



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Österreich am Ball. Nationale Stereotypen in der Sportberichterstattung der EM 2008.

Verfasser

Stocker Thomas

Angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juli 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt

A 301 / 349

Studienrichtung lt. Studienblatt

Publizistik & Kommunikationswissenschaften / Italienisch

Betreuerin

Dr. phil. Michaela Griesbeck

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, am

Stocker Thomas

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort und Danksagung	
1. Einleitung	1
<u>I Theoretischer Teil</u>	
2. Sport und Massenkommunikation	5
2.1 Die Medienrealität des Sports	6
2.2 Gatekeeper Forschung	9
2.3 Die Nachrichtenwert-Theorie	11
2.4 Funktionen der Massenmedien	14
2.4.1 Sport als Information oder Unterhaltung	15
2.4.2 Sport als sozialer Ersatz	16
2.4.3 Sport als Anregung und Selbstbestätigung	17
2.4.4 Sport als soziales Ereignis mit Symbolcharakter	17
2.4.5 Politische Funktion	18
3. Die Sportberichterstattung	20
3.1 Geschichte der Sportberichterstattung	20
3.2 Der Sportjournalist – ein Berufsbild	21
3.3 Sprache der Sportberichterstattung	23
3.3.1 Das emotionale Element in der Sportberichterstattung	24
3.3.1.1 Hyperbolische Ausdrücke	25
3.3.1.2 Alltagssprache	25
3.3.1.3 Verwendung des Superlativs	26
3.3.1.4 Bildliche Darstellung von Emotionen	27
3.3.2 Verwendung von (kriegerischen) Metaphern	27
3.3.3 Heroisierung-Starkult	28
3.3.4 Ethnozentrismus	29
3.3.5 Sportberichterstattung als Infotainment	29
3.4 Sport, Medien und Politik	31
4. Das österreichische Nationalbewusstsein	34
4.1 Theoretische Überlegungen zu dem Begriff „Nation“	34
4.1.1 Staatsnation versus Kulturnation	35
4.1.2 Nation als “Imagined Community”	36
4.2 Nation und nationale Identität	39

4.3 Österreichische Nation und Identität	43
4.3.1 Die Erste Republik – ein Staat, den keiner wollte	43
4.3.2 Österreich im Deutschen Reich (1938 -1945)	46
4.3.3 Die Herausbildung des Nationalbewusstseins nach 1945	47
4.4 Österreichische Identität und Abgrenzung zu Deutschland	51
4.5 Sport und Nation	56
4.5.1 Sport und seine Bedeutung für die kollektive Identität	56
4.5.2 Fußball und Identifikation	60
4.6 Der Beitrag des Sports zum österreichischen Nationalbewusstsein	64
4.7 Die Deutsch-Österreichische Rivalität im (Fußball-) Sport	67

II Empirischer Teil

5. Forschungsinteresse und Forschungsfragen	69
6. Inhaltsanalyse	74
7. Untersuchungsdesign	76
7.1 Untersuchungsgegenstand	76
7.1.1 „Österreich“	76
7.1.2 „Der Standard“	76
7.1.3 Unterschiede zwischen Boulevard- und Qualitätszeitung	77
7.2 Untersuchungszeitraum	78
7.3 Untersuchungseinheiten	79
8. Codebuch-Darstellung der Kategorien	80
9. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	92
9.1 Darstellung und Interpretation formaler Ergebnisse	92
9.2 Darstellung und Interpretation der Ergebnisse hinsichtlich Forschungsfragen und Hypothesen	96
10. Zusammenfassung	114
11. Literaturverzeichnis	123
12. Abbildungsverzeichnis	137
13. Anhang	138

Vorwort und Danksagung

Sport war und ist ein ständiger und wichtiger Begleiter in meinem Leben. Mit der vorliegenden Diplomarbeit konnte ich dieses Interesse nun auf wissenschaftlicher Ebene weiter vertiefen. Im Juni 2008 fand in Österreich die Europameisterschaft statt und nach langer und auch vergeblicher Suche nach einem passenden Thema für meine Diplomarbeit, stand für mich eine Untersuchung hinsichtlich dieses Turniers fest. Bei der Auslosung der Gruppenphase bekam Österreich zudem seinen größten Rivalen Deutschland zugelost, das ohne Zweifel dem Ganzen zusätzliche Würze verlieh. Im Zuge einer umfassenden Recherche kam ich letztendlich zu dem hier vorliegenden Thema „Nationale Stereotypen in der Sportberichterstattung der Europameisterschaft 2008“, das sich vor allem mit der sportlichen Auseinandersetzung Österreich-Deutschland beschäftigt.

Ich möchte mich an dieser Stelle für das Gelingen dieser Diplomarbeit an mehrfacher Stelle bedanken, ohne deren Mithilfe ich höchstwahrscheinlich diese Arbeit nicht fertig gebracht hätte. Besonderer Dank gilt meinen Eltern Karin und Peter Stocker, die mich während meines Studiums immer wieder ermuntert haben weiter zu machen und an mich geglaubt haben, wenn das bei mir selbst schon nicht mehr der Fall zu sein schien. Ein weiterer Dank gilt meinen Großeltern, die mir nicht nur finanziell unter die Arme griffen, sondern mich ebenfalls auf meinem Weg so gut sie konnten unterstützten. Drittens möchte ich mich bei meinen Freunden bedanken, für die unzähligen Stunden und Tage, an denen sie mich von der Diplomarbeit fernhielten, an denen ich jedoch die Motivation und Leidenschaft wieder auftanken konnte, die ich schlussendlich für die Fertigstellung dieser Arbeit brauchte.

Schlussendlich gebührt ein Riesendank meiner Diplomarbeitsbetreuerin Dr. Michaela Griesbeck, die mir stets Rede und Antwort stand und ohne deren fachliches Wissen und wertvolle Ratschläge, ich diese Arbeit nicht beenden hätte können.

1. Einleitung

Die Fußballeuropameisterschaft 2008 findet zum ersten Mal in Österreich statt. Da der Gastgeber automatisch für das Turnier qualifiziert ist, bedeutet das für das österreichische Nationalteam, keine Qualifikation spielen zu müssen und erstmals überhaupt an einer Fußballeuropameisterschaft teilnehmen zu können. Mit den eher mäßigen bis schlechten Ergebnissen in den Testspielen war von einer Fußball euphorie lange Zeit jedoch keine Rede. Im Gegenteil verbreiteten sich doch im Internet Plattformen, die sich für einen Verzicht an der Teilnahme des österreichischen Teams bei der Europameisterschaft aussprachen.¹

Doch je näher das Großereignis Fußballeuropameisterschaft kam, desto mehr verspürte man eine gewisse Vorfriede, wie ich es auch von mir selbst behaupten kann, zum einen weil es ein sportliches Großereignis war, das im eigenen Land stattfand, und zum anderen die Partizipation des eigenen Teams an diesem Turnier versprach, das, wie bereits erwähnt, sein erstes Auftreten überhaupt in ihrer Fußballgeschichte bei einer Europameisterschaft hatte.

Die Auslosung der Gruppenegegner der österreichischen Mannschaft ergab zudem die Konstellation, dass Österreich gegen seinen größten Rivalen Deutschland sein letztes Gruppenspiel bestreiten musste. Dreißig Jahre nach „Cordoba“ war es also wieder soweit, das österreichische Team kann sich erneut mit seinem deutschen Nachbarn messen. Nationale Befindlichkeiten in der deutsch-österreichischen Beziehung, vor allem auf sportlicher Ebene, spielen seit jeher eine große Rolle. Dies wurde zum Anlass genommen, die Berichterstattung der Europameisterschaft genauer unter die Lupe zu nehmen. Im Mittelpunkt des Interesses stehen dabei gewisse Sprachmuster, die verstärkt um das Themengebiet der nationalen Identität und der Differenz kreisen. Ob in der Berichterstattung Gebrauch von solchen Sprachmustern gemacht wird, soll die vorliegende Arbeit klären.

¹ Vgl. „Die Presse“ vom 19.9.2007, Online im WWW unter URL:
<http://diepresse.com/home/sport/fussball/euro2008/331185/index.do> (Zugriff am 26.05.2009).

Die vorliegende Arbeit wurde in zwei Teilbereiche unterteilt, einem theoretischen und einem empirischen Teil. Der theoretische Teil diente mir dabei als Grundlage für die nachfolgende empirische Untersuchung.

Das Ziel der Arbeit ist es, herauszufinden, ob bestimmte Kriterien in der Sprache der Sportberichterstattung in unterschiedlichen Zeitungen, einer Qualitäts- und einer Boulevardzeitung, thematisiert werden. Mein persönliches Interesse im Bereich des Sports, die kommunikationswissenschaftliche Relevanz für diese Untersuchung, sowie eine umfangreiche Auseinandersetzung mit dem Forschungsstand, waren schließlich ausschlaggebend für die vorliegende Arbeit und ihrer zugrundeliegenden zentralen Forschungsfrage:

„Wird in der Sportberichterstattung von zwei unterschiedlichen österreichischen Printmedien zur Fußballeuropameisterschaft ein Sprachmodus gewählt, der nationale Stereotypen verwendet und in seiner Artikulation die Abgrenzung eines nationalen Österreichbewusstseins im Vergleich zu Deutschland hervorzuheben versucht?“

Die einzelnen Kapitel der vorliegenden Arbeit sollen nachfolgend kurz vorgestellt werden: Der erste Teil, **Kapitel 2**, der theoretischen Fundierung beschäftigt sich mit *Sport und Massenkommunikation*. Zunächst wird versucht, einen Überblick über die Bedeutung des Sports in der Gesellschaft und seinem engen Verhältnis zu den Massenmedien zu geben. Die Massenmedien skizzieren ein Bild des Sports, das mit der Wirklichkeit des Sports nur sehr wenig zu tun hat. Diese eigene Medienwirklichkeit des Sports ist das Resultat von mehrfachen Selektions- und Interpretationsvorgängen. Anhand, welcher Kriterien selektiert wird, wird in den Unterkapiteln zur Gatekeeper- und Nachrichtenwerttheorie näher beschrieben. Zusätzlich wird in diesem Kapitel ein Überblick über die Funktionen von Medien im Bereich des Sports gegeben. Die Gatekeeperforschung, Nachrichtenwerttheorie und die Funktionen von Massenmedien bilden die kommunikationswissenschaftliche Voraussetzung für die theoriegeleitete empirische Umsetzung im zweiten Teil dieser Arbeit.

In **Kapitel 3** *Sportberichterstattung* wird ein weiteres zentrales Thema der vorliegenden Arbeit behandelt. Zunächst wird ein Überblick über die Geschichte der Sportberichterstattung gegeben und das Berufsbild des Sportjournalisten erläutert, bevor

näher über das Wesen der Sprache der Sportberichterstattung eingegangen wird. Hierzu wird auf die Wichtigkeit der Verwendung von Emotionen und diversen sprachlichen Stilmitteln hingewiesen, die regelmäßig Platz in der Berichterstattung finden. Einer kurzen Darstellung des Sports in seiner Einbettung zwischen Unterhaltung und Information, kurz Infotainment, folgt abschließend zu diesem Kapitel, eine Beschreibung der Symbiose Sport, Medien und Politik.

Der Themenkomplex *Nationalbewusstsein in Österreich* umfasst den Hauptteil der vorliegenden Arbeit in **Kapitel 4** und ist zugleich der letzte Teil der theoretischen Vertiefung. Zunächst sollen hier einige theoretische Überlegungen zu dem Begriff der Nation vorgestellt werden. In einem weiteren Schritt wird auf Nation und nationale Identität näher eingegangen werden. Hierzu werden einige Überlegungen zu der Wichtigkeit von Repräsentationen wie Symbole und Riten oder aber der Verwendung von Mythen und Stereotypen für das kollektive Bewusstsein einer Gemeinschaft näher erläutert, bzw. inwieweit diese auch immer zu einer Abgrenzung zwischen dem „Eigenen“ und dem „Anderen“ beitragen. Ein nächster Teil dieses umfassenden Kapitels beschäftigt sich mit den notwendigen historischen Eckpfeilern bei der Entstehung eines österreichischen Nationalbewusstseins, das auch in der Abgrenzung zu Deutschland liegt. In einem weiteren Schritt wird ein Überblick über den Beitrag des Sports bei der Entstehung dieses Wir-Bewusstseins gegeben, denn Politik und Ökonomie schaffen zwar die Rahmenbedingungen, in denen ein solches Bewusstsein überhaupt entstehen kann, vermittelt wird dies aber meist auf einer anderen Ebene, wie es am Beispiel der sportlichen Rivalität zu Deutschland skizziert wird.

Der zweite Teil dieser Arbeit bildet die empirische Untersuchung meines zuvor theoretisch fundierten Themas. In **Kapitel 5** wird zunächst nochmals das *Forschungsinteresse* präzisiert, sowie die für das Forschungsinteresse zugrunde liegenden Forschungsfragen und Hypothesen vorgestellt.

Kapitel 6 beschreibt die methodische Vorgangsweise, die Inhaltsanalyse.

In **Kapitel 7** wird das *Untersuchungsdesign* der vorliegenden Arbeit dargestellt. Zunächst erfolgt eine kurze Darstellung des Untersuchungsgegenstandes, der die analysierten Zeitungen definiert und die Charakteristika von Boulevard- und Qualitätszeitung darstellt. Zusätzlich werden in diesem Kapitel der Untersuchungszeitraum und die Untersuchungseinheiten definiert.

Das *Codebuch* definiert in **Kapitel 8**, die, für die Untersuchung notwendigen, Kategorien. Der für die Analyse ausgearbeitete Codebogen ist im Anhang der vorliegenden Arbeit einzusehen.

Kapitel 9 beschäftigt sich mit der *Darstellung und Interpretation der Ergebnisse*. In einem ersten Schritt werden die formalen Ergebnisse der Arbeit präsentiert. Der zweite Teil der Ergebnispräsentation betrifft die eigentliche Untersuchung hinsichtlich der Forschungsfragen und Hypothesen. Die Ergebnisse werden anhand der überprüften Hypothesen dargestellt und bewertet.

Die Beantwortung der Forschungsfragen und die Diskussion der Ergebnisse erfolgt schließlich in **Kapitel 10 Zusammenfassung**. Dieses Kapitel bildet zudem den abschließenden Teil der vorliegenden Arbeit.

I. Theoretischer Teil

2. Sport und Massenkommunikation

Sport spielt in unserer Gesellschaft zweifelslos eine bedeutsame Rolle. Eine Tageszeitung ohne Sportteil ist daher heutzutage kaum noch vorstellbar. So wie die Vielfalt an Sportarten zunehmend wächst, so steigt auch der Anteil an Sportseiten in den Zeitungen.

In der heutigen Kommunikations- und Mediengesellschaft genießt vor allem der mediale Spitzensport eine größere Aufmerksamkeit. Etwas zugespitzt aber dazu passend formuliert, meint etwa Binnewies: „Ein sportliches Ereignis über das nicht berichtet wird, hat für die Öffentlichkeit gar nicht stattgefunden. Das Bild, das der Nichtathlet vom Sport hat, wird durch die Publizistik bestimmt.“²

Ein Charakteristikum des modernen Sports stellt, so Weiß, die passive Anteilnahme eines Massenpublikums dar. Der Sport wird so mittels der Massenmedien weit über den Kreis der unmittelbar Beteiligten hinaus zur Konsumware der Menschen und tritt an eine Öffentlichkeit, die immer größer wird.³ Internationale sportliche Großereignisse, wie Fußballweltmeisterschaften, Olympische Spiele etc., sind dafür beste Beispiele, ziehen sie doch Millionen von Menschen weltweit in ihren Bann. Die Bedeutung des Sports für viele gesellschaftliche Bereiche des Lebens liegt daher auf der Hand, denn wo Kommunikation in einer Gesellschaft stattfindet, ist die Kommunikation über Sport naheliegend, wie Digel/Burk bemerken, die von einer regelrechten Versportlichung der Gesellschaft sprechen, da sich der Sport auf vielfältige Weise einem Massenpublikum anbietet.⁴ Digel merkt zum Verhältnis Sport und Massenmedien an:

„Der Sport ist das, was er heute ist, in erster Linie durch die Massenkommunikation geworden; sie hat ihn gleichsam salon-, wirtschafts- und politikfähig gemacht. Er ist dadurch zu einem Massenphänomen geworden, und seine Organisationen sind zu

² Binnewies, Harald: Sportberichterstattung in den Tageszeitungen In: Digel, Helmut (Hrsg.): Sport und Berichterstattung, Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, 1983, S.121.

³ Vgl. Weiß, Otmar: Einführung in die Sportsoziologie. Wien: WUV-Univ.Verlag, 1999, S. 197.

⁴ Digel, Helmut/Burk, Verena: Sport und Medien. Entwicklungstendenzen und Probleme einer lukrativen Beziehung In: Roters, Gunnar/ Klingler, Walter/Gerhards, Maria (Hrsg.): Sport und Sportrezeption. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2001, S. 16.

einem politischen Machtfaktor im Spiel der gesellschaftlichen Interessengruppen aufgestiegen.“⁵

Der wirtschaftliche Aspekt ist dabei nicht schwer zu erkennen, denn durch die massenbannende Wirkung des Sports, ist es auch verständlich, dass er zu einer Sache des Geldes wurde. Die Ökonomisierung ist prägend für den Sport, der ebenso abhängig von der Wirtschaft ist, wie ihn die Unternehmen für Werbezwecke nutzen. Ebenso wie Sport eine Sache des Geldes wurde, so war er auch schon immer eine Angelegenheit der Politik.⁶ Der Sport ist vor allem von den Zuschüssen der Politik abhängig (ohne diese würde wahrscheinlich kein größeres Stadion gebaut werden können), andererseits nutzen wiederum Politiker die sportlichen Veranstaltungen um sich der Öffentlichkeit zu präsentieren. (Das Thema Sport und Politik wird aufgrund seiner Bedeutung im Kapitel 3.4 noch näher angesprochen).

2.1 Die Medienrealität des Sports

Die Massenmedien tragen bedeutend zum hohen gesellschaftlichen Stellenwert des Sports bei. Aber auch die Medien profitieren vom Sport, die durch die vermehrte Sportkonsumation der Rezipienten größere Reichweiten erzielen und ihren Marktanteil erhöhen. Dies bewirkt aber auch, dass die Massenmedien zusehends größeren Einfluss auf das Sportgeschehen selbst haben. Fußballspiele werden beispielsweise im TV zeitlich so angesetzt, dass sich die Sender die höchste Einschaltquote erwarten können (Beispiel: „Spiel am Sonntag“). Zudem kommt es zu einer einseitigen Orientierung an Massensportarten, die größeres Medieninteresse erwecken (wie etwa Fußball oder Skifahren) und dadurch wiederum auch höheren Status und wirtschaftlichen Wert genießen. Sportarten, die medial weniger wirksam sind, finden in der Berichterstattung hingegen kaum Erwähnung.⁷ Letztendlich unterliegen Printmedien oder das Fernsehen dem Diktat des Marktes. So ist es nicht verwunderlich, dass Massensportarten gegenüber Randsportarten den Vorrang gegeben wird. Der Sport, wie Weischenberg schon früh anmerkte,

⁵ Digel, 1983, S.22.

⁶ Vgl. Digel/Burk, 2001, S.17.

⁷ Vgl. Kohn, Cornelia: Sport und nationale Identität im Spiegel der Printmedien. Am Beispiel der Berichterstattung über die österreichische Fußballnationalmannschaft bei der Weltmeisterschaft 1978. Wien, Diplomarbeit, 2006, S.35f.

„mit seiner Vielfalt, mit seinen mehr als 18 Millionen Organisierten, mit Freizeitjoggern und Hobbykickern, mit Versehrten Sportlern, und Gymnastikgruppen an den Volkshochschulen, ist überwiegend nur mit einem minimalen Ausschnitt vertreten: dem Spektakulären aus der Sphäre des Zirkensischen, dem Perfekten, Aufregenden, das sich als Ware verpacken und medial absetzen lässt.“⁸

Klar ist, dass das Bild, das in den Medien vom Sport gezeichnet wird, mit der Wirklichkeit des Sports nur wenig zu tun hat. Denn indem die Journalisten aus der bestehenden Informationsvielfalt von Sport auswählen, gewichten und interpretieren, schaffen sie eine Realität, die mit der Darstellung und Beschreibung des Sports in der Gesellschaft nur sehr wenig zu tun hat, nämlich die Medienrealität.

So ist der Mediensport eindeutig auf den Hochleistungs- und Spitzensport zugespitzt, differenzierte Themenbereiche wie Sport und Gesundheit, Schulsport, Behindertensport etc. werden dabei kaum angesprochen. Zu dieser Thematik soll jedoch auch erwähnt werden, „dass die massenmediale Berichterstattung in ihrer Eigenart an sich, nicht ‘die Wirklichkeit‘ abbildet, sondern durch Selektion und Interpretation eine zweite Wirklichkeit, eben eine Medienrealität schafft.“⁹

Auf die Medienrealität des Sports umgelegt, meint Loosen treffend: „Die vermittelte Realität des Sports in den Medien ist damit kein verkleinertes Abbild einer vorfindbaren Wirklichkeit, sondern eine mediale Wirklichkeitskonstruktion auf der Basis eines symbiotischen Verhältnisses von Spitzensport und Journalismus.“¹⁰

Dabei sind es hauptsächlich die Faktoren Kommerzialisierung und Professionalisierung des Sports, in denen der Mediensport eingebettet ist, seine gesellschaftliche Bedeutung oder gar praktische Relevanz findet kaum Erwähnung. Wie Muckenhaupt am Beispiel der Formel 1 bemerkt:

„Formel 1 [...] ist Sport aus der Retorte ohne jede Anbindung an eine sportliche Kultur im Umfeld des Publikums. Mediensport wird hier reduziert auf einen Service

⁸ Weischenberg, Siegfried: Beruf und Rolle des Sportjournalisten, In: Digel, Helmut (Hrsg.): Sport und Berichterstattung. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, 1983, S. 128.

⁹ Weiß, Otmar: Sport und Gesellschaft. Eine sozialpsychologische Perspektive. Wien: Österreichischer Bundesverlag, 1990, S. 143.

¹⁰ Loosen, Wiebke: Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung. Wiesbaden: DUV, Dt.Univ.Verlag, 1998, S. 39.

für Schaulustige in einem Wettbewerb, der längst nicht mehr nach rein sportlichen Regeln veranstaltet wird.“¹¹

Vereinfacht ausgedrückt bedeutet das, dass der Mediensport bei der Thematisierung von Sportereignissen kommerziellen Interessen folgt und dabei die „Welten des Sports nicht einfach abbildet, sondern entscheidend zu deren Transformation, Spektakularisierung und Globalisierung beiträgt.“¹²

Die Mediensportrealität unterliegt einem zweifachen Selektionsvorgang. Zum einen wird über das Sportereignis selbst entschieden, ob es in der massenmedialen Berichterstattung eine Berücksichtigung findet, zum anderen kann die Größe und Komplexität der Sportwirklichkeit nicht als Ganzes in der Berichterstattung erfasst werden, sodass Journalisten ihrerseits wieder gezwungen sind eine Selektion vorzunehmen. So werden Ereignisse, wie Schulz bemerkt, erst dadurch zu Nachrichten, dass sie aus der Totalität und Komplexität des Geschehens ausgewählt werden.¹³ Aber die vom Kommunikator (Gatekeeper) vorgenommene Auswahl wichtiger Ereignisse und ihre Interpretation führen zu Reduktion, und diese wiederum beruht stets auf „Täuschung“ über die Realität des Sports. Oder wie Weiss im Positiven anfügt: „Die Reduktion von Wirklichkeit (im Sinne von Ereignishaftigkeit des Sports) ist die Grundvoraussetzung für die Transmission von Sport via Massenmedien.“¹⁴

Die Selektions- und Interpretationskriterien von Sportjournalisten sind jedoch meist dieselben, sodass zwar ein realitätsfernes aber letztendlich relativ konsonantes Medienbild entsteht, in der der Spitzensport überwiegt.¹⁵

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die Sportjournalisten aus der Fülle an Ereignissen nie die ganze Sportwirklichkeit abbilden können, sondern jede Berichterstattung ein

¹¹ Muckenhaupt, Manfred: Sportrealität und Mediensport. Schaffen die Massenmedien eine neue Wirklichkeit des Sports? In: Gruppe, Ommo (Hrsg.): Kulturgut oder Körpergut? : Sport und Sportwissenschaft im Wandel. Tübingen: Attempto-Verl., 1990, S. 118.

¹² Vgl. Schwier, Jürgen: Sport, Medien und Repräsentation- ein Wort vorweg. In: Schwier, Jürgen (Hrsg.): Mediensport. Ein einführendes Handbuch. Schorndorf, 2002, S. 3.

¹³ Vgl. Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg/München (2. Auflage 1991), 1976, S.8 zit. nach: Burkart Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder, Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 3., aktualisierte Auflage, Wien; Köln; Weimar: Böhlau, 1998, S. 271.

¹⁴ Weiss, 1990, S. 148.

¹⁵ Vgl. Stein, vom Artur: Massenmedien und Spitzensport. Theoretische Konkretisierung und ausgewählte empirische Analyse von Wirkungen der Mediensportrealität auf den Spitzensport in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt am Main; Bern; New York; Paris;: Lang, 1988, S. 130f.

Prozess von mehrfachen Selektions- und Interpretationsvorgängen ist. Entscheidend ist aber nicht nur die Selektion von Informationen, die zur verzerrten Darstellung der Mediensportrealität beiträgt, sondern auch die jeweilige Interpretation der Sportereignisse, wie Stein anmerkt:

„Bei Printmedien beschäftigte Kommunikatoren konstruieren die Mediensportrealität schon dadurch, dass die Sportereignisse, über die sie berichten, gewichten, und zwar durch Umfang, Platzierung, Überschriften und Photos.“¹⁶

Nach welchen Kriterien die Medienrealität von den Sportkommunikatoren selektiert und interpretiert wird, wird in der Gatekeeper- und Nachrichtenfaktor-Forschung näher erklärt.

2.2 Gatekeeper Forschung

Die „Gatekeeper-Forschung“ untersucht den Einfluss des Journalisten als Entscheidungsträger im Prozess der Nachrichtenauswahl. Der Journalist fungiert dabei als sogenannter Schleusenwärter. Diese sogenannten Schleusenwärter entscheiden, welche Ereignisse veröffentlicht werden und welche nicht. Untersucht wird, welchen Einfluss Journalisten im Entscheidungsprozess der Nachrichtenveröffentlichung haben. Nachrichten werden demnach nach persönlichen Interessen oder den vermuteten Lesewünschen des Publikums veröffentlicht. In diesem Prozess der Nachrichtenauswahl muss jedoch bedacht werden, dass neben individuellen Prädispositionen des Journalisten, auch institutionelle Faktoren mitbestimmend sind.¹⁷ So ist der Journalist auch nur ein Glied in der Kette der Medienorganisation und unterliegt als solcher der jeweiligen hierarchischen Ordnung des Systems.

Durch dieses „Gatekeeping“ trägt der Journalist, oder besser gesagt der Kommunikator des Massenmediums zu einer Formung des Gesellschafts- bzw. Weltbildes der Rezipienten mit bei.¹⁸ Winfried Schulz charakterisierte die Ergebnisse der „Gatekeeper-Forschung“ folgendermaßen: Die Nachrichtenselektion ist abhängig von subjektiven Einstellungen des Journalisten, die wiederum bestimmt wird durch bereits vorliegende medieninterne Anforderungen, zum Beispiel Zeitdruck und Platzmangel oder aber auch durch bereits

¹⁶ Stein, 1988, S. 56.

