralities, London/New York.
- WODAK, R. ET AL. (1998): Zur diskursiven Konstruktion nationaler Identität, Frankfurt a. M.

#### Die Autoren

**Dr. Minas Dimitriou** ist Universitätsassistent im Interfakultären Fachbereich Sport- und Bewegungswissenschaft der Universität Salzburg und Geschäftsführer des Universitätslehrganges Sportjournalismus der Universität Salzburg. Seine Schwerpunkte in Lehre und Forschung liegen in den Bereichen zeitdiagnostische Aspekte des Sports & der Leibeserziehung, angewandte Sportsoziologie unter bes. Berücksichtigung des Verhältnisses Sport & Medien und des sozialen Transformationsprozesses im Sport.



**Waltraud Lidicky, M. A.**, ist Absolventin des Interfakultären Fachbereiches Sport- und Bewegungswissenschaft der Universität Salzburg