¹⁷ Vgl. Burkart, 1998, S. 273.

¹⁸ Vgl. : Kunczik Michael, Zipfel Astrid: Publizistik: ein Studienhandbuch; Köln; Weimar; Wien: Böhlau, 2001, S. 242.

vorgeformte Berichterstattung von Agenturen, Orientierung am Kollegen oder Vorgesetzten, während die Vorstellungen des Publikums dem Journalisten oft nicht klar sind. Wichtiges Selektionskriterium ist auch die redaktionelle Linie.¹⁹ Da für die vorliegende Arbeit eine Untersuchung von zwei verschiedenen Zeitungen, einer Qualitäts- und einer Boulevardzeitung, durchgeführt wird, kann angenommen werden, dass der eigene journalistische Anspruch der jeweiligen Zeitung auch unterschiedlich stark ausgeprägt ist.

Auch die Berichterstattung über Sportereignisse ist dabei zusehends der Selektion, Darstellung und Vermittlung der Journalisten ausgesetzt, wobei dies meist nach bestimmten Interessen passiert und wiederum von Zeitung zu Zeitung unterschiedlich sein kann. Unter Interessen werden die Vorlieben der Journalisten für bestimmte Sportarten, aber auch die Gewichtung von Sportarten innerhalb einer Zeitung verstanden. Dazu soll erwähnt werden, dass nicht nur ausgewählt wird, was man für den Leser als wichtig erachtet, sondern man bereitet das Ausgewählte auch noch auf, gestaltet und interpretiert es. Sportereignisse sind daher inszenierte Wirklichkeit, da nur ein ganz bestimmtes subjektives Bild der Sportwirklichkeit gezeigt wird.²⁰

Die Neigung von Journalisten zur besonders emotionalen Berichterstattung, bzw. der etwaigen Verwendung von nationalen Stereotypen oder chauvinistischen Aspekten in der Berichterstattung, liegt aber vor allem auch darin, so Digel, dass Sportkommunikatoren über wenig Entscheidungsfreiheit verfügen, da sie verschiedensten Sachzwängen unterliegen.²¹ Weischenberg meint dazu, dass die Ursache für derartige Inhalte der Berichterstattung weniger in direkten nationalen Vorurteilen gegenüber anderen Ländern liegt, als vielmehr in den Struktur- und Funktionsmerkmalen der Medien. Die auf Profit ausgerichteten Massenmedien, deren Journalisten nicht völlig frei über ihre Aussagen disponieren können, sind demnach am stärksten daran interessiert, die Gefühlslage der Rezipienten zu treffen.²²

Auf die vorliegende Arbeit bezogen, könnte man nun argumentieren, dass die Qualitätszeitung „Der Standard“, die ihrem journalistischen Anspruch nach eher weniger auf ein breites Publikum zielt, in der Berichterstattung auch keine Rücksicht auf

¹⁹ Vgl. Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. 2., Auflage, Freiburg/München, 1990, S. 11f. zit nach: Kunczik/Zipfel, 2001, S. 245.

²⁰ Vgl. Faulstich, Werner: Stars: Idole, Werbeträger, Helden. Sozialer Wandel durch Medien. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Funkkolleg-Medien und Kommunikation. Konstruktion von Wirklichkeit. Studienbrief 7. Weinheim/Basel: Beltz Verlag, 1991, S. 63.

²¹ Vgl. Digel, 1983, S.15 ff.

²² Vgl. Weischenberg, 1976, S.194.

nationalistische und chauvinistische Inhalte nimmt. Die Boulevardzeitung „Österreich“, die sich zweifelslos an ein großes Publikum richtet, wird in der Berichterstattung vergleichsweise andere journalistische Verarbeitungsmechanismen anwenden, die vor allem emotional ansprechen und sich dementsprechend verkaufen sollen.

2.3 Die Nachrichtenwert-Theorie:

Wie bereits erwähnt, stellt massenmediale Berichterstattung niemals ein absolutes Abbild der Wirklichkeit her. Aus der Totalität und Komplexität des alltäglichen Geschehens wählt der Journalist aus der Fülle an Ereignissen jene, die als „berichtenswert“ gelten. Die Nachrichtenwert-Theorie richtet sich im Gegensatz der Gatekeeper-Forschung auf die Medieninhalte, die für die Selektionsentscheidungen des Journalisten verantwortlich sind. Der Journalist orientiert sich bei seinen Selektionsentscheidungen an bestimmten Ereignismerkmalen, den „Nachrichtenfaktoren“, die wiederum darüber entscheiden, ob ein Ereignis publikationswürdig ist oder nicht, bestimmen also seinen Nachrichtenwert. Der Rezipient hat nur zu einem kleinen Teil der „aus Ereignissen“ gemachten Nachrichten Zugang. Im Mittelpunkt jeder medialen Berichterstattung stehen, wie schon an anderer Stelle angemerkt, Selektion und Interpretation der Ereignisse.

Die erste kursorische Darstellung der „Nachrichtenwert-Theorie“ reicht zurück zu Walter Lippmanns „public opinion“ (1922). Hier greift er erstmals den Begriff „news value“ auf. Ihn interessierten die Kriterien, wonach Journalisten Ereignisse als publikationswürdig ausselektieren. Der Nachrichtenwert, so Lippmann, kann also als das verstanden werden, was Journalisten annehmen, es könnte das Publikum interessieren bzw. seine Aufmerksamkeit wecken.²³

In Europa entwickelte sich eine Forschungsrichtung zur Nachrichtenwert-Theorie Mitte der 60er Jahre, die zunächst von Einar Östgard begründet wurde. Im Rahmen seines Forschungsinteresses, Verzerrungen im internationalen Nachrichtenfluss erklären zu können, kam er zu dem Ergebnis, dass bestimmte Faktoren vorherrschen, die Nachrichten erst schmackhaft und berichtenswert machen. Östgard nannte drei Faktoren, die ein Ereignis berichtenswert und für Journalisten wertvoll machen.²⁴

²³ Lippman, Walter: Public Opinion. New York, 1922, S. 348, zit. nach: Kunczik/Zipfel, 2001, S. 247.

²⁴ Vgl. Burkart, 1998, S. 275f.

Einfachheit: Einfache Sachverhalte werden Komplexeren vorgezogen, bzw. komplexere werden von Journalisten vereinfacht.

Identifikation: Die Aufmerksamkeit der Rezipienten soll durch bekannte Themen oder Ereignisse die eine räumliche, zeitliche und kulturelle Nähe zum Publikum aufweisen, gewonnen werden. (Weiters: prominente Akteure zu Wort kommen lassen, Personalisierung von Nachrichten)

Sensationalismus: Dramatische, emotional erregende Sachverhalte (Unglücksfälle, Verbrechen, Kuriositäten, Konflikte, Krisen, Klatsch...) stehen im Vordergrund der Berichterstattung.

Der Ansatz von Einar Östgard wurde später durch Johan Galtung und Marie Ruge (1965) weiter ausdifferenziert. Sie erstellten eine Liste mit zwölf Ereignismerkmalen bzw. Auswahlkriterien, den so genannten „Nachrichtenfaktoren“.²⁵

Diese sollen hier kurz vorgestellt werden:

Frequenz, Schwellenfaktor (gewisse Aufmerksamkeitsschwelle muss überwunden werden), *Eindeutigkeit, Bedeutsamkeit, Konsonanz* (den Erwartungen des Publikums entsprechend), *Überraschung, Kontinuität, Variation, Bezug zu Elite-Nationen, Bezug zu Elite-Personen, Personalisierung und Negativismus.*

Teile davon finden sich in der elaborierten Version von Schulz wieder. Nachrichtenfaktoren, so Schulz, sind nicht mehr in erster Linie Merkmale der Ereignisse selbst, sondern er versteht sie als „journalistische Hypothesen“ über die Realität.²⁶ Hier geht er davon aus, dass der Nachrichtenwert einer Meldung umso größer ist, je mehr diese dem entspricht, was Journalisten für wichtige und berichtenswerte Eigenschaften der Realität halten.

Schulz definiert schließlich 18 Nachrichtenfaktoren, die er wiederum sechs Dimensionen unterordnet und von Burkart folgendermaßen vorgestellt werden:²⁷

Zeit: Nachrichtenfaktoren *Dauer* (punktuelle Ereignisse haben einen höheren Nachrichtenwert als Langzeitereignisse) und *Thematisierung* (ein etabliertes Thema wird vorgezogen).

²⁵ Vgl. Kunczik/Zipfel, 2001, S. 248.

²⁶ Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg/München, 1976, S. 30; zit.nach: Burkart, 1998, S.276.

²⁷ Vgl. Burkart, 1998, S. 277ff.

Nähe: Nachrichtenfaktoren *räumliche Nähe* (geographische Entfernung zwischen Ereignis und Redaktionssitz), *politische Nähe* (bündnis- und wirtschaftspolitische Beziehungen) *kulturelle Nähe* (sprachliche, religiöse, literarische, wissenschaftliche Beziehungen) und *Relevanz* (d.h. Betroffenheit und existentielle Bedeutung eines Ereignisses).

Status: Nachrichtenfaktoren *regionale Zentralität* (politisch-ökonomische Bedeutung bei nationalen Ereignissen), *nationale Zentralität* (wirtschaftliche, wissenschaftliche, militärische Bedeutung bei internationalen Ereignissen), *persönlicher Einfluss* (politische Macht der beteiligten Personen) und „Prominenz“ (Bekanntheitsgrad von Personen, bei unpolitischen Meldungen).

Dynamik: Nachrichtenfaktoren *Überraschung* und *Struktur* (im Sinne von Komplexität bzw. Eindeutigkeit).

Valenz: Nachrichtenfaktoren *Konflikt* (Grad der Aggressivität politische Ereignisse), *Kriminalität* (Rechtswidrigkeit von Handlungen), *Schaden* (Personen-, Sach- und finanzieller Schaden) und *Erfolg* (Fortschritt auf politischem, wirtschaftlichem oder kulturellem Gebiet).

Identifikation: Nachrichtenfaktoren *Personalisierung* (persönlicher Bezug zum Ereignis) und *Ethnozentrismus* (ob und inwieweit das Ereignis die Bevölkerung des Landes betrifft, in der das Medium erscheint).

Für den Bereich des Sport sind, so Hackforth, vordergründig die Nachrichtenfaktoren Leistung, Erfolg, Nationalismus, Identifikation Prominenz und Konflikt zu nennen.²⁸ Peter Becker hat 1983 diese Nachrichtenfaktoren um die Faktoren Personalisierung, Human Interest und Krisen ergänzt.²⁹ Sie stellen, so Becker, zentrale Steuerungselemente für die Aufnahme von Ereignissen im Sport dar, sodass der Mediensport letztendlich eine perspektivistisch rekonstruierte Sportwelt ist.³⁰

Etliche empirische Untersuchungen zur Nachrichtenwert-Theorie attestieren ihr eine hohe Erklärungskraft und bestätigen, dass die Nachrichtenfaktoren die Selektionsentscheidungen der Journalisten beeinflussen.

Die Nachrichtenfaktoren sollten aber nicht als selbstverständliche Merkmale begriffen werden, die den Ereignissen von „Natur aus“ anhaften. In dieser „kausalen“

²⁸ Hackforth, Josef (Hrsg.): Sportmedien und Mediensport. Wirkungen-Nutzung-Inhalte der Sportberichterstattung; Berlin: Vistas, 1987, S.28.

²⁹ Becker, Peter: Sport in den Massenmedien. In: Sportwissenschaft, 13. Jahrg., Heft1/1983a, S.34.

³⁰ Ebenda, 1983a, S.34.

Betrachtungsweise werden die Nachrichtenfaktoren von Ereignissen ja als Ursachen und die Auswahl der Journalisten als Wirkung betrachtet.³¹

In dieser Betrachtung wird auch der Umstand vergessen, dass Journalisten bestimmte Intentionen mit ihrer Berichterstattung verfolgen. Darüber hinaus kann es vorkommen, dass auch eine gewisse externe Erwartungshaltung vorherrscht, sei es von Rezipienten oder der Wirtschaft/Politik, die in einem gewissen Maße zu einer Beeinflussung beitragen. Nachrichten werden demnach ein Mittel zum Zweck, zu „Instrumenten“, die der Journalist bewusst einsetzt, um gewisse Ziele zu erreichen. Denn Journalisten können Themen, hier seien vor allem auch politische (indem beispielsweise an ein Wir-Bewusstsein appelliert wird) genannt, durch ihre Berichterstattung in eine bestimmte Richtung lenken, ob bewusst oder unbewusst sei dahingestellt, um die größtmögliche Aufmerksamkeit des Rezipienten zu gewinnen. So kann es vorkommen, dass dieselben Themen unterschiedlich von verschiedenen Zeitungen bearbeitet und vermittelt werden. Für den Bereich der vorliegenden Arbeit kann gesagt werden, dass die Zeitung „Österreich“ andere journalistische Verarbeitungsprozesse von Themen anwenden wird, als der „Standard“.

2.4 Funktionen der Massenmedien

Wie es bei den bereits angesprochen kommunikationswissenschaftlichen Aspekten, der Gatekeeper- und der Nachrichtenwertforschung, schon angesprochen wurde, sind die Aussagen der Massenmedien nicht das Produkt „publizistischer Persönlichkeiten“, unbeeinflusst von äußeren Zwängen, wie auch Weischenberg anmerkt, sondern sind durch verschiedene gesellschaftliche Faktoren mitbestimmt.³² Die Strukturen, also den vielfältigen inner- oder außerredaktionellen Beziehungen und den Funktionen von Gruppen, die bei der Aussagenentstehung mitwirken, stehen im Zentrum der Kommunikatorforschung. Unter Funktionen, so Weischenberg, werden den Medien bestimmte Leistungen attestiert, die Kommunikatoren für das jeweilige Gesellschaftssystem erfüllen.³³

Da diese Arbeit sich mit der Sportberichterstattung befasst, werden die jeweiligen Funktionen dementsprechend beurteilt, wie sie dem Bereich des Sports entsprechen.

³¹ Vgl. Burkart, 1998, S. 280.

³² Vgl. Hackforth, Josef/ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Sport und Massenmedien. Bad Homburg: Limpert Verlag, 1978, S.171.

³³ Vgl. Hackforth/Weischenberg, 1978, S. 171.

Sport in den Medien kann für den Rezipienten unterschiedliche Funktionen erfüllen. So sieht etwa Loosen die „Primärfunktion des Journalismus darin, aktuelle Themen zu sammeln, auszuwählen, zu bearbeiten und diese dann der Gesellschaft als Medienangebote zur Verfügung stellen.“³⁴ Aktualität als Selektionskriterium kann hier auch so verstanden werden, dass Neuigkeiten eingebettet sind in einen Themenbereich, der dauerhaft präsent ist, denn es gibt auch Themenbereiche „in denen routinemäßig Neues anfällt und die infolgedessen einen festen Platz in der Berichterstattung gewinnen.“³⁵ Gerade von diesem Thematisierungseffekt und dieser Kontinuität profitiert die Sportberichterstattung.

Wie aber kommen nun die Themen in die Berichterstattung? Die Sportberichterstattung wird, wie eingangs erwähnt, als ein ausdifferenzierter Bereich des Journalismus verstanden, der in einer wechselseitigen Beziehung zu anderen Systemen steht. Dementsprechend entstehen Medianaussagen unter dem Einfluss verschiedener Faktoren (unabhängig ob diese systemintern oder –extern sind), die Journalisten sind ihrerseits gewissen Zwängen und Richtlinien unterworfen³⁶ (vgl. dazu auch Kapitel 2.2). Die Aufbereitung der Themen für die Öffentlichkeit wird so gewählt, dass die systemeigenen Anforderungen eingehalten werden, denn nur so ist das System reproduzierbar (so hat zum Beispiel der „Standard“ unterschiedliche systemeigene Auffassungen als die Zeitung „Österreich“).

Welche Funktionen verfolgt nun der Sport in den Medien für die Rezipienten? Die wesentlichen Funktionen der Sportberichterstattung, die im Folgenden näher skizziert werden, fasst Gleich in vier Punkten folgendermaßen zusammen:³⁷

2.4.1 Sport als Information oder Unterhaltung

Die zwei wesentlichen Funktionen des Mediensports sind Information und Unterhaltung. Dabei ist es nur ein kleiner Teil der Rezipienten, bei denen der Sport eine Informationsfunktion erfüllt. Diese stellen die eigenen sportlichen Aktivitäten und Leistungen in einen referentiellen Rahmen. Technik, Regeln des Spiels, Taktik und Strategie der Spieler stehen im Mittelpunkt. Der weitaus größere Teil rezipiert Sport

³⁴ Loosen, Wiebke: „Das wird alles von den Medien hochsterilisiert“. Themenkarrieren und Konjunkturkurven der Sportberichterstattung. In: Roters/Klingler/Gerhards (Hrsg.), 2001, S.134.

³⁵ Luhmann Niklas: Soziologische Aufklärung 5. Konstruktivistische Perspektiven, Opladen, 1990, S. 177 zit. nach: Loosen, 2001, S.134.

³⁶ Vgl. Loosen, 2001, S. 135.

³⁷ Vgl. Gleich, Uli: Sportberichterstattung in den Medien: Merkmale und Funktionen. Ein Forschungsüberblick. In: Roters/Klingler/Gerhards (Hrsg.), 2001, S. 176ff.

aufgrund seiner Unterhaltungs- und Anregungsfunktion, wobei die Dramatik und Spannung über den Ausgang des Wettkampfs, sowie die Freude am Sieg der eigenen Mannschaft eine entscheidende Rolle beim Sportkonsum spielt. Printmedien greifen hierzu vermehrt auf die Darstellung von Emotionen auf Fotos, starken Head-Lines und Hintergrundberichte zurück.

Diese Funktion kann auch als Gratifikationsfunktion betrachtet werden. So ist das Bedürfnis nach Unterhaltung im Sport auch ein Bedürfnis nach Zerstreung, Ablenkung und Erholung, dem wiederum die Massenmedien entgegenkommen.³⁸ Und nach Hüther erfüllt die „mediale Sportberichterstattung sicher auch so etwas wie sozialtherapeutische und eskapistische Funktionen, indem sie zur Befriedigung menschlicher Bedürfnisse nach Unterhaltung, Spannung und Ablenkung von Alltagsmonotonie und –frustrationen beiträgt.“³⁹

2.4.2 Sport als sozialer Ersatz

Diese Funktion kann auch als die Funktion der sozialen Orientierung verstanden werden. Die Massenmedien versorgen uns tagtäglich mit einer Fülle an Details, die uns das Zurechtfinden in einer immer unüberschaubaren Umwelt erst ermöglichen.⁴⁰ Die Personalisierung ist wichtiger Faktor der Sportberichterstattung. Die Sportler werden als Helden dargestellt, an deren Tun und Handeln sich die Rezipienten orientieren können. Besonders für jüngere Generationen werden die Sportler auch abseits der Wettkampfstätten, durch Vermarktung, Publikumsnähe oder ihrer Darstellung als Privatpersonen unter unterschiedlichen Aspekten ihrer Person erfahrbar und dadurch zu einer wesentlichen Orientierungsstütze in der Gesellschaft. Der Mediensport erfüllt dabei, so Gleich, eine soziale Funktion, indem er Identifikation mit Sportlern und emotionale Bindungen („parasoziale Beziehungen“) zu ihnen ermöglicht.

³⁸ Vgl. Burkart, 1998, S. 376.

³⁹ Hüther, J.: Medien und Sport: Geschäft der Gegenseitigkeit. In: Medien und Erziehung 2/92, S. 63ff zit. nach Peter, Norbert: Militarismus und Nationalismus in der Fußballberichterstattung. Inhaltsanalyse österreichischer Tageszeitungen zur Fußball-WM 1990, Wien, Diplomarbeit, 1993, S.43.

⁴⁰ Vgl. Burkart, 1998, S.375.

2.4.3 Sport als Anregung und Selbstbestätigung

Die Rezipienten entwickeln, wie schon im vorigen Punkt erwähnt, affektive Beziehungen zu den Sportlern oder der jeweiligen Mannschaft, vor allem wenn sich diese durch positive Ergebnisse hervortun. Je spannungsgeladener eine sportliche Auseinandersetzung ist und das Ergebnis dementsprechend den Erwartungshaltungen und Hoffnungen des Rezipienten/Zuschauers entspricht, wie der Sieg der eigenen Mannschaft/des eigenen Sportlers, desto mehr werden damit positive Emotionen (wie Spaß, Zufriedenheit) vermittelt. Dies wirkt sich wiederum positiv, im Falle des Sieges der eigenen Mannschaft, auf das eigene Selbstbewusstsein und das Vertrauen in die eigenen physischen, mentalen und sozialen Fähigkeiten aus.

2.4.4 Sport als soziales Ereignis mit Symbolcharakter

Sportliche Großveranstaltungen, wie Weltmeisterschaften oder Olympiaden etc., haben einen hohen rituellen Charakter und symbolischen Wert. Sie bieten eine gute Gelegenheit, das Medienspektakel in einer Gruppe zu verfolgen, man lädt Freunde oder Bekannte zum Fernsehen ein, oder diskutiert darüber mit den Arbeitskollegen am Arbeitsplatz. Im Gegensatz zu „alltäglichen“ Sportereignissen nehmen auch Nicht-Sportinteressierte an solchen Großereignissen teil, besonders da durch kollektives Erleben und einem „gemeinsamen“ Gesprächsthema ein Gefühl der Zusammen- und Zugehörigkeit vermittelt wird. Dies wird umso mehr durch gewisse Symboliken (Flaggen, Nationalhymnen etc.) verstärkt, die für die Zuseher/Rezipienten nationale Werte wie Patriotismus und Nationalstolz symbolisieren.

Internationale Sportereignisse haben daher nicht zu Unrecht eine Stabilisierungs- und Identifikationsfunktion, versichern sie doch jene Werte, Normen und Traditionen, die in modernen Gesellschaften aufgrund zunehmender Individualisierung und Diversifizierung nicht mehr möglich sind. Die Medien vermitteln dabei das Gefühl, dass jeder Einzelne mitmachen kann und Teil des Kollektivs ist, und sorgen dafür, so Maletzke, „dass der Mensch über seinen eigenen Erfahrungshorizont [...] hinaus die Gesellschaft als Ganzes

sieht und sich ihr zugehörig fühlt, sich mit ihr identifiziert.“⁴¹ Man kann in diesem Sinne von einer Integrationsfunktion der Medien sprechen.

2.4.5 Politische Funktion

Zu den vier genannten Punkten soll noch die politische Funktion des Spitzensports erwähnt werden, deren Realisation die Mediensportberichterstattung bewirkt. Hier handelt es sich konkret um drei Funktionen⁴²:

1. Ablenkungsfunktion: Sportserfolge lenken von inneren Schwierigkeiten ab, und sorgen dafür, dass Alltagssorgen vergessen werden (Eskapismus).

2. Identifikationsfunktion: Sportserfolge fördern die Bereitschaft, sich mit dem eigenen gesellschaftlichen System zu identifizieren. Besonders bei internationalen Sportauseinandersetzungen realisieren sich entsprechende Identifikationsmechanismen, von denen wiederum der Staat profitiert und deren gesamtgesellschaftliche Bedeutung der Politologe Sigmar Fischer folgendermaßen skizziert:

„Diese Funktion scheint er (der Sport) am effizientesten auszuüben, wenn sportliches Handeln die Bezugsgruppe Nation repräsentiert; im internationalen Sportwettbewerb kann die Wir-Gemeinschaft der Zuschauer über die Dialektik von Repräsentation und Identifikation der Erfolge `ihres´ Sportlers, `ihrer´ Mannschaft auf das politische Wertesystem der eigenen nationalen Gesellschaft übertragen: das abstrakte, von der Alltagserfahrung losgelöste Nationalbewusstsein wird durch das agonale, d.h. wettkampfmäßige Prinzip des Sports sinnlich-konkret fassbar und kann seine sozial-integrative Funktion voll entfalten.“⁴³

3. Integrationsfunktion (vgl. dazu Kapitel 2.4.4): Sportserfolge bewirken, dass Bürger zu einer kollektiven Gruppe zusammenwachsen. Stein meint dazu, dass die Sportberichterstattung die Funktion erfüllt, Konformitäts- und Integrationsbedürfnisse von Rezipienten mittels Informationen gleichsam aufzuwerten und zu entlasten. Aufwerten in dem Sinne, dass Medien die Informationen bereitstellen, und Entlasten, indem eben diese

⁴¹ Maletzke, Gerhard: Bausteine zur Kommunikationswissenschaft. 1949-1984. Berlin: Volker Spiess, S.139 zit.nach: Burkart, 1998, S.377.

⁴² Vgl. Stein, 1988, S. 210.

⁴³ Fischer, Sigmar: Sport und internationale Politik. In: Wichard Woyke (Hrsg.): Handwörterbuch internationale Politik. Zweite aktualisierte und erweiterte Auflage. Opladen, 1980, S.328; zit nach: Stein, 1988, S. 167.

Informationen rezipiert werden und diese dann als Gesprächsstoff sozial-integrative Qualität erlangen.⁴⁴

In diesem Kapitel wurde der kommunikationswissenschaftliche Aspekt der vorliegenden Arbeit angesprochen. Neben verschiedenen Selektions- und Interpretationskriterien ist der Sportjournalismus stets Teil des übergeordneten Systems Journalismus, das mit anderen Systemen interagiert und gewisse gesamtgesellschaftliche Funktionen zu erbringen hat. Im nächsten Kapitel beschäftige ich mich ausführlicher mit dem Teilgebiet Sportberichterstattung und die für die vorliegende Arbeit zugrunde liegenden Besonderheiten in der Sprache.

⁴⁴ Vgl. Stein, 1988, S.169.

3. Die Sportberichterstattung

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist eine Untersuchung der Sprache der Sportberichterstattung. Da diese stets Gegenstand kritischer Beurteilungen ist, die die Eigenheiten der Sprache an sich betreffen, soll in diesem Kapitel zur Verdeutlichung des Themas, das Wesen der Sportberichterstattung näher angesprochen werden.

3.1 Geschichte der Sportberichterstattung

Die Sportberichterstattung der Tageszeitung hat ihren Ursprung in England, wo bereits um 1829 (Times) ein regelmäßiger Sportteil erschien. In Deutschland erschien der Sportbericht in Tageszeitungen zum ersten Mal 1885. Davor waren es hauptsächlich Mitteilungen über Sportarten der „upper-class“, die nur für bestimmte Leserschichten gedruckt wurden, wie beispielsweise Segeln, Pferdesport oder Tennis.

Aber mit der Internationalisierung des Sports und der immer größer werdenden Bedeutungszunahme von Massensportarten (vor allem Fußball) fanden Sportnachrichten immer umfangreichere Berichterstattung in den Tageszeitungen. Das wiederum führte dazu, dass immer mehr Tageszeitungen den Sport in die Berichterstattung aufnahmen bzw. aufnehmen mussten. Durch das Aufkommen neuer Kommunikationsmittel wie Rundfunk und Fernsehen musste sich der Sportbereich in Tageszeitungen neu gestalten, der vor allem mit Kommentaren und Illustrierungen aufgefrischt wurde.⁴⁵

Der Sport löste sich von der als Gesellschaftsspiel betriebenen Oberschicht zu einer breiten Gesellschaftsschicht. Die Tageszeitungen wiederum, die sich in einem stetig wachsenden Abhängigkeitsverhältnis zum Sport fanden, griffen die enorme Wirkung des Sports auf und verschafften ihm, durch die bewusste Hervorhebung des unterhaltenden Elements, seinen Durchbruch in der Gesellschaft. Dass sich die Sportberichterstattung schließlich eigenständig etablierte, liegt, so Weischenberg, in der Entwicklung der Presse zur Massenpresse, die „nach verkaufsfördernden, publikumswirksamen Themen suchte“. ⁴⁶ Nicht mehr die Sportarten der oberen Klasse waren Mittelpunkt der Berichterstattung, sondern der Massensport, wie etwa Fußball, Boxen oder Tennis. Der Sport fand immer

⁴⁵ Vgl. Weischenberg, 1976, S. 148.

⁴⁶ Weischenberg, 1976, S.130.

mehr Anhänger, und alleine deshalb kam die Massenpresse, um geschäftlich erfolgreich zu sein, nicht an einer Sportberichterstattung vorbei.⁴⁷ In der Nachkriegszeit spielte die Sportberichterstattung eine entscheidende Rolle, vor allem da die kriegsgebeutelte Bevölkerung nach Abwechslung und Zerstreuung vom Alltag trachtete. Mit dem Aufkommen neuer Kommunikationsmittel, wie Radio oder Fernsehen, musste sich auch die Tageszeitung in ihrer Berichterstattung neu orientieren. Dass sich die Sportberichterstattung der Presse jedoch ändern musste, prophezeite Günter Wölbart schon 1959: „Die Struktur der Zeitung wird sich...durch das Fernsehen ändern müssen.“⁴⁸ Die Zeitung konnte natürlich nicht mit dem Fernsehen konkurrieren, das schneller und aktueller berichten konnte, und musste daher als Komplementärmedium neue Wege der Berichterstattung finden, denn so Wölbart: „der Leser wolle nun nicht mehr nacherzählt bekommen, was er bereits im Fernsehen gesehen habe, sondern seine Urteilskraft an der des Journalisten bilden.“⁴⁹

Andere wie Hohenberg, wie Weischenberg anmerkt, verlangten von der Presse bessere journalistische Stilmittel wie Fachkommentare, Hintergrundberichte und dergleichen. Denn viele Berichte wären allein um eine illustrierende Darstellung bemüht, die nichts anderes als den dramaturgischen Ablauf schildern, wobei wesentliche sachliche Inhalte nahezu verdrängt werden.⁵⁰

3.2 Der Sportjournalist – ein Berufsbild

Innerhalb der Redaktion nehmen Sportjournalisten, so Weischenberg, eine Außenseiterstellung ein, was hauptsächlich auf die schlechte Bildungs- und Ausbildungssituation zurückzuführen ist.⁵¹ Viele Sportkommunikatoren kommen ursprünglich aus dem Sportbereich, betreiben selbst aktiv Sport und verfügen so über die notwendige sportliche Fachkompetenz. Es entsteht, so Weischenberg, der Gegensatz zwischen dem, was Sportkommunikatoren aus ihrem sportlichen Verständnis heraus vermitteln wollen (Werte des Sports, Sport als Charakter und Gesundheitsbildung etc.) und

⁴⁷ Vgl. Weischenberg, 1976, S.119.

⁴⁸ Wölbart, Günter: Berichterstattung im Zeitalter des Fernsehens in: Presse und Sport 1959, Jahrbuch des Verbandes Deutsche Sportpresse, Frankfurt 1958, S. 23 zit. nach: Weischenberg, 1976, S. 185.

⁴⁹ Wölbart, 1958, S.24 zit. nach: Weischenberg, 1976, S.185.

⁵⁰ Vgl. Weischenberg, 1976, S. 186.

⁵¹ Vgl. Weischenberg, 1976, S.176.

der Realität der Sportkommunikation, die hauptsächlich unterhalten soll. Worin letztlich auch die Dominanz der sportlichen Fachkompetenz zur journalistischen Kompetenz liegt.⁵²

Wenn nun von Außenseiterstellung innerhalb der Redaktion gesprochen wird, kann das somit auch u.a. auf sprachlichen Ausdruck zurückgeführt werden. Weischenberg Urteil von den Außenseitern der Redaktion ist heutzutage aber nur bedingt haltbar. Das liegt hauptsächlich auch am Stellenwert, den der mediale Sport einnimmt. Der Sport ist zu einer Unterhaltungsindustrie geworden, mit zunehmenden ökonomischen, politischen und gesellschaftlichen Einflüssen, die vom Sportjournalisten vom ehemals reinen Informator eher die Aufgabe als Entertainer sieht.⁵³ Die Printmedien, hier sind hauptsächlich die Boulevardmedien gemeint, nehmen diese Aufgabe der Unterhaltung vor allem in der Hintergrundberichterstattung wahr, die sich besonders in „Human touch“-Themen finden lassen.

Kritik an der Sportberichterstattung lässt sich genügend finden. So wird den Sportberichten und damit auch den Sportjournalisten nicht zu Unrecht, die „durchgängige Tendenz zur Sensationsmache, der Starkult, die Orientierung am Massengeschmack, die Dominanz des Leistungssports, vor allem des Fußballs sowie nationalistische und chauvinistische Tendenzen, vorgeworfen.⁵⁴ Diese unterliegen vor allem innerhalb der eigenen Berufssparte (dem Journalismus) starker Kritik.

Den Sportjournalisten wird auch vorgeworfen eine zu enge Beziehung zu den Sportstars zu suchen, von denen sie sich wiederum spannende Informationen, Interviews und Kontakte versprechen und somit auch der eigenen Informationen Willen, ein bewusst kollegiales Verhältnis zum Sportler suchen. Problematisch wird diese Art der Kollegialität, wenn dadurch etwaige kritische, mahnende oder gut recherchierte Berichterstattung unterdrückt wird und sozusagen Informationen nur dann verwendet werden, wenn diese im ausreichenden Maße positiv besetzt sind, da man sonst womöglich dem Druck ausgesetzt ist, beim nächsten Mal die gewohnten Informationen nicht zugespielt zu bekommen. Man sollte hier jedoch einwenden, so Digel, dass Sportjournalisten unter besonderen berufsspezifischen Schreibbedingungen arbeiten.⁵⁵ So soll durch den bewusst gewählten

⁵² Vgl. Weischenberg, 1983, S. 129.

⁵³ Vgl. Schaffrath, Michael: Sportjournalismus in Deutschland, In: Schwier, Jürgen: Mediensport. Ein einführendes Handbuch, Hohengehren, 2002, S. 7.

⁵⁴ Vgl. Digel, 1983, S. 19.

⁵⁵ Vgl. Digel, 1983, S. 20.

Schreibstil nicht die Elite, sondern eine Vielzahl von Rezipienten angesprochen werden. Der Sportjournalist muss darüber hinaus aus immer wiederkehrenden Themen darauf achten, dass ein Stil gewählt wird, der anspricht, belebt und dem Rezipienten die nötige Abwechslung bietet. Zeitdruck trägt das Übrige noch dazu bei, denn die Journalisten müssen aus denselben wiederkehrenden Themen Nachrichten so verpacken, dass sie sich von anderen wesentlich unterscheiden. Dass hier also mit Mitteln der Metaphorik, der Emotionalisierung, Superlativen gearbeitet oder aber einer Beziehung zum Sportler gesucht wird, ist auch aufgrund der immer wiederkehrenden Inhalte zu erklären.⁵⁶

3.3 Sprache der Sportberichterstattung

Dem Bereich des Sports kann heutzutage gar nicht zu viel an Bedeutung zugesprochen werden. Der Sportteil ist für die Zeitung ein Bestandteil, auf den sie nicht verzichten kann, ist dessen Bedeutung vor allem auch für den Absatz der Zeitung von großer Bedeutung. In keinem anderen Bereich des Lebens gibt es so ein verbreitetes Kollektivwissen und Verständnis unter Laien wie beim Sport.⁵⁷

Sport hat eine wesentliche Rolle in der Gesellschaft inne, erstreckt er sich doch auf mehrere Bereiche der Gesellschaft wie etwa Freizeit, Gesundheit, Politik oder Wirtschaft. Doch trotz der enormen Bedeutung des Sports in der Gesellschaft wird in der Sportberichterstattung, wie es bereits erwähnt wurde, nur wenig davon angesprochen.

Der Sportberichterstattung in Tageszeitungen werden generell wenig positive Aspekte zugeschrieben. So wird der Sportberichterstattung unter anderem vorgeworfen, dass sie zu wenig Kritik ausübe, stereotype Ausdrücke verwende, die immer wieder vorkommen und Journalisten, die über zu wenig journalistische Kompetenz verfügen würden. Fairerweise muss erwähnt werden, dass auch äußere Einflussfaktoren an der Qualität der Berichterstattung beteiligt sind. Diese Faktoren können zum einen der erwähnte Zeitdruck sein, der vor allem im Sportressort sehr stark ist, und ein mögliches Problem für Berichtersteller ohne journalistische Ausbildung stellt. Zum Anderen soll die Berichterstattung ein größtmögliches Publikum ansprechen, sich also entsprechend verkaufen können. Das Interesse des Publikums wird am besten durch Aufmacher und dem

⁵⁶ Vgl. Digel, 1983, S. 20.

⁵⁷ Vgl. Auinger, Thomas: Die Sportberichterstattung und ihre Sprache. Salzburg, Diplomarbeit, 1994, S. 30.

Hang zum Sensationellen geweckt, das wiederum, so Kroppach, zum Bedürfnis nach neuem Konsum führt. Darüber hinaus ist es für die jeweilige Zeitung auch wichtig, den für die Zeitung bestimmten Leserkreis anzusprechen, das jeweilige Produkt soll also dessen Niveau gerecht werden.⁵⁸ Eine Qualitätszeitung wird demnach andere Ansprüche haben, als eine Boulevardzeitung, die vor allem daran bedacht ist, ein möglichst großes Publikum zu erreichen, während die Qualitätszeitung, ihrer Eigenart gerecht zu werden, den Anspruch auf Qualität als primäres Ziel hat.

Muckenhaupt fasste die Untersuchungen zum Wortschatz der Sportberichterstattung folgendermaßen zusammen: „Vorgeworfen wird der Sportberichterstattung eine klischeehafte, effekt- und emotionsgeladene Sprache mit oft unangemessenen Metaphern und einem übertriebenen Hang zur Hyperbolik.“⁵⁹

Im Folgenden sollen nun kurz die wichtigsten Kritikpunkte und Merkmale in der Sprache der Sportberichterstattung näher betrachtet werden. Da die Analyse der Sportberichterstattung zentrales Thema dieser Arbeit ist, werden nun allgemeine Tendenzen in der Sprache, die wiederholt auftreten, näher beleuchtet. Ich möchte jedoch betonen, dass diese durchwegs in der Sportberichterstattung vorkommen, aber wiederum auch je Zeitungsart unterschiedlich oft verwendet werden (können). Die hier skizzierten Merkmale sind Teil der empirischen Untersuchung im zweiten Teil meiner Arbeit.

3.3.1 Das emotionale Element in der Sportberichterstattung

Der Stoff der Sportberichterstattung variiert meist nur gering und hauptsächlich wird über Fakten berichtet, sodass dieselben Inhalte mehr oder weniger immer wieder zum Thema gemacht werden. Der Journalist, der seinen Stoff trotzdem möglichst effektiv umsetzen will, versucht natürlich seiner Sprache bestmögliche Wirkung zu verleihen. Dies vor allem auch deshalb, weil der Sport, hier vor allem der Leistungs- und Mediensport, eine ihm grundlegende Emotionalität impliziert.

⁵⁸ Vgl. Kroppach, Dieter: Gedruckt: Pathos oder Sachlichkeit? In: Hackforth, Josef/Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Sport und Massenmedien, Bad Homburg: Limpert Verlag GmbH, 1978, S. 133.

⁵⁹ Muckenhaupt, Manfred: Die Sportberichterstattung aus kommunikationsanalytischer Sicht. Skript, Univ. Tübingen, o.J. (ca. 1986), S. 7-8 zit. nach: Horky, Thomas: Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung. Hamburg: Burmeister Verlag, 2001, S. 155.

Kroppach kam in der Untersuchung von gewissen Tendenzen in der Sprache der Sportberichterstattung zu dem Ergebnis, dass sie in erster Linie emotional sei, was sich vor allem in Schlagzeilen und Überschriften widerspiegeln, wo die Dramatik eines Wettkampfes besonders zum Ausdruck gebracht werden soll.⁶⁰ Der Leser wird somit schon zu Beginn der Lektüre emotional angesprochen und an seine Gefühle bzw. Aufmerksamkeit appelliert. Mithilfe von sprachlichen Bildern und dem nötigen sprachlichen Rhythmus, der dem darzustellenden Sachverhalt verliehen wird, versucht der Sportjournalist seine Aussage beim Publikum zu verstärken. Kroppach merkt jedoch an, dass durch diese Art der emotionalen Berichterstattung der eigentliche Sachverhalt dem Leser verstellt wird und er zudem mit Vorurteilen belastet wird, weil grundsätzliche Bewertungen fehlen.⁶¹

3.3.1.1 Hyperbolische Ausdrücke

Journalisten greifen auf Wörter und Redewendungen zurück, die den eigentlichen Sachverhalt, den es zu berichten gilt, übertrieben stark darstellen.

Der Grund für diesen erhöht affektiv verwendeten Schreibstil mag, so Kroppach, darin liegen, dass man dem Bereich des Sportjournalismus eine verstärkte Bedeutung beimessen will. Dem Rezipienten soll damit Abwechslung in der Berichterstattung geboten werden, in der nicht nur stereotype Phrasen zu Wort kommen, sondern der Sport bzw. das Ereignis, als etwas Lebendiges vermittelt wird.⁶²

3.3.1.2 Alltagssprache

Der Fachjargon ist ein wesentliches Element der Sportberichterstattung auf das Sportkommunikatoren nicht verzichten können. Diese immer wiederkehrenden Begriffe werden eingesetzt, um der Berichterstattung die notwendige Plastizität und Verständlichkeit zu verschaffen. Dem Fachjargon wird jedoch vorgeworfen, so Weischenberg, sich zu sehr am Slang zu orientieren, Sachverhalte übertrieben darzustellen, schlechter Geschmack in der Auswahl von Kosenamen für Sportler und der Hang zu kriegerischem Vokabular.⁶³

⁶⁰ Vgl. Kroppach, 1978, S.134.

⁶¹ Vgl. Kroppach, 1978, S.134.

⁶² Vgl. Kroppach, 1978, S.135.

⁶³ Vgl. Weischenberg, 1976, S. 199f.

Trotz neuer Ausdrucksformen der Alltagssprache, die in der Berichterstattung Platz finden, wird von Sportjournalisten hauptsächlich auf bewährte Stereotypen und Wiederholungen zurückgegriffen. Von ihnen wird vor allem aufgrund ihrer angemessenen Wirkung aber auch wegen des Zeitdrucks Gebrauch gemacht, da Journalisten meist nur wenig Zeit für sprachliche Reflektionen bleibt. Der Vorteil des stereotypen Gebrauchs von Redewendungen liegt auch in seiner Effektivität. Nicht nur können somit komplexe Sachverhalte umgangen werden, auch herkömmlichen Darstellungsformen wird zusätzliche Wirkung verliehen. Hierzu zählen auch alle Modewörter und -wendungen, sowie Redewendungen und Sprichwörter.

Diese sind zwar wichtiger Bestandteil der Sportberichterstattung, lassen jedoch dem Leser die Information in nicht allzu präziser Form zukommen.

3.3.1.3 Verwendung des Superlativs

In der Sportberichterstattung wird vor allem die sportliche Leistung in den Vordergrund gerückt und dementsprechend betont. Um diese hervorzuheben, werden im Wortschatz die besonderen Leistungen nicht nur mit positiven Adjektiva (wie „gut“, „schön“ etc.) besetzt, sondern es wird auch stereotyp auf Superlative (dementsprechend „wunderbar“, „hervorragend“ etc.) zurückgegriffen. Durch die Verwendung des Superlativs wird auch gewährleistet, dass die Berichterstattung nicht zu monoton wirkt, sondern die Aufmerksamkeit des Lesers dadurch angesprochen und infolgedessen ein größtmögliches Publikum erreicht werden soll, meistens so Kroppach, auf Kosten der Sachlichkeit.⁶⁴

Grundsätzlich ist diese Art der Ausdrucksweise ein wirksames publizistisches Mittel, das in der Sportberichterstattung jedoch in den meisten Fällen Folge einer gedankenlosen und überschwänglichen Begeisterung oder die Folge des Versuchs ist, beim Rezipienten erfolgreich anzukommen, mit der Tatsache rechnend, dass das, worüber berichtet werden sollte, verzerrt dargestellt wird bzw. der eigentliche Sachverhalt kaum Erwähnung findet.⁶⁵

Auch wenn der Superlativ als publizistisches Mittel sparsam verwendet werden sollte, so ist seine Verwendung in der Sportberichterstattung tendenziell steigend, da vor allem die Alltagssprache mit der Bildung neuer Ausdrucksformen mit einfließt.

⁶⁴ Vgl. Kroppach, 1978, S. 137.

⁶⁵ Vgl. Kroppach, 1978, S.137.

3.3.1.4 Bildliche Darstellung von Emotionen

Emotionen werden in der Sportberichterstattung nicht nur sprachlich, sondern auch bildlich dargestellt. Zu einer umfangreichen Studie über die bildliche Darstellung von Emotionen kommt Wernecken, der ihnen im Vergleich zu den Textbeiträgen eine große Rolle konstatiert. So nehmen Emotionen bei den Abbildungen in Printmedien, unmittelbar nach der Ereignishaftigkeit von Bildern, den zweiten Platz ein. Anzumerken ist jedoch, dass Emotionen in Bildern bei Boulevardzeitungen, so Wernecken, weniger oft thematisiert werden, als in den übrigen Zeitungstypen.⁶⁶

Florian Furtner kommt bei seiner Untersuchung der bildlichen Darstellung von Emotionen zu dem Ergebnis, dass bei knapp einem Drittel aller untersuchten Bilder positive Emotionen, wie Jubel, Freude etc. dargestellt wurden.⁶⁷ Bei den Untersuchungen von Loosen und Tewes wird der Begriff Emotion mit den Nachrichtenfaktoren „Human Interest“ und „Personalisierung“ verbunden.⁶⁸

Vor allem Boulevardzeitungen neigen in ihrer Berichterstattung zu besonders emotionaler Darstellung. Scherer verweist jedoch auf einen generellen Mangel an Studien, die sich umfassend mit der Analyse von der Darstellung bildlicher Emotionen in der Sportberichterstattung befassen.⁶⁹

3.3.2 Verwendung von (kriegerischen) Metaphern

Ein weiteres Element der Berichterstattung sind sprachliche Bilder, die vor allem verwendet werden, um einen Text lebendig zu machen und ihn hervorzuheben. Kroppach beschreibt sie folgendermaßen:

„Sie dienen der Charakterisierung von Personen und Vorgängen, bewirken durch ihre Plastizität und ‚Schlagkraft‘ eine erhöhte Sinnfälligkeit der Aussage und gelten auch als Ausdruck gefühlsmäßiger Verstärkung. Außerdem können sie Assoziationen wecken.“⁷⁰

⁶⁶ Vgl. Wernecken, Jens: Wir und die anderen... Nationale Stereotypen im Kontext des Mediensports, Berlin: Vistas 2000, 1999, S. 300f.

⁶⁷ Vgl. Furtner, Florian: Emotionalisierung im Mediensport: Eine Analyse der Berichterstattung über die Olympischen Winterspiele 2006 in Turin in ausgewählten Printmedien des deutschsprachigen Raums. Salzburg, Diplomarbeit, 2007, S. 86.

⁶⁸ Vgl. Scherrer, Helmut: Die Darstellung von Emotionen in der Sportberichterstattung. In: Schierl, Thomas (Hrsg.): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Köln: Halem, Bd., 2, 2004, S. 216.

⁶⁹ Vgl. Scherrer, 2004, S.220.

⁷⁰ Kroppach, 1978, S. 138.

Die allgemeine Gültigkeit beziehungsweise Bedeutung von sprachlichen Bildern im Sport-Journalismus ist also evident. Metaphern werden in der Berichterstattung vielfach eingesetzt, um die Aussagekraft zu verstärken. Besonders deutlich wird dies durch die Anlehnung an den Bereich des Krieges und des Militärs. Sportjournalisten bedienen sich „affektiver Ausdrücke“ bewusst, um an die Gefühle des Lesers zu appellieren.⁷¹ Dazu zählen Begriffe aus dem Vokabular der Gewalttätigkeit, Vernichtung und Brutalität. Nicht selten wird von „Aufopferungsbereitschaft“, „beinhartem Kampf“, „Überlebenswille“ oder von der Vernichtung des Gegners geschrieben. Besonders bei internationalen Sportereignissen wird der Sportberichterstattung vorgeworfen, zu nationalen und kriegerischen Sprachmitteln zu greifen.

3.3.3 Heroisierung-Starkult

In der Berichterstattung fast aller Medien spielt der Faktor „Human Interest“ heutzutage eine große Rolle. Einerseits werden die Sportler heroisiert (was letztlich auch von den jeweiligen Leistungen abhängt), andererseits wird mit der Berichterstattung über deren Privatleben ihre „menschliche“ Seite gezeigt. Beides jedoch ist ein wesentlicher und heutzutage nicht mehr wegzudenkender Faktor in der Sportberichterstattung. Dadurch wird auch dem Bedürfnis des Rezipienten der Identifikation mit seinem Star beziehungsweise Idol nachgekommen.

Das Gefühl mit dem Star vertraut zu sein, wird dabei vor allem von der Boulevardpresse aufgegriffen. Hier wird über private Details bis hin zum Privatleben der Stars berichtet, das beim Rezipienten ein zusätzliches Gefühl der Identifikation schafft. Für die Kreierung von Stars ist es einerseits erforderlich, dass der Sportler erfolgreich ist, andererseits wird er von den Medien auch privat bestmöglich „verkauft“, wie beispielsweise Hermann Maier, der es vom Maurer zum Superstar schaffte. Die Identifikation, so Weischenberg, liegt dabei in der geringen sozialen Distanz zwischen Sportler und Zuschauer und der Suggestion, dass jeder die gleichen Chancen hat.⁷²

Meist wird jedoch der Sportler zu sehr in den Mittelpunkt gestellt, wodurch die notwendige kritische journalistische Distanz zum Sportgeschehen nur bedingt wahrgenommen wird. So

⁷¹ Vgl. Kroppach, 1978, S. 134.

⁷² Vgl. Weischenberg, 1976, S. 190.

werden Sportler einerseits zwar von den Medien erst zu den Helden gemacht, die sie sind, andererseits auch ebenso schnell wieder fallen gelassen, wie sich am Beispiel des ehemaligen deutschen Radstars Jan Ullrich, oder den vor kurzem noch gefeierten österreichischen Radstar Bernhard Kohl, und ihren Verwicklungen in Dopingangelegenheiten zeigte. Dies ist auch insofern moralisch bedenkbar, da der Eindruck entsteht, wie auch Krüger anmerkt⁷³, das Versagen sei ein individuelles und kein gesamtgesellschaftliches, von den Medien mitgetragenes Problem, das vom Sportler zwar immer noch größere Leistungen verlangt, aber im Falle des Scheiterns keine Verantwortung übernimmt.

3.3.4 Ethnozentrismus

Sportliche Großereignisse erreichen ein Massenpublikum, wobei sich die Berichterstattung auf Aktive des eigenen Landes konzentriert. Da diese Großereignisse internationale Wettkämpfe zwischen verschiedenen Nationen und auf einen Vergleich der Leistungen der Angehörigen dieser Nationen ausgerichtet sind, bietet die Zugehörigkeit eines Sportlers zu einer Nation eine Identifikationsmöglichkeit.⁷⁴

Fester Bestandteil in der Sportberichterstattung ist dabei die Bezugnahme auf nationale Symbole, Sprachstereotypen, die beispielsweise die „Wir-Form“ beinhalten und sich eindeutig von den „Anderen“ abgrenzen. Nationale Images werden gezielt verwendet und dienen in ihrer Funktion der Bekräftigung des eigenen (nationalen) Standpunkts und Imagebildes.⁷⁵

3.3.5 Sportberichterstattung als Infotainment

Die wesentlichen Funktionen der Sportberichterstattung, nämlich Information und Unterhaltung, wurden in Kapitel 2.4 bereits genannt. Dieses Kapitel soll die Wichtigkeit des „Infotainment“ für den Bereich der Sportberichterstattung noch besser unterstreichen.

⁷³ Vgl. Krüger, Arnd: Wie die Medien den Sport aufbereiten. Ausgewählte Aspekte der Sportpublizistik. Berlin: Tischler, 1993, S. 54.

⁷⁴ Vgl. Loosen, 1998, S. 122.

⁷⁵ Vgl. Gleich, 2001, S.173.

Der Sport gewinnt heutzutage immer mehr an Bedeutung, vor allem da er an eine Öffentlichkeit tritt, an ein Publikum, das immer größer wird. Um ein möglichst großes Publikum anzusprechen, sollte also die Sportberichterstattung nicht nur informieren, was ihre zentrale Aufgabe darstellt, sondern vor allem auch unterhalten.

Besonders Boulevardzeitungen haben das Stereotyp „Der Leser will vor allem Unterhaltungsstoff“ als Grundlage ihrer Sportberichterstattung verstanden, so Weischenberg, wobei die Informationsfunktion meist nur sekundär ist.⁷⁶

Auch Wiebke Loosen sieht den Vorteil des Mediensports, sowohl auf Kommunikatoren als auf Rezipientenseite, vor allem in seiner Vermengung aus Information und Unterhaltung.

„Der Sportberichterstattung liegt ein faktisches Ereignis zugrunde und unterscheidet sich dadurch von anderen dem Unterhaltungsgenre zugerechneten fiktionalen Ereignissen. Dadurch werden beim Rezipienten, sowohl affektive wie informative Bedürfnisse geweckt.“⁷⁷

Was zu Beginn eine ausschließlich „visuelle oder verbale Reproduktion von Wettkampfergebnissen“⁷⁸ war, nahm aufgrund der Neuorientierung der Sportberichterstattung hin zur Kommerzialisierung einen Wandel. Sportjournalisten sollten nun nicht mehr nur Informieren, sondern auch Unterhalten. Fachkompetenz allein genügte den neuen Anforderungen nicht mehr und stellte die Journalisten vor neue Aufgaben und nicht zuletzt vor neue Probleme. Der Sport ist nun eingebettet zwischen seinen ursprünglichen gesellschaftsdienlichen Aufgaben und einer medienwirksamen Unterhaltungsware, die wiederum mit anderen Unterhaltungswaren konkurriert. Sport, zumindest der Leistungssport, wird mehr und mehr zu einer Ware. Der Sportjournalismus wiederum, als Förderer dieses Trends zur Unterhaltungsbranche, verliert dadurch seine journalistische Autonomie, indem er mehr denn je von systemexternen Faktoren bestimmt wird, seien sie nun ökonomischer, politischer oder sonstiger gesellschaftlicher Art.

Schwier und Schauerte kritisierten schon bei der Fußballweltmeisterschaft 1998, dass lediglich 55% der gesamten Sendezeit über die Weltmeisterschaft für Übertragungen der Spiele aufgewendet wurde, was bei ihnen den Eindruck entstehen lässt, dass der „Schritt

⁷⁶ Weischenberg, 1976, S. 189.

⁷⁷ Loosen, 2004, S.18.

⁷⁸ Vgl. Emig, Jürgen: Barrieren eines investigativen Sportjournalismus; Bochum: Brockmeyer, 1987, S. 43.

vom Infotainment zum reinen Entertainment bereits vollzogen ist“⁷⁹. Dieser Trend konnte natürlich auch bei der Europameisterschaft in Österreich beobachtet werden.

Medieninhalte sind Marktprodukte und haben sich somit auch den wirtschaftlichen Interessen eben jenes Marktes anzupassen, auf den Angebot und Nachfrage diktieren. Dies kann sich auch beträchtlich auf die Inhalte von journalistischen Aussagen auswirken, da sich diese gegebenenfalls auf die Bedingungen des Marktes einzustellen haben, meistens auch auf Kosten der Sachlichkeit und Objektivität. Der Sport und somit auch seine Berichterstattung wird zu einer Ware die sich dem vorgegebenen Markt anzupassen haben. Jürgen Habermas meint dementsprechend zum Warencharakter des Sports: „Das was vorgibt, Spiel zu sein, ist in Wahrheit Show – Professionelle auf der einen, Konsumenten auf der anderen Seite.“⁸⁰

3.4 Sport, Medien und Politik

Dem Sport wird auch deshalb eine so enorm wichtige Bedeutung beigemessen, da er sich auf die unterschiedlichsten Bereiche einer Gesellschaft erstreckt. Ein Großteil der Gesellschaft betreibt entweder aktiv Sport oder rezipiert ihn über die Medien. Die Bedeutung des Sports sieht Winkler nicht nur in seiner angenehmen Form der Unterhaltung, oder der Gesundheitswirkung, sondern er beinhaltet auch elementare soziale Funktionen, auf die der Staat, die Gemeinschaft und damit die Politik nicht verzichten kann.“⁸¹

Und auch Marschik zählt den Sport zur „Unterhaltung, steht aber nicht nur für Vergnügen und Zerstreuung, sondern auch für individuelle wie kollektive Aufgabe im Sinne einerseits der Ertüchtigung des Körpers und andererseits der Bestärkung nationaler Identität.“⁸²

Diese Tatsache macht den Sport natürlich auch für die Politik zu einem äußerst wichtigen Faktor. So kann er, wenn auch unbewusst, als ein adäquates Mittel verwendet werden, um politische bzw. nationale Ziele zu verwirklichen. Beispielsweise waren die Wettkämpfe

⁷⁹ Vgl. Schwier, Jürgen; Thorsten Schauerte: Sport und Massenmedien. In: Strauss, Bernd; Michael Kolb; Martin Lames (Hrsg.): Sport-goes-media.de: Zur Mediatisierung des Sports. Schorndorf, 2002, S. 40.

⁸⁰ Habermas Jürgen: Soziologische Notizen zum Verhältnis von Arbeit und Freizeit, in: Plessner, Helmut/H.E.Bock/O.Grupe (Hrsg.): Sport und Leibeserziehung, München, 1976, S. 40.

⁸¹ Vgl. Winkler, Hans-Joachim: Sport und politische Bildung. Modellfall Olympia. Opladen: Leske, 1972, S.18.

⁸² Vgl. Marschik, Matthias: Medien als Konstrukteure der Leistungsgesellschaft. Zur Versportlichung der Welt. In: Medienimpulse Juni 2002, S.32.

während des Kalten Krieges in erster Linie ein „zur Schau stellen von nationaler Überlegenheit“ der auf beiden Seiten USA und Sowjetunion im Sinne eines „Ersatzkrieges“ am Sportplatz ausgeübt und mittels den Massenmedien an die breite Öffentlichkeit verlagert wurde. Ähnlich war die Situation in den 60er Jahren zwischen der BRD und der DDR. Auch hier spielte die Rivalität eine so große Rolle, dass über Jahrzehnte der Sport als „Medium der ideologischen Auseinandersetzung und als politisches Kampfinstrument“⁸³ fungierte. Das führte hauptsächlich überwiegend in den Ländern des ehemaligen Ostblocks dazu, dass der Sport seitens der Politik als Mittel zum Staatszweck⁸⁴ betrachtet wurde, wobei Selektion von Talenten und Einquartierung in Spezialschulen bereits ab dem Kindheitsalter praktiziert wurde, zudem mit leistungssteigernden Mitteln gearbeitet wurde, deren Spätfolgen kaum erkennbar waren. Auch wenn hier dem positiven Image der Nation alles unterstellt wurde, so sind diese (politischen) Machenschaften hauptsächlich negativ zu betrachten.

Großereignisse wie Weltmeisterschaften oder Olympische Spiele erfahren eine unheimlich hohe massenmediale Resonanz und sind daher für die teilnehmenden Nationen allein ihrer Repräsentationsfunktion enorm wichtig. Die Sportler fungieren dabei als die eigentlichen Repräsentanten ihrer Nationen. Nationale Symbole wie etwa Fahnen, Hymnen, Embleme sowie sportliche Erfolge tragen zu einem Selbstverständnis einer Nation bei, die sich im internationalen Vergleich profilieren will und auf nationaler politischer Ebene hauptsächlich der Integration und Identifikation dient. Auch Jay Coakley, ein amerikanischer Sportsoziologe, sieht die Förderung des nationalen Prestiges sowie des Identitäts- und Einheitsgefühls bei den Bürgern, als wesentliche Anforderungen des Staates an den Sport.⁸⁵

Eine Heimeuropameisterschaft bietet, in diesem Fall speziell auf Österreich bezogen, natürlich auch die Möglichkeit, zum einen der Welt zu zeigen, dass auch ein kleines Land eine derartige Großveranstaltung zu organisieren vermag, zum anderen aber auch die Möglichkeit, sich auf der internationalen Bühne, als Marke „Österreich“ zu präsentieren. Denn neben der primären sportlichen Bedeutung dieses Wettkampfes stellt Fußball auch abseits des Spielfeldes, seien es nun ökonomischer, kultureller und nicht zuletzt politischer Art, eine enorme Wichtigkeit auf der internationalen Bühne dar. Durch die Austragung

⁸³ Vgl. Bieringer, Stefan: Sport-Politik-Medien. Mit einem Vergleich der Sportberichterstattung in ausgewählten Tageszeitungen Österreichs und Italiens. Salzburg, Diplomarbeit, 2003, S. 42.

⁸⁴ Vgl. Wange, Willi: Der Sport im Griff der Politik: von den olympischen Spielen der Antike bis heute; Köln, 1988, S.11.

⁸⁵ Vgl. Coakley, Jay J.: Sport in society. Issues and controversies. St.Louis: Mosby, 1997, S. 403ff zit. nach: Bieringer, 2003, S.46.

eines solchen Turniers erhofft man sich daher zu Recht Vorteile, auch wenn der Aufwand dafür ein immens großer ist.

Als bestes Beispiel dient die Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland, von der sich der Gastgeber nicht nur wirtschaftlichen Aufschwung erhoffte, sondern sich auch international bestmöglich vermarkten konnte, und dem Rest der Welt, so Schwier, ein „Schaufenster an Weltoffenheit, Modernität, Herzlichkeit, Leistungsfähigkeit, der zivilgesellschaftlichen Errungenschaften der Gastgeber sowie der coolen Verkörperung des wirtschaftlichen Gütesiegels *Made in Germany* zu bieten.“⁸⁶ Politisch gesehen meint Schwier, bietet eine Fußballweltmeisterschaft im eigenen Land zudem noch die Möglichkeit das Einheitsgefühl zu fördern (zb. die Kampagne „Wir sind Deutschland“) und zum Zwecke der *nation building* zu fungieren.⁸⁷

Gleichbedeutend mit einer guten internationalen Reputation einer Nation, ist also für die Politik auch die Entwicklung eines „Wir-Bewusstseins“ innerhalb des gesellschaftlichen Bereiches einer Nation. Der Sportler wird zum Repräsentant der Nation und somit, so Slawik, auch des jeweiligen politischen Systems.⁸⁸ Durch gemeinsamen Jubel über nationale Leistungen verstärkt der Politiker nicht nur die Art des nationalen Zusammenhalts, sondern sie dient ihm auch seiner eigenen Sache, indem sie ihm volksnaher und sympathischer macht. Gerade und vor allem auch deshalb suchen Politiker die Nähe des Sports, vor allem des internationalen Spitzensports.

Der Spitzensport hat in dieser Weise einerseits eine selbstdarstellende Funktion, indem er außenpolitisch das gesellschaftliche System des jeweiligen Landes repräsentiert und andererseits eine eher subtile politische Funktion, die er innenpolitisch als stabilisierendes Medium erfüllt, indem er insbesondere die Möglichkeit zur Identifikation mit der bestehenden Gesellschaftsordnung bietet.⁸⁹

Das folgende Kapitel soll darüber Aufschluss geben, wie es um das nationale Bewusstsein der Österreicher steht und vor allem welche Rolle der Sport bei der Entstehung dieses Bewusstseins spielte und spielt.

⁸⁶ Schwier, Jürgen: Die Welt zu Gast bei Freunden – Fußball, nationale Identität und der Standort Deutschland In: Schwier, Jürgen/ Leggewie Claus (Hrsg.): Wettbewerbsspiele. Die Inszenierung von Sport und Politik in den Medien, Frankfurt/New York: Campus Verlag, 2006, S.81.

⁸⁷ Vgl. Schwier, 2006, S. 81.

⁸⁸ Vgl. Slawik, Wolfgang: Sportberichterstattung und Chauvinismus, Wien, Diplomarbeit, 1990.

⁸⁹ Vgl. Stein, 1988, S.157.

4. Das österreichische Nationalbewusstsein

Der Hauptteil der vorliegenden Arbeit beschäftigt sich mit dem nationalen Wir-Bewusstsein Österreichs. Besonders der Sport hat eine entscheidende Rolle bei der Entstehung und Schaffung eines nationalen Bewusstseins.

Bevor nun näher auf Sport und nationale Identität eingegangen wird, soll zunächst definiert werden, was eine Nation ist und welche theoretischen Überlegungen zu dem Begriff „Nation“ anfallen, bzw. welche historischen Bezugspunkte von Bedeutung waren, damit man überhaupt von einem österreichischen Nationalbewusstsein sprechen kann. Erst danach kann der Brückenschlag zum Wir-Bewusstsein im Sport und der damit stets verbundenen Abgrenzung/Rivalität zu Deutschland geschlagen werden.

4.1 Theoretische Überlegungen zu dem Begriff „Nation“

Der Begriff der Nation erfährt vor allem im 19. und 20. Jahrhundert seine wesentliche Bedeutung. Davor wurden mit dem Begriff der Heimatort, die Herkunft, aber auch die sozialen und sprachlichen Unterschiede von Menschen bezeichnet. Ihren Ursprung hatte die Nation in der Französischen Revolution. Die bis dahin vorherrschenden hierarchischen und feudalen Strukturen wurden durch die Idee eines souveränen, territorial abgegrenzten Staates als alles umfassende Ordnungseinheit abgelöst, die ihren Mitgliedern, den „Staatsbürgern“, Freiheit, Gleichheit, aber auch Partizipation an der Gestaltung des Staates versprach. Nationen entwickelten sich aus Prozessen der gesellschaftlichen Modernisierung, wie die Entwicklung des modernen Staates, die Kommerzialisierung der Wirtschaft, Zusammenschluss von Kleinregionen zu größeren politischen Gebilden und der Industrialisierung.⁹⁰

Die Nation wird als eine politische Gemeinschaft verstanden, mit der sich Bürger identifizieren. Ausschlaggebend sind dabei nicht nur politisch-organisatorische Bezugspunkte, sondern es geht auch um gefühls- und handlungsorientierte Elemente wie

⁹⁰ Vgl. Bruckmüller, Ernst: Österreichbewusstsein im Wandel. Identität und Selbstverständnis in den 90er Jahren, Wien:Signum-Verl.,1994, S.68.

die nationale Zugehörigkeit, Gemeinsamkeit und Solidaritätsempfinden der Staatsangehörigen zu ihrer politischen Gemeinschaft.“⁹¹

Während für den Begriff „Nation“ als Repräsentant meist die Sprache bzw. das Territorium fungiert, sind diese Fakten alleine nicht konstitutiv, denn eine Nation existiert nur dann, wenn sich ihre Angehörigen dessen bewusst sind und sie mit Leben gefüllt wird.⁹²

Max Weber, wie Alter anmerkt, etwa betonte, dass nationales Solidaritätsempfinden an unterschiedliche Merkmale geknüpft ist, wie etwa ein gemeinsames „ererbtes“ Territorium, historische Mythen und Erinnerungen, Sprache, Kultur, Sitten und politische Ziele. Diese können für verschiedene Nationen unterschiedliche Bedeutung in ihrer nationalen Identitätsfindung und zugleich in ihrer Abgrenzung zu anderen Nationen haben.⁹³ Auch der französische Historiker Ernest Renan definierte 1882, als er von der „L’existence d’une nation est...un plébiscite de tous les jours“ sprach, „die Nation als große Solidargemeinschaft, getragen von dem Gefühl der Opfer, die man gebracht hat, und der Opfer, die man noch zu bringen gewillt ist.“⁹⁴

Dabei sind nicht die üblichen Kriterien zur Unterscheidung von Nationen wie Rasse, Sprache, Religion etc. entscheidend, sondern es hängt vom Willen der Individuen ab, ob eine Nation besteht oder nicht. Wichtig sind dabei zwei Dinge, das eine ist das Wissen um eine gemeinsame Vergangenheit, das andere die Übereinkunft, der Wunsch und der Wille jedes Einzelnen das Gemeinsame fortzusetzen.

4.1.1 Staatsnation versus Kulturnation

Es gibt unzählige Definitionen, die sich mit dem Begriff der „Nation“ auseinandersetzen. Eine der bekanntesten Ansätze ist die Unterscheidung zwischen Staatsnation und Kulturnation. Die Staatsnation beruht auf der Zustimmung und dem freien Willen der Menschen zu der Nation, in der sie leben. Sie wird daher auch als eine politische Willensnation begriffen. Nation ist dabei nichts anderes als ein Staat, der dem kollektiven

⁹¹ Vgl. Haller, Max: Identität und Nationalstolz der Österreicher. Gesellschaftliche Ursachen und Funktionen, Herausbildung und Transformation seit 1945, Wien; Köln; Weimar: Böhlau, 1996, S.25.

⁹² Vgl. Marschik, 1999, S.22.

⁹³ Vgl. Alter, Peter: Nationalismus, Dokumente zur Geschichte und Gegenwart eines Phänomens; München:Piper GmbH, 1994, S.23.

⁹⁴ Renan, Ernest: Was ist eine Nation? Vortrag an der Sorbonne am 11.03.1882 zitiert nach: Alter, 1994, S.46.

Wunsch, jedem einzelnen die bürgerlichen Freiheiten und Rechte zu garantieren, gewillt ist, unabhängig einer gemeinsamen Sprache oder Kultur.⁹⁵

Unter Kulturnation dagegen versteht man eine Gemeinschaft, die mittels Sprache, Traditionen, Geschichte und Kultur miteinander verbunden ist und nicht unbedingt über einen Staat für das Gefühl der Zugehörigkeit verfügen muss. Aufgrund der zahlreichen Definitionen wird der Begriff Nation in weiterer Folge auf eine soziale Gruppe/Gemeinschaft von Menschen beschränkt, die sich aufgrund verschiedener historisch bedingter Gemeinsamkeiten (Religion, Sprache, Kultur, Politik etc.) ihrer Zusammengehörigkeit bewusst geworden sind. In ihr vereint sich der Wunsch nach politischer Selbstbestimmung bzw. hat diese im Rahmen eines Nationalstaates schon verwirklicht. Das Bewusstsein eine Nation zu sein bzw. sein zu wollen und der Wunsch nach politischer Selbstbestimmung gelten als konstitutive Elemente der Nation. Sonstige Gemeinschaften oder Solidarverbände werden der Nation untergeordnet.⁹⁶

Die Unterscheidung zwischen Staats- und Kulturnation ist für die vorliegende Arbeit erwähnenswert, da sie bei der Diskussion um das Nationalbewusstsein der Österreicher, wie es im Laufe der Arbeit noch skizziert wird, von Bedeutung ist.

4.1.2 Nation als „Imagined Community“

Für Benedict Anderson ist die Nation eine als begrenzte und souveräne „vorgestellte politische Gemeinschaft“. Diese Eigenschaften sollen nachfolgend kurz definiert werden.

„*Vorgestellt* ist sie deswegen, weil die Mitglieder selbst der kleinsten Nation die meisten anderen niemals kennen [...] werden, aber im Kopf eines jeden die Vorstellung ihrer Gemeinschaft existiert.“⁹⁷

So meint er etwa, dass jede noch so kleine Gemeinschaft, die über dörfliche Face-to-Face Gemeinschaft hinausgeht, letztendlich vorgestellt ist, und es der Vorstellung eines verbindenden Gemeinschaftselementes benötigt, um diese auch real wirken zu lassen. In Hinblick der Nation können diese gemeinsame Geschichte, Traditionen und Werte sein.

⁹⁵ Vgl. Menasse, Robert: Das Land ohne Eigenschaften. Essay zur österreichischen Identität, Wien: Sonderzahl Verlags.GmbH, 2. Auflage, 1993, S.19.

⁹⁶ Vgl. Alter, 1994, S.29.

⁹⁷ Anderson, Benedict: Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines erfolgreichen Konzepts. Frankfurt/Main: Campus Verlag, 1996, S.14.

Diese Geschichten, Traditionen etc. lassen sich natürlich ohne Weiteres auch in sportlichen Erfolgen wiederfinden.

„Die Nation wird als *begrenzt* vorgestellt, weil selbst die größte von ihnen [...] in genau bestimmten, wenn auch variablen Grenzen lebt, jenseits derer andere Nationen liegen.

Die Nation wird als *souverän* vorgestellt, weil ihr Begriff in einer Zeit geboren wurde, als Aufklärung und Revolution die Legitimität der als von Gottes Gnaden gedachten hierarchischdynastischen Reiche zerstörten. [...] Deshalb träumen Nationen frei zu sein und dies unmittelbar – wenn auch unter Gott. Maßstab und Symbol dieser Freiheit ist der souveräne Staat.

Schließlich wird die Nation als *Gemeinschaft* vorgestellt, weil sie, unabhängig von realer Ungleichheit und Ausbeutung, als „kameradschaftlicher“ Verbund von Gleichen verstanden wird“⁹⁸

Die Gemeinschaft verfügt dementsprechend über einen Bezugsrahmen, der zugleich als Orientierungsmaßstab ihrer eigenen Positionierung innerhalb des Staates dient. Grundlage dafür können sprachliche, religiöse oder ethnische Gemeinsamkeiten bzw. die territoriale Bezugsgröße des Staates sein. Eine ebenso wichtige Rolle spielt die Abgrenzung gegen andere „imagined communities“. Damit nämlich eine Nation im Inneren gefestigt werden kann, und nach außen seine Souveränität nicht infrage stellt, müssen fremde bzw. die Einheit der Nation gefährdende Faktoren entweder assimiliert oder aus der nationalen Gemeinschaft ausgeschlossen werden.⁹⁹

Abschließend soll erwähnt werden, dass die hier angesprochenen Überlegungen zu „was eine Nation ausmacht“ eine Fülle an unterschiedlichen Meinungen zulässt, die nicht mehr erwähnt werden konnten. Grundsätzlich kann jedoch gesagt werden, dass Nationen über die Übereinkunft ihrer Mitglieder konstituiert werden. Damit diese Übereinkunft auf Dauer auch Bestand hat, bedarf es zu einem bestimmten Maße Gemeinsamkeiten. Da das Gemeinsame nicht unbedingt real sein muss, spricht man auch von einer Art Imagination¹⁰⁰. Die imaginäre Vorstellung von Gemeinsamkeiten, im Sinne Andersons, die zum Bewusstsein der Einheit beiträgt, wird dann real, wenn man sich mit diesen Gemeinsamkeiten identifiziert und an sie glaubt. Diese können für die Nation sehr unterschiedlich sein, gemeinsame Sprache, gemeinsame Staatlichkeit, Kultur, Bewusstsein über die „eigene“ Geschichte oder eben auch der Sport.

⁹⁸ Anderson, 1996, 14f.

⁹⁹ Vgl. Scheuble/Wehner, Onlinedokument, 2006.

¹⁰⁰ Vgl. Bruckmüller, 1996, S. 357.

Diese Gemeinsamkeit ist aber nicht a priori in unseren Köpfen, sondern es bedarf der steten und permanenten Wiedergabe, Vermittlung und Verinnerlichung. Dies geschieht, so Wodak, durch diskursive Konstruktion, in erster Linie in Erzählungen der Nationalkultur, „nationale Identität ist daher das Produkt von Diskursen.“¹⁰¹

Und auch Stuart Hall meint entsprechend:

„Eine nationale Kultur ist ein Diskurs – eine Weise, Bedeutungen zu konstruieren, die sowohl unsere Handlungen als auch unsere Auffassungen von uns selbst beeinflusst und organisiert. Nationale Kulturen konstruieren Identitäten, indem sie Bedeutungen der Nation herstellen, mit denen wir uns identifizieren können; sie sind in den Geschichten enthalten, die über die Nation erzählt werden, in den Erinnerungen, die ihre Gegenwart mit der Vergangenheit verbinden, und in den Vorstellungen, die über sie konstruiert werden.“¹⁰²

Die Nation wird durch die Geschichten präsentiert und dadurch für die Gemeinschaft vorstellbar. Denn indem sie in der Gegenwart Bilder und Geschichten einer anderen Zeit mit einschließt, dh. durch stetes Auffrischen von alten Erzählungen, dem Vor-Augen-Führen der alten Ordnungen, der gemeinsamen Symbole und durch gemeinsames Feiern der gemeinsamen Rituale, entsteht ein gemeinsamer Wissens- und Bewusstseinsstand, der es den Mitgliedern ermöglicht „Wir“ zu sagen und ein „Wir-Bewusstsein“ zu entwickeln.¹⁰³

Sichtbar werden die Überlieferungen und Erzählungen im kollektiven Gedächtnis einer Gemeinschaft, wobei diese selten direkt und unmittelbar tradiert werden, meist über Medien und Alltagsüberlieferungen und nicht über eigene Erfahrungen. Das kollektive Gedächtnis ist in diesem Sinne rekonstruktiv, da die Erzählungen, die Vergangenheit, die sich als solche selbst nicht zu bewahren vermag, von dem sich stetig wandelnden Bezugsrahmen der fortschreitenden Gegenwart durchgehend rekonstruiert wird.¹⁰⁴

„Damit ist gemeint, dass sich in keinem Gedächtnis die Vergangenheit als solche bewahren vermag, sondern dass nur das von ihr bleibt, was die Gesellschaft in jeder Epoche mit ihrem jeweiligen Bezugsrahmen rekonstruieren kann.“¹⁰⁵

¹⁰¹ Wodak, Ruth: Zur diskursiven Konstruktion von Realität, Frankfurt/Main: Suhrkamp Verl., 1998, S.61.

¹⁰² Hall, Stuart: Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2. Hamburg, 1994, S. 201.

¹⁰³ Vgl. Bruckmüller, 1996, S.16.

¹⁰⁴ Ebenda, 1996, S. 17.

¹⁰⁵ Halbwachs, Maurice: Das kollektive Gedächtnis. Frankfurt/Main, 1985, S.390 zit. nach: Wodak, 1998, S.35.

Das kollektive Gedächtnis spielt für die Bildung eines nationalen Bewusstseins eine bedeutende Rolle. Für den Sozialwissenschaftler Maurice Halbwachs liegt diese Bedeutung in der Distanz des durchschnittlichen Alltagslebens zu den „historischen Ereignissen“ einer Nation, wie Breuss anmerkt, die in symbolischer Form, durch Re- (Inszenierungen) erfahrbar werden, und gerade dadurch im kollektiven Gedächtnis des Alltags und seinen Riten verankert werden.¹⁰⁶ Das kollektive Gedächtnis ist eng mit der kollektiven Identität verbunden. So hat zwar jeder Einzelne seine eigene Erinnerung, doch es wird vom Kollektiv bestimmt, was, wann und wie erinnert wird. Dies ermöglicht uns auch in Kontinuitäten zu denken und Traditionen zu sehen, und damit Identität zu entwickeln.¹⁰⁷

4.2 Nation und nationale Identität

Der Begriff der Identität wird in vielen unterschiedlichen Bereichen der Wissenschaft verwendet und birgt eine Vielzahl an verschiedenen Interpretationen, die das Ausmaß dieser Arbeit bei Weitem übertreffen würde. Da ich mich in der vorliegenden Arbeit hauptsächlich auf die nationale Identität und das Nationalbewusstsein der Österreicher beschränke, wird der Identitätsbegriff in weiterer Folge nur mehr die kollektive Identität betreffen. Dabei wird versucht zu erklären, worin die kollektive (nationale) Identität der Österreicher besteht bzw. was es dazu benötigte, diese zu entwickeln.

Kollektive Identität bezieht sich auf eine Gemeinschaft, auf gemeinsame Merkmale, mit denen sich Mitglieder identifizieren bzw. die gemeinsam wahrgenommen werden.

Kollektive Identität ist eng verbunden mit der individuellen Identität. So sind die verschiedensten menschlichen Eigenschaften, ihre Werte und Vorstellungen, bzw. das, was eine Persönlichkeit ausmacht, verknüpft mit dem sozialen Umfeld, in dem sie sich bewegen.

Der amerikanische Soziologe George Herbert Mead verwendet hierzu den Begriff des „Verallgemeinerten Anderen“. Er meint damit, dass der Einzelne, das was ihn ausmacht,

¹⁰⁶ Vgl. Breuss, Susanne/Liebhart, Karin/Pribersky Andreas: Inszenierungen.Stichwörter zu Österreich; Wien: Sonderzahl Verlags.GmbH, 1995, S.33f.

¹⁰⁷ Vgl. Marschik, Matthias: Vom Idealismus zur Identität. Der Beitrag des Sports zum Nationalbewusstsein in Österreich (1945-1950); Wien: Turia + Kant, 1999, S.20.

über eine gesellschaftliche Gruppe bzw. Gemeinschaft erfährt, und erst, indem er die Haltung des „Verallgemeinerten Anderen“ gegenüber sich selbst in die eigene Persönlichkeit einnimmt, Identität entwickeln kann.¹⁰⁸ Das Individuum ist ergo eng an seine soziale Umwelt festgelegt, was zwangsläufig mit einschließt, dass das gemeinsame Bewusstsein der Angehörigen dieser Gemeinschaft sich von den Nichtangehörigen abgrenzt.

Die Unterscheidung zwischen „Wir“ und den „Anderen“ ist, so Ogris, der Ursprung jeder Identität und gleichzeitig aber auch die Grundlage um sich von anderen Gemeinschaften abzugrenzen.¹⁰⁹ Für jede soziale Gruppe, sei es nun ein Verein, die Kirche, eine Partei und dergleichen, ist ein Mindestmaß an Zugehörigkeitsgefühl unter ihren Mitgliedern von Voraussetzung. Denn vor allem in der Fähigkeit der Unterscheidung und der Übereinstimmung von Merkmalen liegen die wesentlichen Bestandteile des menschlichen Selbstbildes und Selbstverständnisses und formen, so Ogris, auch seine Identität.¹¹⁰

Auch für Marschik ist die Identität „stets durch Diskurse des Einschlusses und Diskurse der Differenz bestimmt“.¹¹¹ Nationale Identität lässt sich demnach über ein Zusammengehörigkeitsgefühl ihrer Mitglieder innerhalb ihrer Nation begreifen, die durch verschiedene Merkmale, wie etwa gemeinsame Geschichte, Erinnerungen, Sprache aber auch sportliche Erfolge repräsentiert wird. Besonders bedeutend sind in diesem Zusammenhang nationale Symbole und Riten, die das Bewusstsein der kollektiven Zugehörigkeit hervorheben und gleichzeitig gegenüber Anderen Abgrenzung schaffen. Dabei geht es, wie Marschik anmerkt, nicht um das reale und objektive Wissen um die Identität, sondern um das Bewusstsein der kollektiven Wahrnehmung, dem „Wir-Gefühl“ einer Gemeinschaft, die, im Sinne Andersons, als eine „imagined community“ gesehen werden muss.¹¹² Jede Gemeinschaft ist, so wie eine Nation, sozial konstruiert, allerdings ist ohne das zugehörige Bewusstsein die Konstruierung einer Nation nicht vorstellbar. Denn

¹⁰⁸Vgl. Mead, George Herbert: Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus, Frankfurt. 1973. S. 196. zit. nach: Prisching, Manfred: Identität und Nation- Individuen auf der Suche nach Gemeinschaft in: Prisching, Manfred (Hrsg.): Identität und Nachbarschaft. Wien; Köln; Graz: Böhlau, 1994, S. 9.

¹⁰⁹ Ogris, Günther: Nationalismus und Fremdenfeindlichkeit in Ost- und Westeuropa. In: Ley, M./Gehmacher, E.: Das Ende des Nationalismus. Neue Fremdenfeindlichkeit und nationalistische Aufbrüche in Ost- und Westeuropa. Wien, 1996. S. 95.

¹¹⁰ Vgl. Ogris, 1996, S. 95.

¹¹¹ Marschik, 1999, S.19.

¹¹² Vgl. Marschik, 1999, S. 19.

„Ist dieses Nationalbewusstsein vorhanden, so existiert eine Nation, fehlt es, kann man von einer Nation nicht oder nur unter Einschränkungen (potenzielle Nationen) sprechen.“¹¹³

Bei der Diskussion der Begriffe „Nation“ und „nationale Identität“ sollte zwischen der Ebene des politischen Gemeinwesens und der Ebene der individuellen Haltungen und Einstellungen der Angehörigen dieses Gemeinwesens zu ihrem Staat und ihrer Nation unterschieden werden. Denn auf politischer Ebene geht es um politische Rahmenbedingungen und Prozesse, auf der individuellen Ebene geht es darum, wie stark Individuen auf diese Prozesse reagieren, und in weiterer Folge, wie stark die emotionale Bindung und Identifikation zu diesen Prozessen (zu der Nation) ist.¹¹⁴ Eine Nation ist daher nicht nur als politisches Gebilde zu verstehen, sondern sie ist auch etwas, was Bedeutungen produziert – ein System *kultureller Repräsentationen*¹¹⁵, an der Menschen partizipieren und Sinn geben. Sie soll den Mitgliedern die Vorstellung geben, sie wäre schon immer ein etwas Dagewesenes, indem sie die Gegenwart mit ihrer Vergangenheit sinnstiftend verbindet. Dies passiert in Form von Repräsentationen, wie geteilte Erinnerungen, Vorstellungen und Geschichten, die Bedeutungen der Nation herstellen und dadurch Möglichkeiten zur Identifikation bieten bzw. nationales Bewusstsein fördern aber auch stärken. Fragen über nationale Identität, setzen auch immer eine Beschäftigung mit den Symbolwelten, ihren Strukturen, Inhalten und Veränderungen voraus.¹¹⁶

Symbole schaffen Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft, aber auch Abgrenzung bzw. dienen Großgruppen zur Versinnbildlichung und Stärkung ihrer Identität. Sie werden aber auch für Mitglieder einer Gemeinschaft zu zusätzlichen Identifikationsfiguren, das vom Kollektiv geteilt und akzeptiert wird, und damit auch zur Wir-Identität einer Gemeinschaft beiträgt. Für das kollektive Bewusstsein einer Gemeinschaft sind neben Symbolen auch Mythen und Stereotypisierungen von Bedeutung.

Stereotype sind zumeist subjektive, emotional aufgeladene Werturteile (positiv wie negativ), die von einer starken Überzeugung getragen werden und meist auf menschliche

¹¹³ Reiterer Albert F. (Hrsg.): Nation und Nationalismus in Österreich: Ergebnisse einer empir. Untersuchung; Wien, 1988 zit. nach: Marschik, Matthias/Sottopietra, Doris: Erbfeinde und Hasslieben: Konzept und Realität Mitteleuropas im Sport; Münster: LIT, 2000, S. 32.

¹¹⁴ Vgl. Haller, Max/Gruber, Stefan: Nationale Identität in modernen Gesellschaften – eine vernachlässigte Problematik im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Gesellschaft, Kultur und Politik, in: Haller, 1996, S.25.

¹¹⁵ Vgl. Hall, 1994, S.200.

¹¹⁶ Vgl. Bruckmüller, Ernst: Symbole österreichischer Identität zwischen „Kakanien“ und „Europa“, Wien: Picus Verlag., 1997, S.9.

Gruppen angewandt werden, wobei die wertende Aussage gleichzeitig verallgemeinert ist.¹¹⁷ Diese Sichtweise lässt sich auch in der Definition Quasthoffs wiederfinden:

„Ein Stereotyp ist der verbale Ausdruck einer auf sozialen Gruppen oder einzelne Personen als deren Mitglieder gerichteten Überzeugung. Es hat die logische Form eines Urteils, das in ungerechtfertigt vereinfachender und generalisierender Weise, mit emotional wertender Tendenz, einer Klasse von Personen bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen zu- oder abspricht.“¹¹⁸

Nach dieser Definition zu urteilen, ist das Stereotyp auch immer etwas, das sich gegen eine andere Gruppe richtet. Auf seine Funktion angesprochen, meint auch Hahn, dass Stereotypen nach innen integrieren, die Wir-Gruppe stärken und gleichzeitig aber auch nach außen abgrenzen, da unmissverständlich definiert wird, wer nicht zu dieser Gruppe gehört.¹¹⁹

Der Mythos ist meist eine überlieferte Erzählung, deren narrativer Kern zwar erhalten bleibt, die marginalen Details aber verändert werden können. Wichtiger Bestandteil sind Gründungs- und Ursprungsmythen, die eine stark integrative Kraft entwickeln, „indem sie ihr gemeinsames Geschick und ihren Ursprung festhalten und auch frühere Generationen einschließen.“¹²⁰ Sie tragen dadurch entscheidend für den Zusammenhalt einer Gemeinschaft bei und appellieren in weiterer Folge an ein Zusammengehörigkeitsgefühl und ein Wir-Bewusstsein der Menschen.

Abschließend kann gesagt werden, dass die Verwendung von Symbolen, Mythen und Stereotypen für ein nationales Zusammengehörigkeitsgefühl von Bedeutung ist, denn sie tragen maßgeblich als Identifikationsfiguren zu einem „Wir-Bewusstsein“ einer Gemeinschaft bei. Negativ beurteilt werden kann die Verwendung dieser Identifikationsfiguren nur dann, wenn diese für radikal propagandistische Ab- und Ausgrenzungsmechanismen, die zu Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und Chauvinismus führen, verwendet werden.

¹¹⁷ Vgl. Hahn, Hans Henning/ Hahn, Eva: Nationale Stereotypen. Plädoyer für eine historische Stereotypenforschung in: Hahn, Hans Henning (Hrsg.): Stereotyp, Identität und Geschichte. Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen. Frankfurt am Main; Berlin; Bern; Bruxelles; New York; Oxford; Wien: Lang, 2002, S. 22f.

¹¹⁸ Quasthoff, Uta: Soziales Vorurteil und Kommunikation. Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Frankfurt am Main: Fischer Verlag, 1973, S.28.

¹¹⁹ Vgl. Hahn/Hahn, 2002, S. 28.

¹²⁰ Behrenbeck, Sabine: Der Kult um die toten Helden. Nationalsozialistische Mythen, Riten und Symbole 1923 bis 1945; Vierow bei Greifswald: SH-Verlag, 1996, S.44.

Als bestes und abschreckendes Beispiel dient dazu der Nationalsozialismus des Dritten Reichs.

4.3 Österreichische Nation und Identität

Die Entstehung einer nationalen österreichischen Identität bzw. eines nationalen Bewusstseins war ein langer und steiniger Weg. So meint etwa der Historiker Friedrich Heer in Bezug auf die österreichische Identität „es gibt kein geschichtliches Gebilde in Europa, dessen Existenz so sehr mit den Identitätsproblemen seiner Mitglieder verbunden ist wie Österreich.“¹²¹

Da sich das Thema dieser Arbeit hauptsächlich mit dem österreichischen Nationalbewusstsein beschäftigt, wird im folgenden Kapitel versucht, einen Überblick über die wesentlichen **historischen** Eckpfeiler der Entstehung dieses Bewusstseins zu geben.

Die Entstehung einer österreichischen Nation¹²² erfolgte nach Auffassung von unterschiedlichen Historikern erst im Laufe der Zweiten Republik. Es gab jedoch auch Historiker wie etwa Friedrich Heer oder Felix Kreissler, die eine österreichische Identität bereits im 19. Jahrhundert feststellten.¹²³

Die erste urkundliche Erwähnung Österreichs geht auf das Jahr 996 zurück (Ostarrichi-Urkunde). Die Bezeichnungen Austria (lateinischer Landesname) und Österreich wurden zwar in Urkunden verwendet, setzten sich aber alltagssprachlich nicht durch. Nationale Impulse einer österreichischen Identität kamen zudem noch in der Zeit vom Barock bis zum Biedermeier auf, jedoch eher als anonymes Bekenntnis zum Habsburgerreich.¹²⁴

4.3.1 Die Erste Republik – ein Staat, den keiner wollte

Die 1918 proklamierte Republik „Deutsch-Österreich“, die nach dem Zusammenbruch des Habsburgerreichs entstand und im Jahr 1919, bei der Ratifizierung des Friedensvertrags von St. Germain den Namen „Republik Österreich“ bekam, war ein „Staat den keiner

¹²¹ Heer, Friedrich: Der Kampf um die österreichische Identität, Wien, 2001, S.9.

¹²² Der Begriff der österreichischen Identität wird im Wesentlichen parallel zu dem der Nation verwendet. Nur Felix Kreissler (1993) lehnt „Identität“ als Begriff ab und insistiert auf „Nation“ (vgl. Wodak et.al., 1998, S.108)

¹²³ Vgl. Frölich-Steffen, Susanne: Die österreichische Identität im Wandel, Wien: Braumüller Verlag, 2003, S.35ff.

¹²⁴ Vgl. Bruckmüller, Ernst: Nation Österreich, 1986, S. 226ff zit. nach: Frölich-Steffen, 2003, S.38.

wollte“, oder in den Worten des französischen Ministerpräsidenten Georges Clemenceau ausgedrückt: „l’Autriche c’est ce qui reste“¹²⁵. Es war ein Staat wider Willen, den keiner wollte, vor allem da niemand an seine wirtschaftliche Lebensfähigkeit glauben wollte. Stattdessen wünschten sich viele führende Politiker eine Vereinigung mit dem Deutschen Reich.

Die 20er Jahre waren geprägt durch wirtschaftliche Probleme, Inflation und hohe Arbeitslosigkeit, wodurch es den Menschen noch schwerer fiel sich mit dem neuen Staat zu identifizieren. Zudem war das innenpolitische Klima zwischen den beiden Parteien, Christsozialen und Sozialdemokraten, extrem gespalten. Höhepunkt der politischen Auseinandersetzung der beiden Lager war ein Zusammenstoß im Jänner 1927, bei dem zwei Sozialdemokraten ums Leben kamen, und der darauffolgende Freispruch von drei Frontkämpfern (gehörten zum paramilitärischen Wehrverband der Christlichsozialen) zu Demonstrationen und zum Justizpalastbrand am 15. Juli 1927 führten. In den folgenden Jahren verschlechterte sich das innenpolitische Klima zusehends, zudem führte die Weltwirtschaftskrise 1929 zu einem erneuten dramatischen Anstieg der Arbeitslosigkeit. Im März 1933 gipfelte die Krise in der Ausschaltung der Demokratie, der damalige Bundeskanzler Dollfuß verordnete die Aussetzung des Parlaments und die Etablierung eines autoritären Ständestaates. Am 12. Februar 1934 fand die Auseinandersetzung zwischen Sozialdemokraten und Christsozialen ihren vorläufigen Höhepunkt in einem Bürgerkrieg, der zwar nur drei Tage dauerte, aber tausende Tote, zum Großteil aufseiten der Arbeiterschaft und der Sozialdemokratie, forderte. Es folgten Todesurteile gegenüber Sozialdemokraten sowie dem generellen Verbot der sozialdemokratischen Partei. Für die noch junge Republik stellte der Bürgerkrieg, so Frölich-Steffen, ein traumatisches Ereignis dar, und wurde für viele Österreicher, gemeinsam mit dem Brand des Justizpalastes, „zum Symbol für die mangelhafte Integrationsleistung ihres Staates.“¹²⁶

Mit der von Dollfuß proklamierten, auf ständischer Grundlage basierenden, Maiverfassung, wurde die bis dahin gültige Staatsbezeichnung *Republik Österreich* durch *Bundesstaat Österreich* ersetzt. Österreich wurde zum Ständestaat. Im selben Jahr im Juli fand ein Putschversuch der Nationalsozialisten statt, der zwar scheiterte, bei dem jedoch Engelbert Dollfuß ums Leben kam und von Kurt Schuschnigg ersetzt wurde. Der setzte zwar zu Beginn die antideutsche und autoritäre Politik seines Vorgängers fort, ihm gelang

¹²⁵ Vgl. Androsch, Hannes: Auf der Suche nach Identität. Österreich Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft: Eine Synthese der Widersprüche, Wien: Brandstätter Verlag, 1988, S.43.

¹²⁶ Frölich-Steffen, Susanne, 2003, S. 42.

es aber, dem Land weder innen- noch außenpolitische Stabilität zu verleihen. Seinen letzten innenpolitischen Versuch die drohende Annektion durch das Deutsche Reich zu verhindern, rief Schuschnigg am 24. Februar 1938 mit seinem Ausspruch „Rot-weiß-rot bis in den Tod!“ zur Mobilisation aller Bürger zum Widerstand gegen Hitler-Deutschland.¹²⁷ Am 12. März 1938 erfolgte der Einmarsch deutscher Truppen in Österreich, die Annektion an das Deutsche Reich und somit das Ende der österreichischen Selbstständigkeit und der Ersten Republik.

Die Erste Republik, wenn man nun den Zeitraum von 1918-1938 herbeizieht, stand für die Herausbildung einer nationalen österreichischen Identität unter keinem guten Stern. Der Name Österreich war den meisten verhasst, stand er doch für den „Untergang der Habsburger Monarchie, für die von außen aufgezwungene Kleinstaatlichkeit, die totale Kapitulation, territorialen Verzicht und erhebliche materielle Einschränkungen.“¹²⁸

In den 30er Jahren unter Dollfuß bekannte man sich zwar mehr und mehr zu einer österreichischen Nation, jedoch eher in der Überzeugung einen „besseren deutschen Staat“ realisieren zu können (wird auch als die Politik des Konkurrenzfaschismus bezeichnet). Der Ständestaat, so Androsch, der durchaus so etwas wie ein Österreichbewusstsein entwickeln wollte, war jedoch im Kampf gegen den Nationalsozialismus im Vorhinein unterlegen, da er die Arbeiterschaft gänzlich aus der politischen Mitverantwortung ausgeschlossen hat.¹²⁹

Die Auswirkungen des Ständestaats auf die Entstehung einer österreichischen Bewusstseins bleiben jedoch umstritten. Die autoritäre Unterdrückung der Sozialdemokratie verhinderte zum einen die Schaffung eines innenpolitischen Konsenses, der möglicherweise die Identifikation der Bevölkerung mit ihrem Land gefördert hätte. Zum anderen aber werden dem austrofaschistischen Widerstand gegen den Nationalsozialismus positive Auswirkungen auf die beginnende Ausprägung einer Nationalideologie zuerkannt.“¹³⁰

¹²⁷ Vgl. Frölich-Steffen, Susanne, 2003, S.42f.

¹²⁸ Frölich-Steffen, 2003, S.44.

¹²⁹ Vgl. Androsch, 1988, S.52.

¹³⁰ Frölich-Steffen, 2003, S.46.

4.3.2 Österreich im Deutschen Reich (1938 -1945)

Mit dem Anschluss Österreichs an das Deutsche Reich, der Name wurde zuerst in „Ostmark“, später in diverse Reichsgaue aufgeteilt, sollte auch dessen Name nach dem Willen Hitlers aus dem Gedächtnis der Menschen gelöscht werden. Gerald Stourzh, der in den Jahren 1938 – 1945 ein „Zeitmoment der Wiederentdeckung Österreichs“¹³¹ sieht, sieht die Konsolidierung, bzw. den Neubeginn einer österreichischen Identität, mit den Worten Hans Mommsens, in der „Verletzung der administrativen, politischen und kulturellen Eigenständigkeit Österreichs, die sich vor allem in der Zerschlagung der vorher so gefeierten Ostmark in eine Vielzahl von Reichsgauen und der Überschichtung mit deutschem Führungspersonal ausdrückte, stellte den entscheidenden Hebel der Distanzierung vom Regime dar, wengleich dies nicht automatisch in ein österreichisches Nationalbewusstsein mündete“.¹³²

Noch etwas deutlicher brachte es Karl R. Stadler, in seiner detaillierten Aufarbeitung der NS-Akten, zum Ausdruck, dass die deutsche Herrschaft, jenes Nationalgefühl hervorbrachte, das man in der Ersten Republik so sehr vermisste.¹³³ Klare „Österreich-Tendenzen“ sah Bruckmüller in den Tumulten bei den Fußballspielen Austria gegen Schalke 04 am 17.04.1940 oder Rapid gegen Schalke 04 am 22. Juni 1941 die „einen Grad an Nichtübereinstimmung zwischen dem offiziellen gemeinsamen Deutschtum und dem tatsächlichen Differenzempfinden, das man gegenüber den neuen Herren fühlte, hervorrief, und das eine Art anonymes Österreichbewusstsein erkennen ließ, das sich literarisch, politisch und kulturell kaum äußern konnte.“¹³⁴

Für die Herausbildung eines Österreichbewusstseins war aber auch die Tatsache von Bedeutung, dass sich die ehemals politischen Gegner im Widerstand annäherten. Diese bekannten sich nach dem Krieg als antifaschistisch und legten so den Grundstein für die Zusammenarbeit in den Anfangsjahren der Zweiten Republik. Da jedoch ein

¹³¹ Stourzh, Gerald: Erschütterung und Konsolidierung des Österreichbewusstseins, In: Plaschka, Richard/Stourzh, Gerald/Niederhorn, Jan Paul (Hrsg.): Was heißt Österreich? Inhalte und Umfang des Österreichbegriffs vom 10. Jahrhundert bis heute, Wien: Österreichische Akademie der Wissenschaften, 1995, S.304.

¹³² Mommsen, Hans: Widerstand und politische Kultur in Deutschland und Österreich, Wien, 1994, S.18 zit.nach: Stourzh, 1995, S.306.

¹³³ Stadler, Karl R.: Österreich 1938-1945 im Spiegel der NS-Akten, Wien/München, 1966 zit nach: Stourzh, 1995, S. 306.

¹³⁴ Bruckmüller, 1997, S. 40.

Österreichbewusstsein in den Kriegsjahren eher in der Abgrenzung zum Deutschen Reich stand, kann der Identitätsauffassung wenig Positives abgenommen werden.

4.3.3 Die Herausbildung des Nationalbewusstseins nach 1945

Im April 1945, noch vor dem Ende des Krieges, bekannten sich Vertreter aller drei Parteien, zur Unabhängigkeit und staatlichen Souveränität Österreichs, und erklärten die Republik „im Geiste der Verfassung von 1920 einzurichten.“ Man „glaubte wieder an dieses Österreich“ und es fehlte auch nicht die Entschlossenheit, das Land so schnell wie möglich wieder aufzubauen, ihm Stabilität zu verleihen, und wieder „Herr im eigenen Haus“ zu werden.¹³⁵

Das Streben nach Unabhängigkeit wurde auch vonseiten der Regierung forciert. Bedingt durch die traumatischen Erfahrungen der Ersten Republik, die Schrecken der Nazizeit und des Krieges, sowie der Okkupation der Alliierten Truppen wollte man so schnell wie möglich seine Autonomie wiederbekommen. Für das nationale Bewusstsein der österreichischen Nation waren die Unterzeichnung des Staatsvertrags im Mai 1955, sowie das Ende der Besatzungszeit und dem Abzug der ausländischen Soldaten (25.10.1955) und der darauffolgende Beschluss zur immerwährenden Neutralität von maßgeblicher Bedeutung. Die innenpolitische Stabilität ab 1955 verhalf zudem zum Entstehen und zur Stärkung eines nationalen Bewusstseins, das sich symbolisch auf den Staatsvertrag und die Neutralität stützte.¹³⁶

Auch für Gerald Stourzh waren diese drei Ereignisse wesentlich für die Identitätsbildung der Österreicher. Soziale und politische Stabilität, sowie wirtschaftlicher Aufschwung, sorgten für ein Bewusstsein des „guten Lebens“ im eigenen Haus.¹³⁷ Nationale Staatssymbole sollten zudem zur Festigung der nationalen Identität beitragen. Politisch versuchte man sich nach dem Krieg bewusst von Deutschland abzugrenzen, auch da man hoffte, Zustimmungen zur Souveränität von den Besatzungsmächten zu erhalten. Diese bewusste Ablehnung allen Deutschtums zeigte sich auch in starker Emotionalität, die durch deutsch-österreichische Konkurrenz im Spitzensport ausgelöst wurde. Wichtig für das Nationalbewusstsein war auch die *Kontinuität zur Ersten Republik*. Denn man stellte die

¹³⁵ Vgl. Androsch, 1988, S.64.

¹³⁶ Vgl. Frölich-Steffen, 2003, S.58.

¹³⁷ Vgl. Stourzh, 1995, S. 310.

Ordnung der alten Bundesländer wieder her, kehrte zur Verfassung von 1920 zurück und verwendete, wenn auch leicht verändert, das alte Staatswappen.

Für das kollektive Gedächtnis der Nation war die Erste Republik jedoch von keiner Bedeutung, da man mit ihr die Erinnerungen an den Bürgerkrieg verband.¹³⁸ Viel mehr, so Frölich-Steffen, war es die Zeit zwischen 1938 und 1945, hauptsächlich, da sich Österreich als erstes Opfer der Nationalsozialisten sah (Opfermythos), was durch die Moskauer Erklärung zusätzlich bestärkt wurde und zu einem wesentlichen Bestandteil des österreichischen Selbstverständnisses führte. Lange Zeit wurde die Beteiligung an Verbrechen des Dritten Reichs nicht aufgearbeitet, zudem förderte die Opferthese beim Großteil der Bevölkerung eine nur oberflächliche Vergangenheitsbewältigung, oder wie es der Politologe Anton Pelinka zutreffend formulierte „eine Flucht aus der Geschichte.“¹³⁹

Die Zeit nach Abschluss des Staatsvertrags war geprägt durch wirtschaftlichen Aufschwung (geringe Arbeitslosigkeit, geringe Inflationsrate), außenpolitische Neutralität und innenpolitischen Konsens der beiden Parteien und der Sozialpartnerschaft, was in die sogenannte „Proporzdemokratie“ mündete. Durch die negativen Erfahrungen der Ersten Republik bedingt, einigten sich die beiden Parteien auf eine paritätische Aufteilung der politischen Verantwortung.¹⁴⁰

Mit der „Affaire Göbhart“ im Jahre 1964 kam es erstmals zu einer breiten Debatte über das nationale Bewusstsein der Österreicher, das ab 1945 nur wenig öffentlich angesprochen wurde. Dr. Franz Göbhart, der Direktor der Lehrbildungsanstalt in Graz, erhielt im Jänner 1964 eine Einladung des „Deutschen Kulturwerkes europäischen Geistes“ zu einer Filmaufführung, die er ablehnte, mit der Begründung im österreichischen Schulwesen hätten deutschnationale Umtriebe nichts verloren. Daraufhin klagten ihn die Kulturwerke mit Unterstützung der FPÖ auf Ehrenbeleidigung. Durch die eher schwachen Reaktionen, ermutigten sich deutschnationale Organisationen für den 9. April 1964 (Vorabend des 26. Jahrestages von Hitlers Volksabstimmung) einen Vortrag mit dem Titel „Sind wir Österreicher Deutsche?“ abzuhalten. Die Veranstaltung, bei der auch einschlägig bekannte Schriftsteller referieren sollten, musste jedoch aufgrund einer Gegendemonstration, bei der

¹³⁸ Vgl. Frölich-Steffen, 2003, S. 65f.

¹³⁹ Pelinka, Anton: Zur österreichischen Identität. Zwischen deutscher Vereinigung und Mitteleuropa, Wien: Überreuter, 1990, S.63.

¹⁴⁰ Vgl. Frölich-Steffen, 2003, S.66.

sich immer mehr Schuldirektoren mit Göbhart solidarisierten, untersagt werden. Auch in den Medien formierte sich eine breite Ablehnungsfront gegen neonazistische Agitation, was zu einer öffentlichen Diskussion über das nationale Bewusstsein führte. Denn „gegen die bekannte These von der Zugehörigkeit der Österreicher zum deutschen Volkstum argumentierten die Befürworter einer spezifischen österreichischen Identität mit der seit 1945 eingetretenen Festigung des Österreichbewusstseins.“¹⁴¹

Die nun zahlreichen Diskussionen in der Öffentlichkeit veranlassten auch die politischen Akteure zu einer intensiveren Beschäftigung mit der Frage des österreichischen Nationalbewusstseins. Sie kam letztendlich zu dem Schluss, dass für die Stärkung des österreichischen Nationalbewusstseins eine zusätzliche Symbolik notwendig sei. Diese wurde mit einer Beschlussfassung des Nationalrats 1965 über den österreichischen Nationalfeiertag, der nun jährlich am 26. Oktober gefeiert wird, verwirklicht.¹⁴²

Der Zeitraum von 1955 bis zum Ende der Ära Kreisky (1983) gilt, so Frölich-Steffen, als eine der wesentlichsten Phasen österreichischer Identitätsfindung.¹⁴³ Bestimmt wurde diese Phase, wie schon erwähnt, durch wirtschaftlichen Aufschwung, der Sozialpartnerschaft, aktive Neutralitätspolitik, welche 87% der Bevölkerung als wesentlich für das österreichische System und deren Identität hielten.¹⁴⁴ Ablehnend blieb man weiterhin gegenüber deutschnationalem Gedankengut, obwohl man sich auf politischer Ebene immer weniger von Deutschland distanzierte, vor allem da man sich in den wachsenden Wirtschaftsbeziehungen auch einen eigenen Nutzen erhoffte. Auf emotionaler Ebene blieb man zu Deutschland aber weiterhin distanziert, was sich vor allem im sportlichen und kulturellen Bereich durch ausgeprägtes Konkurrenzdenken bemerkbar machte.

Sport war darüber hinaus eines der wesentlichen Elemente des kollektiven österreichischen Selbstbewusstseins. Die hervorragenden Erfolge österreichischer Skisportler trugen nicht nur maßgeblich dazu bei das Selbstwertgefühl einer ganzen Nation zu heben und ein „Wir“-Gefühl entstehen zu lassen, sondern es festigte auch Österreichs Ruf als Standort für Wintersport, was nicht zuletzt einen Boom der Tourismusbranche und der Sportindustrie zur Folge hatte. Im Fußball hingegen zeigte sich dieses kollektive Selbstwertgefühl bei der

¹⁴¹ Kreissler, Felix: Der Österreicher und seine Nation. Ein Lernprozess mit Hindernissen, Wien-Köln-Graz, 1984, S. 452 zit. nach: Bruckmüller, 1996, S.37.

¹⁴² Vgl. Bruckmüller, 1996, S. 38.

¹⁴³ Vgl. Frölich-Steffen, 2003, S.72ff.

¹⁴⁴ Vgl. Frölich-Steffen, 2003, S.73.

WM 1978 in Cordoba, wo die österreichische Mannschaft die Deutsche mit 3:2 besiegte und den Grundstein für einen nationalen Mythos legte.

Die 80er Jahre waren hauptsächlich geprägt durch die Waldheim-Affäre, die eine erneute Debatte über wesentliche Elemente der österreichischen Identität auslöste. Die „Opferthese“ war in Österreich und im Großteil seiner Bürger noch immer ein fester Bestandteil des österreichischen Selbstverständnisses. Die Wahl Waldheims zum Bundespräsidenten löste nicht nur eine Debatte über seine NS-Vergangenheit aus, sondern führte auch zu einer kontroversen Diskussion über die Vergangenheit des Landes. Die vom Ausland geführte Debatte polarisierte das Land wie kaum zuvor, denn jeder konnte sich angesprochen fühlen, das persönliche Schicksal Waldheims, war das eines von vielen Österreichern, die während der NS-Zeit, wie Waldheim einmal selbst als Erklärungsversuch ausdrückte, „ihre Pflicht taten“¹⁴⁵.

Auch Pelinka sieht in der Bedeutung um die Debatte Waldheims „...das Spiegelbild des Herrn Österreicher; und eben deshalb ist es so schmerzhaft, wenn – noch dazu vom Ausland – die hässlichen Züge ebendieses durchschnittlichen Österreichers unterstrichen werden.“¹⁴⁶

Für die österreichische Identität sind die neunziger Jahre innenpolitisch vor allem der Beitritt zur EU von Bedeutung. Obwohl in der Bevölkerung Skepsis gegenüber einem Beitritt vorherrschte, da man befürchtete in dem großen Gebilde seine Identität zu verlieren, fürchtete man bei einem Nichtbeitritt, Österreich in die Isolation zu führen, wie es schon bei der Waldheim-Affaire ansatzweise zu spüren war.¹⁴⁷ Die Regierungsparteien warben in ihren Kampagnen „Ja zu Österreich. Ja zu Europa“ für ein beidseitiges, österreichisches wie europäisches Bewusstsein. Stark ablehnend gegenüber der EU agierten die FPÖ und die Grünen. Besonders Verlust der österreichischen Sprachidiome, Überfremdung aus Süd und Osteuropa, Atomkraftfreiheit sowie allgemeine Verschlechterung der umweltpolitischen Standards waren die Hauptargumente der Beitrittsgegner. Auch nach dem Beitritt 1995 riss die Debatte über eine österreichische Identität nicht ab. Unterschiedlicher Ansichten waren sich selbst die Regierungsparteien in der Frage der Neutralität, aber auch der Sozialpartnerschaft, die als wesentliche Bestandteile österreichischer Identität gelten.

¹⁴⁵ Vgl. Nick, Rainer/Pelinka, Anton: Österreichs politische Landschaft, Innsbruck: Haymon, 1996, S.112.

¹⁴⁶ Pelinka, 1990, S.45.

¹⁴⁷ Vgl. Frölich-Steffen, 2003, S.93.

4.4 Österreichische Identität und Abgrenzung zu Deutschland

Für das Verständnis einer Nation ist das Bewusstsein einer nationalen Zusammengehörigkeit, das Teilen von gemeinsamen Werten und eine gemeinsame Vergangenheit als wesentlicher konstitutioneller Faktor anzusehen.¹⁴⁸ Die Herausbildung eines österreichischen Nationalbewusstseins, wie es auch schon im vorhergehenden Kapitel (vgl. 4.3) skizziert wurde, kristallisierte sich in der Zweiten Republik heraus, wo man zum ersten Mal dezidiert von einer österreichischen nationalen Identität sprechen kann.

Als Prüfstein für die nationale Identität der Österreicher sieht Albert Reiterer in der Diskussion um die Zugehörigkeit zu Deutschland. Zweifel an der nationalen Existenz Österreichs, zumindest in marginalen Gruppen und Kreisen der Öffentlichkeit, drückte sich vor allem in der Diskussion um die Unterscheidung Österreichs als Konsensualnation oder Kulturnation (vgl. dazu Kapitel 4.1.1) aus. Nach Auffassung der deutschen romantischen Tradition des 19. Jahrhunderts (Herder) orientierte sich die Kulturnation hauptsächlich über Sprache, Kultur oder Geschichte. Unter dieser Berücksichtigung war es naheliegend, dass viele Intellektuelle und Politiker des 19. Jahrhunderts, den deutschsprachigen Teil der Habsburgermonarchie, sowie später der Republik Österreich zur deutschen Nation zählen wollten.¹⁴⁹ Auch heute noch ist dieses Verständnis ein aktuelles Thema, das vor allem von Politikern des deutschnationalen Spektrums (FPÖ...) aufgegriffen wird.¹⁵⁰

Dass sich das Österreich der Zweiten Republik so stark von Deutschland und dem deutschen Nationsbegriff emanzipierte, lag vor allem auch im Bewusstsein der Jahre der Fremdherrschaft, zuerst des Nationalsozialismus und später der Periode der alliierten Besatzung (durch die Abgrenzung sah man sich auch im Vorteil begünstigt, die Österreich in seiner Selbstdarstellung als besetztes und quasi-nichtdeutsches Land hinsichtlich einer bevorzugten Behandlung der Siegermächte und auf sein Image in der Weltöffentlichkeit

¹⁴⁸ Vgl. Reiterer, Albert (Hg.): Nation und Nationalbewusstsein in Österreich. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, Wien: VWGÖ, 1988, S.157.

¹⁴⁹ Vgl. Reiterer, Albert: Österreichische Nation – deutsche Kultur – europäische Identität? In: Nowotny, Helga/Taschwer, Klaus (Hrsg.): Macht und Ohnmacht im neuen Europa: zur Aktualität der Soziologie von Norbert Elias; Wien: WUV-Univ.Verl., 1993, S.107.

¹⁵⁰ Bestes Beispiel ist der Ausspruch des damaligen Bundesparteiobmanns der FPÖ Jörg Haider und die damit verbundene heftige Kontroverse von der österreichischen Nation als ideologische Konstruktion oder wie es Haider nannte, als „ideologische Missgeburt“, von dessen Ausspruch er sich kurze Zeit später jedoch distanzierte und seine Partei (FPÖ) als die „klassische österreichpatriotische Partei“ definierte. (vgl. dazu Bruckmüller, 1996, S.40.)

erwartete. Die alleinige Verantwortung am Zweiten Weltkrieg und seinen Gräueltaten konnte so ausschließlich Deutschland zugesprochen werden).¹⁵¹ Gerade darin lag die Propagierung der österreichischen Nation als einer Willensnation, wonach der kollektive Wille eines Landes zu Freiheit, Unabhängigkeit und staatlicher Souveränität bestand.

Gleichzeitig griff man aber auch den deutschen Nationsbegriff auf, jedoch um sich propagandistisch noch deutlicher von Deutschland hervorzuheben, indem keine Möglichkeit verpasst wurde, die „eigenen“ kulturellen Besonderheiten zu betonen. Ein Argument, das innenpolitisch die „Mentalitätsunterschiede“ hervorheben sollte und die „Anti-Piefke“-Ressentiments in Österreich zusätzlich verstärkte.¹⁵² Einerseits wurde also eine antideutsche Stimmung zum Grundtenor, andererseits wurden viele altösterreichische Klischees wiederbelebt, die eben dazu dienten „das eigene Haus wohnlich einzurichten.“ Dabei machte man nicht Halt, als Ausdruck des neuen Identitätsverständnisses und der Suche nach dem „Österreichischen“ auf (alt)-österreichische Traditionen zurückzugreifen, was sich besonders in Musik (Neujahrskonzert, Opernball), Heimatfilme oder sonstigen kulturellen Veranstaltungen (Festspiele, Burgtheater etc.) manifestierte.¹⁵³ Nichts erinnerte mehr an das Bekenntnis vieler führender Politiker zum deutschnationalen Bewusstsein der Ersten Republik, die Jahre 1918 – 1945 wurden nicht zum „großen Erbe“ gerechnet und verdrängt.

Das nationale Bewusstsein sollte ein österreichnationales Bewusstsein sein, wodurch die von der Deutschen so unterschiedliche „österreichische Wesensart“ betont wurde, und sich bald zu einem nationalen Verständnis verdichtete. Dieses innere Selbstverständnis der Österreicher wurde spätestens durch die Waldheim-Krise erschüttert. Eine Auseinandersetzung mit der dunklen Vergangenheit der Geschichte und einer dezidierten Aufarbeitung blieb bis zur Waldheim-Debatte, die der Legende von Österreich als Opfer des Nationalsozialismus ein Ende gemacht hat, unvollständig.¹⁵⁴ Auch die Frage des Verhältnisses zu Deutschland fand kaum Erwähnung. Diese Debatte betreffend meint auch Bruckmüller, dass „das österreichische Nationalbewusstsein seit 1986 nicht mehr

¹⁵¹ Vgl. John, Michael: „Wenn ich einen Deutschen sehe, werde ich zum lebendigen Rasenmäher“. Deutsche und Österreicher im Fußballsport. Zur Genese einer Erzfeindschaft; in: Rathkolb, Oliver/Schmid, Georg/Heiß, Gernot (Hrsg.): Österreich und Deutschlands Größe. Ein schlampiges Verhältnis; Salzburg: Otto Müller Verlag, 1990, S. 150.

¹⁵² Vgl. Menasse, 1993, S. 19.

¹⁵³ Vgl. Wodak, 1998, S.132.

¹⁵⁴ Vgl. Coudenhove-Kalergi, Barbara: Die österreichische Doppelseele, in: Rathkolb, Oliver/Schmid, Georg/Heiss, Gernot (Hrsg.), 1990, S.60.

ausschließlich positive Konnotationen (antinazistisch usw.) hervorrufen kann, sondern auch mit Vorwürfen des *bewussten Vergessens*¹⁵⁵ und Verdrängens verbunden werden konnte.¹⁵⁶ Und Anton Pelinka, wie Matzner-Holzer bemerkt, meint dazu passend, „österreichische Identität wäre nur die Flucht aus der deutschen Verantwortung, dabei habe es sich für Österreich bezahlt gemacht, nicht deutsch sein zu wollen.“¹⁵⁷

Viele Autoren sehen aber immer noch eine starke Affinität der Österreicher zu Deutschland. Das Verhältnis zwischen den beiden Staaten hat sich nicht zuletzt auch durch die wirtschaftliche Abhängigkeit Österreichs zu Deutschland entspannt. Barbara Coudenhove-Kalergi spricht gar von der österreichischen Seele als Doppelseele, wonach die Grundeinstellung zum deutschen Nachbarn, die der Ambivalenz ist.¹⁵⁸ Die Abgrenzung und die bewusste Betonung der eigenen Werte bzw. die Hervorhebung der eigenen Leistungen sind vor allem für ein kleines Land, wie es Österreich ist, dort von großer Bedeutung, wo die Konkurrenz von Ähnlichem oder Verwandtem besonders bedrohlich erscheint. Für Österreich bedeutet dies, dass die Auseinandersetzung mit dem Staat und dessen Legitimität daher auch immer eine solche mit dem Gegenpol Preußen/Deutschland war.¹⁵⁹

Identität, so Anton Pelinka, ist dabei auch immer eine Auseinandersetzung mit dem, was man nicht sein will. Vor allem da die österreichische Identität in den Anfangsjahren der ersten Republik mit Deutschland noch so eng verbunden war, musste die neue Identität Österreichs die Abgrenzung gegenüber Deutschland auch entsprechend artikulieren. Deutschland, so Pelinka, ist das *defining other* der österreichischen Identität, wie sie sich seit 1945 entwickelt hat.¹⁶⁰

Auch da es der jungen Republik noch an positiven Identifikationsfiguren mangelte, versuchte man bei jeder Gelegenheit das „typisch Österreichische“ zu betonen, das, so

¹⁵⁵ Bruckmüller (1996, S.41) verweist hier auf Ernest Renan, der nicht nur auf die Bedeutung des kollektiven Erinnerns, sondern auch des kollektiven Vergessens hinweist: „...Das Vergessen- ich möchte fast sagen: der historische Irrtum – spielt bei der Erschaffung einer Nation eine wesentliche Rolle, und daher ist der Fortschritt der historischen Studien oft eine Gefahr für die Nation...Es macht...das Wesen einer Nation, dass alle Individuen etwas miteinander gemein haben, auch, dass sie viele Dinge vergessen haben.(...)“

¹⁵⁶Vgl. Bruckmüller, 1996, S.43.

¹⁵⁷ Matzner-Holzer Gabriele: *Verfreundete Nachbarn. Österreich-Deutschland Ein Verhältnis*; Wien: Edition Atelier, 2. überarbeitete Auflage, 2005, S.49.

¹⁵⁸ Vgl. Coudenhove-Kalergi, 1990, S.56.

¹⁵⁹ Pirkel, Wolfgang: „Der Österreicher ist der staatenlose Deutsche älteren Stils“. *Abgrenzungsversuche der Zwischenkriegszeit*, in: Rathkolb, Oliver/Schmid, Georg/Heiss, Gernot (Hrsg.), 1990, S.111f.

¹⁶⁰ Pelinka, Anton: Nur nicht deutsch. In: *Die Zeit*, 06.07.2006, Online im WWW unter URL: <http://www.zeit.de/2006/28/509-WM?page=2> (Zugriff am 06.05.2008)

Pirkl, nichts anderes ist als ein emotional gut verankertes Klischee, das individuelle und kollektive Verhaltensweisen benennt und bewertet (positiv wie negativ). Dieses Wertes steht offenbar immer im Verhältnis des Messens und Vergleichens mit den Deutschen, sei dies nun auf wirtschaftlicher, kultureller oder sportlicher Basis. Dass überhaupt so gedacht und gefühlt wird, hat wiederum mit der ambivalenten Bindung und der nicht wegzuleugnenden Geschichte zu Deutschland zu tun.¹⁶¹

Ausschlaggebend für das österreichische Nationalbewusstsein war zweifelsohne die Erfolgsgeschichte der Zweiten Republik. Während in einer durchgeführten Studie des Fessel-Instituts zum österreichischen Bewusstsein im Jahre 1956 nur 49% die Frage, ob Österreicher ein eigenes Volk seien, bejahten (46% bekannten sich dagegen zum deutschen Volk), war die Zustimmung in den 70er und 80er Jahren bereits eine ungleich höhere. In der Studie der Paul-Lazarsfeld-Gesellschaft 1980 bekannten sich 86% zur österreichischen Nation. Hier entwickelte sich vor allem der Sport als Aushängeschild, der mit 90% an Zustimmung gar an erster Stelle der identitätsstiftenden Faktoren der Zweiten Republik eingestuft wurde.¹⁶²

Neben all den Faktoren, die mitentscheidend für die Herausbildung eines österreichischen Bewusstseins waren, hatte der Sport eine große Bedeutung für die junge Republik, die sich besonders im Skisport und im Fußball finden ließ. Jindrich D. bezeichnet die zwei Disziplinen sogar als „die einzigen Gelegenheiten, die den schlummernden Patriotismus der Österreicher zu wecken imstande sind.“¹⁶³ Im Vordergrund steht dabei in erster Linie die sportliche Rivalität zu Deutschland, die nicht nur in der Nachkriegszeit, sondern auch heute noch genauso präsent ist. Die Beziehung der Österreicher zu den Deutschen beschreibt Matzner-Holzner so:

„Natürlich hat Österreich auch mit Deutschland viel, sehr viel gemein. Sympathien und Verbundenheitsgefühle der Österreicher gelten in erster Linie den Deutschen. Sie sind heute bei den meisten völlig frei von Anschlussgelüsten, wenn auch nicht von Minderwertigkeitsgefühlen und heimlichen Ressentiments, die bei sportlichen Wettkämpfen bisweilen als geradezu neurotisches Selbstbetätigungsbedürfnis besonders auffällig zutage treten.“¹⁶⁴

¹⁶¹ Vgl. Pirkl, 1990, S. 116.

¹⁶² Vgl. Bruckmüller, 1996, S. 61ff.

¹⁶³ Lion, Jindrich: Typisch österreichisch. Hintergründig-Heiteres aus der Alpenrepublik. Freiburg-Basel-Wien: Herder, 1989, S.135.

¹⁶⁴ Matzner-Holzer, 2005, S.174.

In den kommenden Kapiteln wird noch näher auf den Sport und seinen Beitrag zum österreichischen Nationalbewusstsein eingegangen werden, das sich auch anhand der Rivalität der beiden, wenn man so will „ungleichen Brüder“¹⁶⁵ Österreich und Deutschland messen lässt.

¹⁶⁵ Der Historiker Matthias Pape beschreibt in seinem Buch „Ungleiche Brüder. Österreich und Deutschland 1945-1969“ über das österreichisch-deutsche Verhältnis dieser Zeit, das just bis heute wirkt.

4.5 Sport und Nation

„Im Sport liegt die Stärke
der Nation.“¹⁶⁶

Der Sport ist für die Nation deshalb von so großer Bedeutung, weil er einerseits die Möglichkeit der persönlichen Partizipation bietet, andererseits emotionale Ausdrucksformen bereithält, die die Nation greifbar machen, wie etwa Hymnen, Nationaltrikots, Medaillenspiegel etc. Diese nationale Symbolik verfolgt den Zweck, dass sich die Angehörigen einer Nation auch als deren wahrnehmen und sich mit ihr identifizieren, verleiht also der Nation ihre Gestalt. Der Sport trägt in diesem Sinne auch zur Hervorhebung der eigenen sowie im selben Ausmaß zur Abgrenzung der anderen Nation bei. Dies macht sich besonders im sprachlichen Ausdruck bemerkbar. Die Identifikation mit der Mannschaft oder mit dem Athleten wird dabei meist anstelle des unpersönlichen „man“ durch ein „wir“ ausgedrückt, indem „wir gewonnen“, „wir es geschafft haben“ etc. Jeder der sich dabei durch die Mannschaft oder den Athleten repräsentiert fühlt, wird selbst zum Mitglied der Gemeinschaft, in diesem Falle der Nation.¹⁶⁷

4.5.1 Sport und seine Bedeutung für die kollektive Identität

Kollektive Identität, so Dolic, entsteht dort, wo sich mehrere Individuen auf eine gemeinsame Grenzziehung einlassen.¹⁶⁸ Diese Grenzziehung oder auch Exklusion dient dazu, das „Eigene“ vom „Anderen“ unterscheidbar zu machen. In der heutigen Moderne spielt der Begriff eine bedeutende Rolle. So bietet der Identitätsbegriff, wie Giesen anmerkt, „stabile, unüberbietbare und unhinterfragbare Bezugspunkte in einer

¹⁶⁶ Mosse, George L.: Nationalismus und Sexualität. Bürgerliche Moral und sexuelle Normen, Reinbeck bei Hamburg, 1987, S. 166.

¹⁶⁷ Wagner, Christoph/Henrichs, Christoph: Die Rolle des Sports in Gesellschaft und Politik, In: Servicestelle Politische Bildung (Hrsg.): Infoblatt der Servicestelle Politische Bildung Nr. 3/ Oktober 2003, S.10 http://content.tibs.at/pix_db/documents/info_blat_sport_politik.pdf (Zugriff am 27.3.2009)

¹⁶⁸ Dolic, Dubravok: Die Fußballmannschaft als „Trägerin nationaler Würde“? Zum Verhältnis von Fußball und nationaler Identität in Kroatien und Bosnien-Herzegovina in: Zentrum für Europa- und Nordamerika-Studien (Hrsg.): Fußballwelten. Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft, Opladen: Leske und Budrich, 2002, S. 157.

Gesellschaft, deren Grenzen in Bewegung geraten sind“.¹⁶⁹ Das Individuum strebt nach Anhaltspunkten für seine Identität, nach Gemeinsamkeiten, die in einer sich ständig verändernden Gesellschaft nicht mehr transparent genug sind. Kollektive Identität, so Giesen, gründet sich dann auf eine gemeinsame Vergangenheit oder der Vorstellung einer gemeinsamen Zukunft an der Außenstehende nicht teilhaben oder die nicht von ihnen geteilt wird.¹⁷⁰ Gemeinsamkeiten beziehen sich vor allem auf Bekanntes, die sich Individuen in derselben Gemeinschaft teilen, wie etwa die Sprache, Kultur oder Religion. Aber auch der Sport bietet eben jene Gemeinsamkeiten, die sich Individuen in einer Gesellschaft teilen. Der Mediensport folgt klaren festgelegten zeitlichen sowie räumlichen Strukturen, was ihn nicht zuletzt deshalb so einfach und allgemein verständlich macht, dessen Wichtigkeit Krokov folgendermaßen beschreibt:

"Wir leben [...] in einer Welt, aus der die Grenzen verschwinden. [...] Im globalen Dorf herrscht das babylonische Stimmengewirr, das die Spezialisierung mit sich bringt. Immer weniger Leute verstehen einander. [...] Es gibt einen Ausnahmebereich und im Grunde nur diesen: den Sport. (...) Die Sprache des Sports schlägt uns in ihren Bann, weil sie raffiniert einfach ist. Jeder kann sie ohne Vorbildung verstehen. [...] Wir sehen und verstehen die Freudentänze der Sieger wie die Tränen der Verlierer, und wir fühlen mit ihnen."¹⁷¹

Sport, vor allem sei hier der Wettkampfsport genannt, beinhaltet in jeder nationalen Kultur bestimmte Handlungen und Geschichten. Wir geben diesen Geschichten und Handlungen einen Sinn, der uns wiederum zwischen eigenen und anderen Handlungen unterscheiden lässt. Die Geschichten, die der Sport schreibt, wie etwa im Fußball, sind vor allem für die Nation, in der Menschen leben und mit der Menschen sich identifizieren, von Bedeutung, und schaffen so Identität. Die Nation erhält ihre Bedeutung von den Geschichten, die über sie erzählt werden, aber auch von den Erinnerungen, die die Gegenwart einer Nation mit ihrer Vergangenheit verbindet (vgl. dazu Kapitel 4.2.1- „nationale Identität ist ein Produkt von Diskursen“).¹⁷²

¹⁶⁹ Giesen, Bernhard: Kollektive Identität und Exklusion, In: Giesen, Bernhard (Hrsg.): Nationale und kulturelle Identität, Frankfurt am Main, 1991, S.341.

¹⁷⁰ Vgl. Giesen, 1999, S.25.

¹⁷¹ Krokov, Christoph Graf von In: Die Zeit am 19.07.1996 Zit. nach: Wagner /Henrichs, 2003, Onlinedokument, S.8.

¹⁷² Vgl. Maguire, Joseph: Global sport: identities, societies, civilizations, Oxford: Polity, 1999, S. 177.

Dass die Bedeutung des Sports für die nationale Identität schon sehr früh keine unbemerkte blieb, bemerkte Hobsbawm in „the invention of the tradition“¹⁷³, dass sich bereits in den letzten drei Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts viele Sportarten auf nationaler aber auch internationaler Bühne institutionalisierten, und ab diesem Zeitpunkt Sport und nationale Identität nicht mehr voneinander zu trennen waren. Nationale Identifikationsstrukturen kommen gerade bei Großereignissen, vor allem im Fußball, zu tragen. Für zumindest die Dauer der Spielzeit werden Einzelne, unabhängig ihrer sozialen Herkunft, in das Kollektiv der Gemeinschaft integriert. Werden also, um sich auf Anderson zu beziehen, zu einer „imagined community“, einer vorgestellten Gemeinschaft, deren Identifikationspotential, in spezifischen Situationen des realen Lebens (zum Beispiel eines Fußballspiels) zum Ausdruck kommt.

Nirgendwo sonst findet die „gefühlte“ Einheit einer Nation besseres Gehör und Ausdruck als in der Partizipation der verschiedensten Menschen am sportlichen Geschehen, sei es nun im Stadion direkt vor Ort, oder in den bei der Weltmeisterschaft in Deutschland 2006 schon so populär gewordenen „Public Viewing Areas“.¹⁷⁴ Der Wiener Rathausplatz, während der Europameisterschaft der größte „Public Viewing“ Bereich, glich mit an die hunderttausend Besucher, beim Gruppenspiel Österreich gegen Deutschland, einem rot-weiß-roten Fahnenmeer. So merkte auch Christian Mayr von der Wienerzeitung an, dass wohl noch „nie so viele Menschen die eigene Hymne so inbrünstig mitgesungen hätten, und derjenige, der weder Gesichtsbemalung, noch Flagge zeigte, als fader Patriotismus-Verweigerer galt“.¹⁷⁵

Gemeinsame Symbole sind auf der emotionalen Ebene enorm wichtig, vermitteln sie einerseits ein Zugehörigkeitsgefühl, andererseits fungieren sie als Bindeglied zwischen Individuen und der Nation. Diese Symbole verstärken die Vorstellung der Beziehung auf der Ebene des individuellen und kollektiven Erlebens und bilden zudem die Substanz, die eine Gemeinschaft zusammenhält bzw. verbindet.

¹⁷³ Vgl Hobsbawm, E./Ranger, T. (eds): The invention of tradition. Cambridge University Press: Cambridge, p.298. Zit. nach Maguire, 1999, S. 177.

¹⁷⁴ Scheuble / Wehner, 2006, Onlinedokument.

¹⁷⁵ Mayer, Christian: Patriotismus – Initialzündung oder nur Strohfeuer?, Wien. 18.06.2008.

<http://wienerzeitung.at/Desktopdefault.aspx?TabID=4649&Alias=sport&cob=356028¤tpage=9>
(Zugriff am 04.02.2009)

So dienen Fahnen, Hymnen, oder auch nationale Mannschaften zur Mobilisierung und Identifikation für große Menschenmassen.¹⁷⁶ Beim gemeinsamen Absingen der Nationalhymne, Feiern von Siegen, Schwenken von Fahnen etc. wird der Einzelne zu einem Angehörigen der jeweiligen (vorgestellten) Gemeinschaft. Durch diese Art der kollektiven Rezeption von Sport entsteht ein kollektives „Wir-Bewusstsein“ („wir haben gewonnen/verloren“ etc.), wobei die Sportler als Repräsentanten der vorgestellten Gemeinschaft fungieren, jeder „einzelne aber, und wenn er nur Spieler anfeuert, selbst zum Symbol seiner Nation wird“.¹⁷⁷

Das inkludiert natürlich auch die damit verbundene Abgrenzung zu einer anderen „imagined community“. Das „Wir-Bewusstsein“ einer Nation definiert sich auch durch das „Andere“, das außerhalb. Der Sport dient dabei als Vermittler über das Wissen wer, was und wie „Wir“ nicht sind, indem er bewusst das „Eigene“ durch das „Andere“ definiert, trägt er unweigerlich zur Verfestigung, Erhaltung oder Ausbildung einer nationalen Identität bei.¹⁷⁸

Was uns schließlich, so Giesen, darüber Auskunft gibt, zwischen „Eigenem“ und „Anderem“ zu unterscheiden, sind diverse Codes.¹⁷⁹ Ein solcher Code wäre zum Beispiel, die impliziten Verhaltensregeln einer sozialen Gruppe zu kennen¹⁸⁰, wie etwa Sprache Kultur etc. Auf den Sport und hier besonders auf den Fußball bezogen, wären solche Codes unter anderem Fangesänge, Nationalfarben, Nationaldressen und dergleichen.

Auch Stereotypisierungen tragen im starken Maß zur Identifikation bei. Sie helfen „das Eigene“ vom „Anderen“ zu unterscheiden. Besonders bei Spielen von Nationalmannschaften kommt es zur Verwendung von nationalen Stereotypen. Fußballspiele, deren Begegnungen a priori historische Brisanz vermitteln, und somit in ihrer Bedeutung höheren Stellenwert genießen, sind auch stärker durch Stereotype und Vorurteile geprägt. Martinez meint, dass diese Art der Typologisierung notwendig sei, um sich mit einer Mannschaft zu identifizieren und eine konstante „Wir-Identität“ herzustellen. Fußballmannschaften bieten Gruppenidentitäten an, die heute mehr denn je

¹⁷⁶ Bruckmüller, 1994, S.65.

¹⁷⁷ Hobsbawm, Eric J: Nationen und Nationalismus: Mythos und Realität seit 1780, Frankfurt/New York, 1991, S.168.

¹⁷⁸ Vgl. Marschik, Matthias: Österreich und Europa – Österreich im Sport. Anmerkungen zum Beitrag des Sports zur nationalen Identität, Wien, 1998, S.19, Online im WWW unter URL: <http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/identitaet/24marsch.pdf>, (Zugriff am 03.03.2009)

¹⁷⁹ Vgl. Giesen, 1999, S. 26.

¹⁸⁰ Vgl. Giesen, 1991, S. 352.

gebraucht werden, denn aufgrund der sich ständig ändernden sozialen Bezugspunkte, bräuchten wir, so Martinez, solche kollektiven Identitäten als Kompensationen.¹⁸¹ Ob und wie stark Stereotype in der EM-Berichterstattung zur sportlichen Rivalität Österreich gegen Deutschland verwendet werden, wird die Analyse im zweiten Teil der vorliegenden Arbeit zeigen. Es kann jedoch gesagt werden, dass die sportliche Rivalität zwischen Deutschland und Österreich, wie es auch noch angesprochen werden wird, nicht nur historisch bedingte Brisanz vermuten lässt, sondern auch immer nationale Befindlichkeiten eine Rolle spielten.

4.5.2. Fußball und Identifikation

Sowohl der Fußballsport selbst, als auch in seiner in den Medien aufbereiteten Art, intensivieren das Zugehörigkeitsgefühl zu einer Mannschaft bzw. zur eigenen Nation, beeinflussen aber auch, so Schwier, in nachhaltiger Weise das Selbstbild der eigenen Nation wie auch die Fremdwahrnehmung einer anderen Nation.¹⁸² Der Fußballsport lebt von starken Emotionen, die von einem gemeinsamen Kollektiv wahrgenommen und geteilt werden. Siege, vor allem historische Siege, leben im kollektiven Gedächtnis weiter, wie etwa der Sieg der österreichischen Nationalmannschaft über Deutschland bei der Weltmeisterschaft 1978, der als Mythos von Cordoba in die österreichische Sportgeschichte einging.

Schwier schreibt dem Fußballsport aufgrund seiner globalen Bedeutung zudem eine Repräsentationsfunktion zu, indem wir uns ein Bild von einem Land über ihre jeweilige Fußballkultur machen. Gerade in der Interpretation von Spielkultur liegt auch die Identifikation mit der eigenen (Spiel)-Kultur zugrunde. So stehen sich beispielsweise deutsche Tugenden wie Disziplin, Effizienz, Einsatzwille und Ordnung, brasilianisches „Lebensgefühl“, oder aber auch südländisches Temperament gegenüber. Zuordnungen, die per se nationale Stereotypen enthalten und zu einer „Wir“-„Ihr“-Unterscheidung beitragen. Auch Christian Bromberger verweist auf diese Art der Identifikation über den Fußballsport, denn die fundamentalen Werte, die eine Gesellschaft ausmachen, so Bromberger, „wie etwa die Identitäten, die wir teilen, Wettkampf, Performance, die Rolle, die das Schicksal, die Ungerechtigkeit und Betrugerei im Laufe des individuellen und

¹⁸¹ Vgl. Martinez Matias: Warum Fußball? In: Martinez, Matias (Hrsg.) Warum Fußball? Kulturwissenschaftliche Beschreibungen eines Sports, Bielefeld: Aisthesis Verl., 2002, S. 24.

¹⁸² Vgl. Schwier, 2006, S. 85

kollektiven Lebens spielen“¹⁸³, würden in ähnlichem Maße auch beim Fußball zu tragen kommen.

Der Fußballsport lebt natürlich auch von seinen Geschichten, von ewigen Duellen, von Außenseitersiegen, von seinen Selbstdarstellern, von den Mythen, die mit jeder Epoche einhergehen und hauptsächlich von den Massenmedien weitertransportiert und zum richtigen Zeitpunkt berichtet werden. Dabei neigen die Massenmedien, so Schwier, noch immer dazu, in ihrer Berichterstattung die Dimensionen des Nationalbezugs und eines „Wir-Bewusstseins“ stärker zu thematisieren, als etwa die dem Sport zugeschriebene Funktion der Völkerverständigung und des Kosmopolitismus.¹⁸⁴

Dadurch kommt es auch unweigerlich zu einer Schaffung von nationalen Werten und Stereotypen, die im kollektiven Gedächtnis Platz finden. Fußballereignisse genießen größte öffentliche Aufmerksamkeit und bieten gerade deshalb „imaginierten Gemeinschaften“ einen Schauplatz, hier die Fußballbühne, zum nationalen Selbstdarstellungsprozess, den nirgends sonst kann man sich international besser präsentieren und seine spezifische Eigentümlichkeit besser vermarkten, als bei einem Großereignis. Man bedenke nur die immer größer werdenden Eröffnungszeremonien, die hauptsächlich dazu dienen sollen, einen bleibenden Eindruck im Gedächtnis der Menschen hervorzurufen.

Dieser nationale Selbstdarstellungsprozess wird natürlich in einem beträchtlichen Ausmaß auch von den Medien mitgestaltet, die die Möglichkeit nutzen, um die Abgrenzung des „Eigenen“ vom „Anderen“ hervorzuheben bzw. das „Eigene“ in einer positiven nationalen Weise zu präsentieren.

Fußballmannschaften hätten dabei aber auch die Aufgabe das „Bild und die Vorstellungen, das ein Land von sich besitzt, in möglichst effizienter Weise zu erfüllen“¹⁸⁵, und die eigenen Werte und Ideale zu verbreiten. So verwundert es nicht, dass der Mediensport patriotische Grundstimmungen und ethnozentristische Sichtweisen zeichnet, die die Mannschaft bzw. den Athleten in genau jenem Bild darstellt, das dem eigenen nationalen Identitätsprofil am nächsten kommt.

Zudem kommt es durch diese subtile „Wir-Identifikationskampagne“ der Medien auch zu einer, wenn auch unbewussten, Stigmatisierung des jeweiligen Gegners, vor allem mit allzu leichtfertig verwendeten Stereotypen und Klischees. Liz Crolley und David Hand

¹⁸³ Bromberger, Christian: Fußball als Weltsicht und Ritual, in: Bellinger, Andrea/ Krieger, David J.(Hrsg.): Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch, Opladen, 1998, S. 300, zit. nach: Schwier, 2006, S. 85.

¹⁸⁴ Vgl. Schwier, 2006, S.85.

¹⁸⁵ Schwier, 2006, S. 86

gehen davon aus, dass der Medienfußball klare Konzepte der Identität und Differenz verfolgt und in unbewusster Weise nationalistische, xenophobische oder latent rassistische Äußerungen benutzt:

“However, as we have seen, when football is mediated [...] the accent is placed upon difference, upon that which divides rather than unites, upon that which is distinctive in terms of identity [...] Indeed, European football writing is a highly referential form of discourse. Print media text in this area frequently refer to wider realities outside the footballing context and build upon certain often ideological presuppositions that underpin Europeans` sense of nationhood.”¹⁸⁶

Der Sportjournalismus hat, wie man hier deutlich sieht, auch eine gesellschaftliche Verantwortung inne, will er nicht nationale Stereotypen und Klischees eher widerlegen, als diese zu verstärken. Diese Verantwortung wird jedoch nicht immer wahrgenommen. Vor allem Printmedien, die im täglichen Kampf um Absatz und somit der „effizientesten“ Schlagzeile stehen, greifen vermehrt zu Mustern der „Wir-Identifikation“ und appellieren an nationale patriotische Gefühle (in Kapitel 2.2 wurde bereits über Struktur- und Funktionsmerkmale von Medien diskutiert).

Dass der Fußballsport, zumindest der mediatisierte, auch in eine globale Richtung lenkt, wurde vor allem in den letzten Jahren deutlich. In den meisten Klubs spielen Spieler aus unterschiedlichen Nationen, was sich schließlich auch auf die Dimension des Nationalbezugs erheblich auswirkt. Größeres Verständnis für fremde Kulturen wird unter anderem auch durch vermehrten Kontakt zu eben jenen erschaffen. Spieler aus allen Ländern der Welt spielen in den Topligen Europas, die sich wiederum in einer „europäischen Meisterschaft“, der Champions League duellieren. Durch diesen Austausch der Kulturen kommt es auch unweigerlich zu einer Verlagerung der Identifikation zu einem Spieler oder einer Mannschaft.

Man bewundert jetzt das brasilianische Genie Ronaldinho, die Spielweise des FC. Barcelona, den neuen erfrischenden schnellen Fußball in England etc. Vor allem durch die Kommerzialisierung des Medienfußballs wird die Grenze des Nationalen immer weiter nach hinten gerückt. Das Publikum erfährt jede Information zum globalen (europäischen) Fußballgeschehen durch die gegenwärtige Sportberichterstattung an Ort und Stelle und ist

¹⁸⁶ Crolley, Liz/Hand, David: Football, Europe and the press, London, 2002, S. 157f, zit. nach: Schwier, 2006, S. 88.

somit auch nicht in seiner identifikatorischen Ausrichtung an nationale, räumliche und soziale Gegebenheiten gebunden.¹⁸⁷

Fußball gibt, so Bausenwein, voneinander unbekanntem Menschen das Gefühl „ein Teil eines Großgebildes“¹⁸⁸ zu sein, unabhängig nationaler Gemeinschaften teilen Menschen gemeinsame Identifikationen und Zugehörigkeiten. Dass bei einem Fußballgroßereignis jedoch wieder eigene Identifikationsgesetze gelten, zeigt alleine die Tatsache, welche Emotionen ein solches Großereignis loszutreten imstande ist. Die Sportberichterstattung versucht natürlich gewisse Themen in ihre Berichterstattung aufzunehmen und davon zu profitieren. Durch die vermehrte Thematisierung des Nationalen trifft sie nicht nur die Stimmung in der Bevölkerung, sondern verstärkt sie zudem noch. In der englisch- und deutschsprachigen Forschung besteht, so Schwier, weitgehend eine Übereinstimmung darin, dass durch die Inszenierung von sportlichen Großereignissen durch die Massenmedien, Stereotypen tradiert werden, das bevorzugte Selbstbild jener Länder reproduziert wird, in denen sie die Rezipienten erreichen wollen, sowie nationale Gefühle und „Wir-Identifikationen“ verstärkt werden.¹⁸⁹

Die Faszination an der eigenen Nationalmannschaft hat in einem gewissen Sinne dem Globalisierungsprozess im Fußball standgehalten bzw. erfährt bei Großereignissen eine immense Resonanz. In den elektronischen Medien wird nicht nur der sportliche Wettkampf zum Ereignis, sondern auch, so Leggewie, die Berichterstattung darüber.¹⁹⁰ So kommt es etwa zu mehrstündiger Vor- und Nachberichterstattung, Expertenrunden, Momentaufnahmen, Darstellung der Wettkampf-Stätten, Rückblenden auf Vergangenes, Rückgriff auf die eigene Geschichte usw. Auch die Printmedien setzen auf eine verstärkte Berichterstattung während einem derart bedeutendem Großereignis, wie etwa einer Erweiterung des Sportteils durch Extrabeilagen, Gewinnspiele usw. Das fördert natürlich, wenn auch indirekt, den nationalen Diskurs.

¹⁸⁷ Vgl. Knoch, Hanno: „Gemeinschaft auf Zeit. Fußball und die Transformation des Nationalen in Deutschland und England“ in: Zentrum für Europa und Nordamerika-Studien (Hrsg.), 2002, S.119.

¹⁸⁸ Vgl. Bausenwein, Christoph: Geheimnis Fußball. Auf den Spuren eines Phänomens, Göttingen: Verl. Die Werkstatt, 1995, S. 180.

¹⁸⁹ Vgl. Schwier, 2006, S. 86.

¹⁹⁰ Vgl. Leggewie, Klaus: „Marke Deutschland“ – Sport als Medium kollektiver Identität im Globalisierungsprozess. In: Schwier, Jürgen/Leggewie, Klaus (Hrsg.): Wettbewerbsspiele. Die Inszenierung von Sport und Politik in den Medien. Frankfurt/Main, Campus Verlag, 2006, S. 114.

4.6. Der Beitrag des Sports zum österreichischen Nationalbewusstsein

Der Sport gilt als ein wesentlicher Bestandteil beim Aufbau und der Entwicklung des Österreichbewusstseins in der Zweiten Republik. So gebe zwar der Staat die politischen und ökonomischen Strukturen als Rahmenbedingungen eines Nationalbewusstseins vor, erfahren werde dieses aber, wie Marschik anmerkt, auf einer anderen Ebene.

„Wer „wir“ sagt und damit „Österreich“ meint, der identifiziert sich nicht über österreichische Politik oder Thomas Klestil, sondern über Helden des Alltags, von Mozart bis Falco, von Hans Moser bis Arnold Schwarzenegger und von Toni Innauer bis Hermann Maier.¹⁹¹

Besonders in den Anfangsjahren der Zweiten Republik spielte der Sport eine wichtige Rolle. Zum einen gab es eine Aufbruchsstimmung und es entstand ein Gefühl neu-aufkommender Identität, zum anderen waren die Wirren des Krieges noch präsent, es fehlte der jungen Republik an positiven Identifikationsmustern und es bedurfte eines aktuellen Beweises der eigenen Lebensfähigkeit, den ein Großteil der Österreicher im Sport fand.¹⁹²

Dabei schaffte es der Sport nicht nur nationalen Aufbruch zu signalisieren, sondern durch die Erfolge österreichischer Sportler wurde auch die Lebens- und Leistungsfähigkeit Österreichs unter Beweis gestellt. Der Erfolg muss dabei in einem weiten Sinne gesehen werden, denn sportlicher Erfolg (ver-)hieße auch wirtschaftlicher Erfolg. Vor allem war es der Wintertourismus, der von den Erfolgen der Sportler profitierte, indem sie ein Stück österreichisches Kulturgut in die (Sport-)Welt transportierten. Dass sich der Sport in diesen Jahren zu einem massenkulturellen Phänomen entwickelte, hatte einerseits mit seiner Verbindung zur ökonomischen, politischen und künstlerischen Welt zu tun, andererseits verlangte es seine Präsenz in Alltagsdiskursen. Beides, seine Beliebtheit bei den Massen und seine Einbettung zwischen politischer und ökonomischer Diskurse, konnte dem österreichischen Sport dieser Jahre zweifelsfrei zugesprochen werden.¹⁹³

Als massenwirksame Sportarten traten vor allem der Skisport und der Fußball (ab den 60er Jahren) als die beiden Nationalsportarten hervor. Das wohl bedeutendste Ereignis, das dem Land einerseits seine Reputation wiederherstellen sollte, andererseits den Politikern zur

¹⁹¹ Marschik, 1998, Onlinedokument, S. 19.

¹⁹² Vgl. Marschik, 1998, Onlinedokument, S. 20.

¹⁹³ Vgl. Marschik, 1998, Onlinedokument, S. 21.

Forcierung des Nationalbewusstseins half, war die Winterolympiade in St.Moritz 1948. Die Sportler hatten dabei aber eine hohe Verantwortung, symbolisierten sie doch die neue Aufbruchsstimmung, die Zuversicht und Hoffnung des ganzen Landes. Ausnahmekönner wie Toni Sailer, Annemarie Moser-Pröll oder Karl Schranz untermauerten in den Folgejahren das österreichische Nationalbewusstsein. Denn „die Erfolge der österreichischen Skifahrer repräsentieren Österreichs Selbstbewusstsein und bieten gleichzeitig der Welt das Land als winterliches Urlaubsziel an.“¹⁹⁴

Einen Höhepunkt der nationalen Geschlossenheit stellte wohl der Ausschluss von Karl Schranz bei den Olympischen Winterspielen von Sapporo 1972 dar, der eine kollektive Entrüstung im Land hervorrief. Bei seiner Ankunft in Wien bereiteten ihm hunderttausend Menschen einen Empfang am Wiener Ballhausplatz. Die Solidarität der Leute mit dem Skihelden Schranz hatte auch einen anderen Grund. So sahen viele die Ursache in der vermeintlichen Größe der Nation, die international nicht ernst genommen werde. Dementsprechend meinte Reinhold Knoll, der dieses Szenario als „Imitation eines politischen Ereignisses“ bezeichnet, „hätte es noch das größere Österreich gegeben, würde man sich für Sapporo ebenso wie für Sarajevo gerächt haben.“¹⁹⁵

Neben dem Skisport war es aber vor allem der Fußball, der Österreich nach 1945 von sich reden ließ. Besonders durch den Erfolg (dritter Platz) bei der Weltmeisterschaft 1954 gelang Österreich noch einmal der Anschluss an die Weltspitze. Dieser Erfolg war für das Selbstbewusstsein der Österreicher ähnlich von Bedeutung wie der Weltmeistertitel desselben Turniers für das nationale Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland. Dazu meint Knoll:

„In den fünfziger Jahren war der dritte Platz bei der Fußballweltmeisterschaft in der Schweiz ein deutlicheres Zeichen der Rückkehr in die Völkerfamilie als die wirtschaftliche Prosperität. Obwohl das Land zu schwach war, um neben Mozart auch zeitgenössische Produkte am Markt zu platzieren, hatten die sportlichen Erfolge in den Leuten die Überzeugung genährt, am grünen Rasen, auf steilen Berghängen und hin und wieder auf breiten Betonpisten unbesiegbar zu sein.“¹⁹⁶

¹⁹⁴ Petschar, Hans/Schmid, Georg: Erinnerung und Vision. Die Legitimation Österreichs in Bildern. Eine semihistorische Analyse der Austria Wochenschau 1949-1969; Graz, 1990, S.23; zit. nach: Marschik, 1999, S.390.

¹⁹⁵ Knoll, Reinhard: Fünf Österreicher unter den ersten Sechs. Die Sportchauvinisten. In: Liedke, Rüdiger (Hrsg.): Österreich. Menschen. Landschaften. Länder-BilderLesebuch. Berlin, 1988, S.115 zit. nach: Breuss, Susanne/Liebhart, Karin/Pribersky Andreas, 1995, S. 295.

¹⁹⁶ Knoll, 1988, S. 112ff zit. nach: Breuss, Susanne/Liebhart, Karin/Pribersky Andreas, 1995, S. 293.

Ab den 80er Jahren hat die Wichtigkeit des Sports als identitätsstiftender Faktor der Zweiten Republik abgenommen, was im Fußball hauptsächlich mit den eher mittelmäßigen Leistungen zu tun hat. Trotzdem bleiben sportliche Ereignisse, vor allem auch dank ihrer medialen Aufbereitung, im kollektiven Interesse des österreichischen Publikums.

Für den Beitrag des Sports zur österreichischen Nationswerdung nach 1945 sind, so Marschik, zusammengefasst fünf Faktoren von Bedeutung:

- „1. Im Sport sind allen die gleichen Rechte und Pflichten auferlegt (Spielregeln, Strukturen der Stadien etc.)
2. Die massenwirksamen Sportarten bilden eine bedeutende gemeinsame Massenkultur. Die Nation mag noch so „von oben“ oktroyiert sein, gerade in populären Kulturen wird sie auch „von unten“ aufgegriffen und verstärkt, weil sie die Bedürfnisse, Vorlieben und Interessen weiter Bevölkerungskreise befriedigt.
3. Der Sport liefert gemeinsame historische Mythen und Erinnerungen.
4. Der Sport trägt dazu bei, das gemeinsame historische Territorium zu verdeutlichen und das aktuelle Staatsgebiet greifbar zu machen.
5. Der Sport trug schon nach 1945 Züge einer gemeinsamen Ökonomie und ist in stände, ökonomische Zusammenhänge paradigmatisch deutlich zu machen.“¹⁹⁷

Abschließend kann gesagt werden, dass das, was der Sport auf nationaler Ebene für ein österreichisches Bewusstsein leisten konnte, hauptsächlich auf Erkenntnissen von Gemeinsamkeiten beruht, seien sie nun die von Raum und Zeit oder die von geteilten Werten, der Erfahrung einer Gemeinsamkeit nach innen. Nicht nur in Österreich, sondern in vielen Ländern hat sich daher der Sport und insbesondere der Fußball als Musterbeispiel für die Repräsentation einer Nation hervorgetan.¹⁹⁸

Wie groß der Stellenwert des Sports als ein Element des Aufbaus der österreichischen Identität war, macht auch der Ausspruch Bruno Kreiskys, „wo es eine Nationalbank und eine Nationalmannschaft gibt, dort gibt es auch eine Nation“, deutlich.¹⁹⁹ Sportereignisse dienten der Zweiten Republik in erster Linie der Vermarktung der „Marke Österreich“. In der Nachkriegszeit waren die sportlichen Wettkämpfe vor allem auch wegen der Abgrenzung und Ablösung zu Deutschland von Bedeutung. Wobei Österreich keine

¹⁹⁷ Vgl. Marschik, 1998, Onlinedokument, S. 24.

¹⁹⁸ Duke, Vic/Crolley Liz: Football, Nationality and the state. Harlow, 1996, S.4.

¹⁹⁹ Breuss, Susanne/Liebhart, Karin/Pribesky Andreas, 1995, S. 292.

Gelegenheit versäumte, zu betonen, „nicht deutsch“ zu sein²⁰⁰, eine Haltung, die sich besonders im Sport und im Speziellen im Fußball, bis heute durchgesetzt hat.

4.7. Die Deutsch-Österreichische Rivalität im (Fußball-) Sport

Die sportlichen Auseinandersetzungen, zuerst mit der Bundesrepublik, später mit dem wiedervereinten Deutschland, dienten immer auch der Darstellung eines von Deutschland unabhängigen Österreichs. Der sportliche Wettkampf eignete sich dabei bestens für die Austragung von Rivalitäten und nationalen Befindlichkeiten.

Dementsprechend meint Breuss, dass sportliche Ereignisse in der Zweiten Republik auch immer als Plattform für die Darstellung einer nichtdeutschen Identität Österreichs dienten, darüber hinaus aber auch eine große Bedeutung für die Hervorhebung der Eigenständigkeit und Selbststilisierung Österreichs als Staat hatten, der, wie Breuss anmerkt, „gegen die Gefahr ankämpft, vom großen Nachbarn besiegt und verschluckt zu werden und sich ständig dagegen behaupten muss.“²⁰¹ Dies manifestierte sich vor allem darin, dass in den Sportberichterstattungen in unaufhörlicher Manier von Österreichs heldenhafter Wehr als David, gegen den übermächtigen deutschen Goliath gesprochen wurde.

Die Österreicher blieben fußballerisch lange Zeit hinter den erfolgreichen Deutschen zurück. Dies spiegelte sich vor allem auch in einer gewissen Arroganz der deutschen Mannschaft wieder, die zweifelslos auch immer, zumindest ab der Nachkriegszeit, die sportlich überlegene war, während demgegenüber Minderwertigkeitskomplexe und –als Kompensation- „großgoshertes“ Verhalten der Österreicher standen.²⁰² So gesehen galt der Sieg gegen Deutschland bei der Weltmeisterschaft 1978 in Cordoba/Argentinien, im Übrigen konnte seit 1931 kein Sieg mehr gegen die deutsche Mannschaft errungen werden, als Revanche und Rache für 47 Jahre voller Demütigungen. Dabei tat es dem nationalen Freudentaumel natürlich keinen Abbruch, dass Österreich bereits im Vorfeld des Spiels ausgeschieden war und gemeinsam mit Deutschland die Koffer packen musste. Das 3:2 über Deutschland hatte nämlich eine viel größere Bedeutung, unabhängig dem Ende der sportlichen Durststrecke und der damit verbundenen emotionalen Erlösung in Form des

²⁰⁰ Vgl. Marschik, 2000, S. 61.

²⁰¹ Breuss, Susanne/Liebhart, Karin/Pribersky Andreas, 1995, S. 293.

²⁰² Vgl. John, 1990, S. 150.

legendären „i werd narrisch!“ des Sportreportes Edi Finger und dem in Folge beschworenen „Wunder von Cordoba“. Denn zum einem wurde das Spiel zum Synonym des Sieges von David über Goliath, andererseits begriff sich das Land im Moment des Sieges über Deutschland als Nation.²⁰³ Walter Lendl beschreibt die Wichtigkeit dieses Sieges folgendermaßen:

„Weil die Deitschn das große Vorbild sind. (...). Aber gleichzeitig sind die Deutschen der größte Feind. Wichtiger noch als der eigene Erfolg ist der Misserfolg der Deutschen. Deshalb wurde „Cordoba“ schnell zum geflügelten Wort, zum Synonym für den Erfolg des „kleinen Mannes“, für den Sieg des Filigranteknikers, des lieber noch einen Haken schlagenden Österreicher, über den leistungsorientierten, kampfstarken und zielsicher agierenden Deutschen, der effizient spielt, aber nicht schön. Der zwar erfolgreich ist, aber nicht geliebt wird.“²⁰⁴

Die nationale Euphorie war auch deshalb so groß, weil es so gut in das zeitgeistliche Geschehen passte. Die Kreisky-Ära war am Höhepunkt, neben hervorragenden Wirtschaftszahlen gelang auch die Rückkehr auf das Parkett der internationalen Diplomatie, die sich vor allem in einer eigenständigen Außenpolitik, gegenüber dem „Ostblock“, den Staaten der Dritten Welt, und besonders gegenüber arabischen Staaten bemerkbar machte. Der Sieg gegen Deutschland passte da natürlich hervorragend hinein. Cordoba war, wie Adrian/Schächtele bemerken, das Sahnehäubchen, „...endlich hatte man die Deutschen wieder weggehauen, `tschuldigen: weggetanzt. Man war wieder wer.“²⁰⁵

Die sportlichen Auseinandersetzungen zwischen Österreich und Deutschland werden auch in Zukunft nicht ohne den Begriff Cordoba auskommen können. Die Partien der Folgejahre, vor allem in den 80er Jahren wurden durch dieses Ereignis erst so richtig aufgeheizt, an dem sich die wesentlichen Charakteristika der beiderseitigen Emotionalisierung festmachen lassen.²⁰⁶ Ein Ereignis, das sich tief in das kollektive Gedächtnis einer Sport-Nation gebrannt und zum sportlichen Mythos wurde, der auch in Zukunft beschworen werden wird.

²⁰³ Vgl. John, 1990, S.151.

²⁰⁴ Lendl, Walter: Darum nerven Österreicher. Frankfurt am Main: Eichborn AG, 2007, S.146f.

²⁰⁵ Adrian, Stefan/Schächtele, Kai: Immer wieder nimmer wieder. Vom Schicksal des österreichischen Fußballs; Köln: Verlag Kiepenheuer & Witsch, 2008, S. 89.

²⁰⁶ Vgl. John, 1990, S. 150.

II. Empirischer Teil

Der zweite Teil der vorliegenden Arbeit befasst sich mit der Analyse der Sportberichterstattung zweier Tageszeitungen. Bevor nun näher auf die empirische Untersuchung selbst eingegangen wird, sollen zunächst noch einmal das Forschungsinteresse und die zentralen Forschungsfragen dargestellt werden. Die gewonnenen Ergebnisse der Untersuchung werden im weiteren Verlauf analysiert und bewertet. Den Abschluss der Untersuchung bildet die Beantwortung und Diskussion der Forschungsfragen.

5. Forschungsinteresse und Forschungsfragen

Anders als bei der Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland, bei der ein solidarischer Enthusiasmus in Deutschland lange vor dem eigentlichen Anpfiff losgetreten wurde, schien es bei der Heimeuropameisterschaft in Österreich eher gemächlich euphorisch zuzugehen. Hauptgrund waren wohl die schlechten Leistungen der österreichischen Mannschaft in den Testspielen vor Beginn der Europameisterschaft. Doch je näher das Ereignis kam und spätestens mit dem Eröffnungsspiel war auch in Österreich die Freude und der Enthusiasmus ungebrochen. Die „schönste Nebensache der Welt“, wie der Fußball treffend bezeichnet wird, die drittgrößte Sportveranstaltung weltweit, wurde erstmals in Österreich (und der Schweiz) ausgeführt. Weltweit sind es Millionen Menschen gewesen, die das Spektakel Fußballeuropameisterschaft direkt vor Ort oder vor den Bildschirmen oder vor den Public Viewing Areas, die schon zur Weltmeisterschaft in Deutschland ungeweine Resonanz erfuhren, verfolgt haben. Dieses Ereignis besitzt nicht nur erhöhten Nachrichtenwert, sondern ist derart bedeutend, dass man an ihrer Berichterstattung nicht vorbeikommt. Die Medien tragen hierbei auch entscheidend bei, welches Stimmungsbild in der öffentlichen Meinung vorherrscht. Der kollektive Enthusiasmus ist seit dem zweiten Gruppenspiel gegen Polen, das Unentschieden ausging, und dem bevorstehenden letzten Gruppenspiel gegen Deutschland in ganz Österreich ausgebrochen. Man zeigte sich mit Fahnen (Fähnchen am Auto), Gesichtsbemalungen, T-Shirts etc. und fieberte euphorisch dem kommenden „Endspiel“ gegen den Erzrivalen Deutschland entgegen. Dieser nun kollektive Enthusiasmus wurde vor allem von den Medien stark forciert. Das Forschungsinteresse soll nun genau hier anknüpfen.

Im Folgenden soll eine Untersuchung der Sportberichterstattung der Fußballeuropameisterschaft 2008 in Österreich durchgeführt werden. Eine empirische Untersuchung bietet sich besonders gut an, da zum einen die Kommunikation der Sportberichterstattung in einem zeitlich begrenzten Rahmen erfolgt, sprich die Dauer der Europameisterschaft, und zum anderen das Thema aktuell ist und einen erhöhten Nachrichtenwert besitzt. Sportliche Großereignisse tragen nicht unwesentlich zu nationalen Identifikationsbedürfnissen bei. Die Sportberichterstattung greift dabei die in der Bevölkerung vorherrschende Stimmung auf und versucht den Leser in erhöhter emotionaler Form anzusprechen. Die Untersuchung soll dabei inhaltlich der Frage nachgehen, ob aufgrund des ohnehin schon vorherrschenden Enthusiasmus über die Austragung der Europameisterschaft im eigenen Land ein zusätzlicher Sprachmodus in der Sportberichterstattung gewählt wird, der nicht nur erhöhte Erwartungshaltung auf gute Resultate auszudrücken vermag, sondern nationale Stereotypen und Abgrenzungstendenzen in der Berichterstattung gewählt werden, die sich im Besonderen in der Artikulation der Rivalität Österreich gegen Deutschland bemerkbar machen.

In diesem Zusammenhang stellt sich des Weiteren die Frage, ob nationale Stereotypen sowie die Artikulation eines Wir-Bewusstsein in Abgrenzung zu Deutschland, sofern dieses angesprochen bzw. an dieses appelliert wird, auch gleichermaßen in zwei durchaus unterschiedlichen Zeitungen (Boulevard/Qualitätszeitung) auftreten. Mit der Gegenüberstellung von einer Boulevardzeitung mit einer Qualitätszeitung soll analysiert werden, ob sich jene Merkmale nicht nur als „Phänomene“ der für diese Berichterstattung typischen Boulevardzeitung beziehen, sondern im allgemeinen Sprachdictus der Sportberichterstattung Niederschlag finden.

Um das Forschungsinteresse näher präzisieren zu können, wurde eine Hauptforschungsfrage gewählt, anhand derer sich die folgende Analyse orientiert und durchgeführt wurde.

Wird in der Sportberichterstattung von zwei unterschiedlichen österreichischen Printmedien zur Fußballeuropameisterschaft ein Sprachmodus gewählt, der nationale Stereotypen verwendet und in seiner Artikulation die Abgrenzung eines nationalen Österreichbewusstseins im Vergleich zu Deutschland hervorzuheben versucht?

Um diese Hauptforschungsfrage entsprechend beantworten zu können, wurden weitere Forschungsfragen aufgestellt:

FF1: Werden in der Sportberichterstattung zum Spiel Österreich gegen Deutschland emotionale Aspekte verwendet?

***Hypothese1.1:** Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann ist die Berichterstattung der Boulevardzeitung durch eine vermehrte sprachliche Darstellung von Emotionen geprägt als die Qualitätszeitung.*

***Hypothese 1.2:** Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann ist die Berichterstattung der Boulevardzeitung durch eine vermehrte bildliche Darstellung von Emotionen geprägt als die Qualitätszeitung.*

***Hypothese1.3:** Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann werden in der Berichterstattung der Boulevardzeitung vermehrt kriegerische Ausdrücke verwendet.*

***Hypothese1.4:** Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann werden in der Berichterstattung der Boulevardzeitung vermehrt chauvinistische Ausdrücke verwendet.*

FF2: Messen die untersuchten Zeitungen dem Spiel Deutschland gegen Österreich größere Bedeutung bei als den vorangegangenen beiden Spielen gegen Polen und Kroatien?

***Hypothese2:** Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann wird über das Spiel unabhängig der Zeitungsart mehr berichtet als über die Spiele gegen Kroatien und Polen.*

FF3: Werden in der Sportberichterstattung nationale Stereotypen und nationale Mythen verwendet?

***Hypothese3.1:** Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden in der Berichterstattung über das Entscheidungsspiel Österreich gegen Deutschland vermehrt nationale Stereotypen in der Berichterstattung verwendet.*

Hypothese3.2: *Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden in der Berichterstattung über das Entscheidungsspiel Österreich gegen Deutschland vermehrt nationale Mythen in der Berichterstattung verwendet.*

FF4: Kommen in der Berichterstattung der österreichischen Nationalmannschaft zur Fußballeuropameisterschaft auch Prominente und Politiker zu Wort bzw. werden diese auf Bildern und Fotos gezeigt, sowie Sportler näher thematisiert (Human Interest) um so den konkreten Nationalbezug und die nationale Identifikation noch zu verstärken?

Hypothese4.1: *Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann kommen vermehrt Prominente, Politiker und berühmte (ehemalige) Sportstars zu Wort.*

Hypothese4.2: *Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden vermehrt Politiker und Prominente abgebildet gezeigt.*

Hypothese4.3: *Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann kommen vermehrt Hintergrundberichte über das Privatleben von österreichischen Sportlern vor.*

FF5: Werden in der Sportberichterstattung über die österreichische Nationalmannschaft Symbole verwendet, um einen konkreten Nationalbezug herzustellen?

Hypothese 5: *Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden vermehrt Abbildungen gebracht, die nationale Symboliken enthalten.*

FF6: Wird in der Sportberichterstattung durch Hervorhebung von bestimmten Sprachmodi eine bewusste Abgrenzung von „Wir“ und die „Anderen“ (hauptsächlich gegenüber Deutschland) evoziert?

Hypothese6: *Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden vermehrt Pronomina verwendet, die die Abgrenzung der eigenen Nation zum Gegner verdeutlichen soll.*

FF7: Ist in der Berichterstattung über Spiele der deutschen Nationalmannschaft nach dem Ausscheiden von Österreich aus dem Turnier die Rivalität Österreich-Deutschland noch immer bemerkbar?

***Hypothese7.1:** Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden in der Berichterstattung über Spiele der deutschen Nationalmannschaft vermehrt chauvinistische (abwertende) Ausdrücke gegenüber Spieler oder der Mannschaft verwendet.*

***Hypothese7.2:** Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden in der Berichterstattung über Spiele der deutschen Nationalmannschaft vermehrt nationale Stereotypen verwendet.*

6. Inhaltsanalyse

Um die Sportberichterstattung einer österreichischen Qualitätszeitung mit einer Boulevardzeitung vergleichen zu können, wurde eine Untersuchungsmethode ausgewählt, die es ermöglicht spezielle, für die Analyse der beiden Zeitungen relevante Merkmale zu erfassen und zu quantifizieren. Die Untersuchung stützt sich daher auf der Methodik der quantitativen Inhaltsanalyse.

Im Folgenden soll die für die wissenschaftliche Arbeit zugrunde liegende Methode näher definiert werden.

„Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte.“²⁰⁷

Die Inhaltsanalyse ist eine Methode der empirischen Sozialforschung. Für die Frage, wann die Anwendung der Inhaltsanalyse angemessen erscheint, benennt Früh sechs Punkte:

1. Die Inhaltsanalyse erlaubt Aussagen über Kommunikatoren und Rezipienten, die nicht bzw. nicht mehr erreichbar sind.
2. Der Forscher ist nicht auf die Kooperation von Versuchspersonen angewiesen.
3. Der Faktor Zeit spielt für die Untersuchung eine untergeordnete Rolle; man ist in der Regel nicht an bestimmte Termine zur Datenerhebung und Datenanalyse gebunden.
4. Es tritt keine Veränderung des Untersuchungsobjekts durch die Untersuchung auf.
5. Die Untersuchung ist beliebig reproduzierbar oder mit einem modifizierten Analyseinstrument am selbigen Gegenstand wiederholbar.
6. Inhaltsanalysen sind meist billiger als andere Datenerhebungsmethoden.“²⁰⁸

Des Weiteren merkt Früh an, dass der Sinn jeder Inhaltsanalyse darin besteht, Komplexität zu reduzieren. Textmengen werden hinsichtlich theoretisch interessierender Merkmale klassifizierend beschrieben, wobei die Klassifizierung der Kommunikationsinhalte mit Hilfe von Kategorien erfolgt.

Kernpunkt jeder Inhaltsanalyse ist die theoriegeleitete Kategorienbildung. Entsprechend meint Berelson: „Da die Kategorien die Substanz der Untersuchung enthalten, kann eine Inhaltsanalyse nicht besser sein als ihre Kategorien.“²⁰⁹

²⁰⁷ Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 6., überarbeitete Auflage; Konstanz: UVK Verlag, 2007, S.27.

²⁰⁸ Früh, 2007, S. 41f.

Anwendung erfährt die Inhaltsanalyse durch zwei verschiedene Herangehensweisen, der qualitativen Methode steht die der Quantitativen gegenüber. Quantifizieren bedeutet dabei nichts anderes als Messen, wobei dieses in den meisten Fällen durch Zahlen erfolgt. Quantifiziert werden dabei nicht die Objekte selbst, sondern nur ihre Eigenschaften. Merkmale werden somit von der Ganzheit wahrgenommener Phänomene analytisch „abgelöst“.²¹⁰

Wenn nun von den zwei unterschiedlichen Methoden der quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse gesprochen wird, sollte jedoch festgehalten werden, dass die beiden Verfahren keinen Gegensatz darstellen, sondern sich gegenseitig ergänzen. Denn „jede Beobachtung bzw. Identifizierung eines Textmerkmals ist zunächst ein qualitativer Analyseakt, dessen zählend-quantifizierende Weiterverarbeitung diesen Charakter nicht aufhebt.“²¹¹

Die quantitative Erfassung der Daten wurde mittels der Themenfrequenzanalyse durchgeführt. Vorteil bietet diese Art der Analyse darin, dass „Themen, Symbole und Inhalte in vergleichsweise wenigen Kategorien analysiert werden können, die nach Fragestellung vorweg definiert werden.“²¹² Mit der Frequenzanalyse wird nach der Häufigkeit des Auftretens bestimmter Merkmale in den Untersuchungseinheiten gefragt. Diese Häufigkeiten lassen auf die Intensität oder die Art schließen, mit der über bestimmte Themen kommuniziert wird.

²⁰⁹ Berelson, B.: Content analysis in communication research; New York, 1971, S. 147 zit. Nach: Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 9., neu bearb. Aufl. Berlin/New York: de Gruyter, 2000, S.211.

²¹⁰ Früh, 2007, S. 29.

²¹¹ Früh, 2007, S. 38.

²¹² Merten, Klaus: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis; 2., verbesserte Auflage, Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH, 1995, S.147.

7. Untersuchungsdesign

7.1 Untersuchungsgegenstand

Für die Untersuchung der Sportberichterstattung der Fußballeuropameisterschaft 2008, die auf der Methode der Inhaltsanalyse basiert, wurden zwei verschiedene Zeitungstypen gewählt. Einen Vorteil bringt diese Art der Untersuchung, da mir das zu untersuchende Material (die Zeitungen) schriftlich vorliegt und öffentlich zugänglich ist (die Zeitungen liegen beispielsweise in der Nationalbibliothek auf). Bei dem zu untersuchenden Material handelt es sich zum einen um die Zeitung „*der Standard*“ und zum anderen um die Zeitung „*Österreich*“, die im Folgenden kurz dargestellt werden sollen.

7.1.1 „Österreich“

Die erste Ausgabe der Zeitung „*Österreich*“ erschien am 1. September 2006, gilt daher zu Recht als ein noch junges Blatt am Zeitungsmarkt. Die Zielgruppe der Zeitung ist eher auf die jüngere Generation ausgelegt, sie hat einen niedrigen Kaufpreis und erscheint zusätzlich an wichtigen Plätzen (z.B. Bahnhöfen) in einer dünnen Form als Gratisexemplar. Die Zeitung ist nicht zuletzt wegen ihrer Aufmachung als eine Boulevardzeitung zu betrachten. Vorgeworfen wird ihr zudem der Hang zum Sensationellen, schlecht Recherchiertes und oft faktische Fehler.²¹³

Aus den Statistiken des „Vereins Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen“ geht hervor, dass die Zeitung im Jahr 2008 durchschnittlich 702.000 Leser hatte, was einer Reichweite von 10% entspricht, die nur von der „*Kronen Zeitung*“ und der „*Kleinen Zeitung*“ übertroffen wird.²¹⁴

7.1.2 „Der Standard“

„*Der Standard*“ erscheint zum ersten Mal am 19.10. 1988. Charakteristisch für die Zeitung ist sein lachsfarbenes Papier, er steht für unabhängige und objektive Berichterstattung und

²¹³Vgl. Wikipedia: Tageszeitung Österreich, 1.4.2009, Online im WWW unter URL: [http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich_\(Tageszeitung\)](http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich_(Tageszeitung)) (Zugriff am 27.4.2009)

²¹⁴ Vgl. Media-Analyse: Marktanteile österreichischer Tageszeitungen, 2008, Online im WWW unter URL: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2008&title=Tageszeitungen&subtitle=Total>. (Zugriff am 26.03.2009)

gilt neben der Presse als überregionale Qualitätszeitung in Österreich. Dessen Anspruch er als Eigendefinition in seiner Blattphilosophie folgendermaßen ausdrückt: „Er trennt zwischen Bericht und Kommentar, gewichtet die Ereignisse und lässt seinen Lesern den nötigen Spielraum für die eigene Meinung. So fördert er, was zugleich sein Ziel ist: eine mündige Leserschaft.“²¹⁵ Die von der Media-Analyse gewonnenen Daten für 2008 ergeben für den Standard 383.00 Leser oder einer Reichweite von 5,5%.²¹⁶

Da in der Art der Berichterstattung Unterschiede in den beiden Zeitungen zu erwarten sind, wurde hier bewusst eine Qualitätszeitung einer Boulevardzeitung gegenübergestellt. Während die Boulevardzeitung in ihrer Berichterstattung schon von Grund aus emotionsgeladener auftritt, vor allem im Interesse einer Auflagensteigerung, wurde eine Qualitätszeitung gegenübergestellt, die vordergründig primär, unabhängig der Auflagensteigerung, an sachlich vermittelten Sport-Journalismus interessiert ist. Interessant für die Analyse ist es nun, herauszufinden, ob die zu untersuchenden Aspekte gleichermaßen in beiden Zeitungstypen verstärkt auftreten. Hier würde dann auch das Argument wegfallen, dass nur allein die Boulevardzeitungen, Emotionen rund um das Ereignis Fußball-EM in der Berichterstattung unterbringen.

Für das bessere Verständnis der jeweiligen Charakteristik der beiden Zeitungstypen, die sich einerseits formal und andererseits auch inhaltlich unterscheiden, sollten die wesentlichen Merkmale der Boulevard- und der Qualitätszeitung kurz vorgestellt werden.

7.1.3 Unterschiede zwischen Boulevard- und Qualitätszeitung

Typische Merkmale formaler und inhaltlicher Art der Boulevardzeitungen sind unter anderem große Schlagzeilen, viele Bilder, starke Emotionalisierung, Sensationsorientierung, „Human Touch“ Themen, großer Sportteil, einfache, knappe und emotionsgeladene Sprache, Betonung des Wir-Gefühls, keine Trennung der journalistischen Darstellungsformen (z.B. zwischen Nachricht und Kommentar). Sport und Chronik bekommen mehr Platz in der Berichterstattung als beispielsweise Politik,

²¹⁵ Der Standard: Blattlinie: Online im WWW unter URL: <http://derstandarddigital.at/?url=/?id=1080859> (Zugriff am 27.3.2009)

²¹⁶ Vgl. Media-Analyse, Onlinedokument, 2008.

Wirtschaft und Kultur. Die Boulevardzeitung ist zudem ein auflagestarkes Blatt, das sich an eine Vielzahl an Menschen richtet, jedoch ein schlechtes Image genießt.²¹⁷

Der Begriff Qualitätszeitung ist dabei ungleich problematischer zu definieren, da der Begriff Qualität eine wertende Bezeichnung ist, wie Haas anmerkt, und daher nicht allzu präzise ist.

Typische Merkmale einer Qualitätszeitung sind jedoch festzuhalten, die im Rahmen eines von Peter A. Bruck geleiteten Projektes unter dem Titel „Ökonomie und Zukunft der Medien“ von Haas anhand sieben Charakteristika zusammengefasst wurden:²¹⁸

1. Journalismus mit Anspruch, der gelegentlich auch schwierig sein kann und die Komplexität von Sachverhalten nicht zu sehr reduziert.
2. Inhalt steht vor Aufmachung.
3. Auftritt ist leise. Erstklassiges Papier und Druckqualität, sparsamer Farbeinsatz, Mittel- bis Großformat, dezente Gestaltung.
4. Quellentransparenz.
5. Angemessene Berichterstattung, nicht eindimensional sondern vielfältig, kein „Häppchenjournalismus“.
6. Differenzierte Berichterstattung.
7. Gut ausgebildete Journalisten.

7.2 Untersuchungszeitraum

Für die Analyse des Untersuchungsmaterials aus den eben erwähnten beiden Zeitungen gilt der Untersuchungszeitraum, der in etwa der Dauer der Fußballeuropameisterschaft 2008 vom 07. 06. 2008 der Eröffnung bis zum 29. 6 . 2008 der Austragung des Finales entspricht. Da jedoch unmittelbar nach dem Finale keine Berichterstattung vorliegt, werden die beiden darauffolgenden Tage dh. der 30. Juni und der erste Juli, sowie der Tag vor dem Beginn der Europameisterschaft, der 06.Juni, mit in die Analyse fließen.

Der genaue Untersuchungszeitraum hinsichtlich der Überprüfung der Hypothesen wird im Kapitel *Darstellung und Interpretation der Ergebnisse* näher beschrieben. Da nämlich das

²¹⁷ Vgl. Haas, Hannes: Druckmedien und Kommunikationsordnung – Struktur-Organisation-Funktion. Wien: WUV Universitätsverlag, 2000, S. 66.

²¹⁸ Vgl. Haas, 2000, S.64f.

Spiel Österreich gegen Deutschland Mittelpunkt der Untersuchung ist, wird der Untersuchungszeitraum auch der Dauer der Berichterstattung über dieses Spiel angepasst.

7.3 Untersuchungseinheiten

Laut Merten soll bei der Bestimmung des Samples die Auswahleinheit und die Analyseeinheit beschrieben werden.²¹⁹ Die Auswahleinheit wurde bereits näher beschrieben, es handelt sich dabei um die Zeitung „Österreich“ und der „Standard“. Unter Analyseeinheit (die Einheit, die untersucht werden soll) fallen alle Zeitungsbeiträge/Artikel sowohl in Text wie auch in Bild, die auf der Titelseite der Zeitung oder im Sportteil/EM-Beilage zu finden sind. Der jeweils zu untersuchende Erhebungsbeitrag (Bild/Artikel) muss sich von anderen Beiträgen sowohl umbruchtechnisch als auch inhaltlich abgrenzen. Untersucht werden die Beiträge einer Zeitungsseite fortlaufend von links oben bis rechts unten, beginnend mit dem ersten Tag der zu untersuchten Zeitung. Die Untersuchung ist stets an einen Vergleich der beiden Zeitungen gekoppelt.

Kodiert werden nur Artikel, die entweder auf der Titelseite oder im Sportteil/EM-Beilage der jeweiligen Zeitung zu finden sind und sich in irgendeiner Art und Weise mit der österreichischen oder deutschen Nationalmannschaft befassen. Die Analyse dieser Arbeit bezieht sich ausschließlich auf diese beiden Mannschaften.

²¹⁹ Vgl. Merten, 1983, S.149.

8. Codebuch-Darstellung der Kategorien

Um die Forschungsfragen beantworten zu können und das Material auf spezifische Merkmale überprüfen zu können, wurden im weiteren Verlauf Kategorien erstellt. Eine genaue Darstellung der Kategorien ist im Codebuch ersichtlich. Das Codebuch definiert die im Codebogen enthaltenen Elemente für die Analyse der vorliegenden Arbeit.

Die Kategorien sind genauso aufgelistet, wie sie auch im Codebogen der Reihe nach analysiert werden, beginnend mit Variable1 (V1) usw.

Das Kategorienschema orientiert sich an der empirischen Untersuchung von Jens Wernecken, der nationale Stereotype im Mediensport untersuchte, David Schoof, der in seiner Diplomarbeit eine Studie über nationalistische und chauvinistische Tendenzen in der Sportberichterstattung durchführte, die er anhand von Nachrichtenfaktoren analysierte und Wiebke Loosen, die Nachrichtenwerte in der Sportberichterstattung untersuchte.²²⁰

1. Codebogensnummer: Bezeichnet die fortlaufende Nummer, die in den Codebogen eingetragen wird. Kodiert wird von links nach rechts und von oben nach unten.

2. Zeitung: Bezeichnet die jeweilige Zeitung, wobei Code 1 für die Zeitung „Österreich“ steht und Code 2 für den „Standard“.

3. Datum: Hier wird das Erscheinungsdatum der Zeitung angegeben, an dem die Analyse durchgeführt wurde.

4. Platzierung des Artikels: Hier ist anzugeben, wo sich der zu kodierende Artikel befindet. Folgende zwei mögliche Ausprägungen stehen dabei zur Verfügung: Code 1 steht für Titelseite, Code 2 für Sportteil/ EM-Beilage.

5. Platzierung der Abbildung: Gilt wie bei Punkt 4, die zu kodierende Abbildung erscheint auf der Titelseite (=Code 1) oder im Sportteil/EM-Beilage (=Code2).

²²⁰Vgl. Loosen, 1998.; Wernecken, 2000.; Schoof, 1996.

6.Länge des Artikels: Für die Erfassung dieser Kategorie stehen nachfolgende Maßeinheiten zur Verfügung. Code 1 bezeichnet dabei die kleinste Maßeinheit von weniger als einer 1/8 Seite usw.

Code 1=< 1/8 Seite Code 2= 1/8 Seite Code 3=1/4 Seite Code 4=1/2 Seite
Code 5= 3/4 Seite Code 6= 2/3 Seite Code 7= 1 Seite Code 8= >1 Seite

7. Bildgröße: Um die unterschiedlichen Formate der beiden Zeitungen auch adäquat vergleichen zu können, wurden die Ausprägungen genauso, wie jene der Kategorie 6. *Länge des Artikels*, gewählt. Code 1 steht für die kleinste Ausprägung von weniger als einer 1/8 Seite usw.

Code 1=< 1/8 Seite Code 2= 1/8 Seite Code 3=1/4 Seite Code 4=1/2 Seite
Code 5= 3/4 Seite Code 6= 2/3 Seite Code 7= 1 Seite Code 8= >1 Seite

8. Stilform: Unter dieser Kategorie wird die jeweilige journalistische Darstellungsform kodiert. Code 1 steht dabei für Nachricht, Code 2 für Bericht usw. Für die Analyse des Untersuchungsmaterials gelten ausschließlich Beiträge/Artikel aus nachfolgenden journalistischen Darstellungsformen, die kurz definiert werden.²²¹

Code 1.Nachricht: Eine Nachricht soll den Anspruch auf Aktualität, Objektivität und Faktenbezug besitzen. Nachrichten können zwischen *hard news* und *soft news* unterschieden werden. Erstere sind knapp-prägnante und unpersönliche Formulierungen, die sich rein sachlich mit dem Ereignis befassen. *Soft news* haben dagegen höheren Unterhaltungswert und neigen zu Emotionalität.

Code 2.Bericht: Der Bericht stellt die konzentriertere Variante der Nachricht dar, ist umfangreicher und ausführlicher.

Code 3.Reportage: Die Reportage ist ein tatsachenorientierter, aber persönlich gefärbter Erlebnisbericht. Der Reporter berichtet meist über Handlungen, bei denen er sich vor Ort des Geschehens einen persönlichen Eindruck vermittelt hat.

²²¹ Vgl. Schlüter, Hans-Joachim: Zeitungs-Journalismus: Darstellungsformen In: Pürer, Heinz/ Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online; 5., völlig neue Auflage, Konstanz: UVK Verlag, 2004, S.139ff.

Code 4.Kommentar: Beim Kommentar wird im Gegensatz zum Bericht eine Wertung vorgenommen. Es ist dabei nicht nur eine Darstellung der Information, sondern es wird eine Meinung vertreten. Ein Ereignis wird so aufbereitet, dass der Leser provoziert und zum Nachdenken animiert werden soll. Der Journalist vertritt seinen Standpunkt und äußert seine Meinung.

Code 5.Glosse: Die Glosse ist ein kurzer, konzentrierter Meinungsartikel, der mit den Mitteln der Ironie und des Sarkasmus arbeitet und meist in einer Schlusspointe endet.

Code 6.Interview: Das Interview dient zur Darstellung der Haltung einer Person zu einer bestimmten Sachfrage oder zur Darstellung der Persönlichkeit einer Person im Allgemeinen.

Code 7.Portrait: Im Portrait wird intensiv über eine Person berichtet, wobei eine Vielzahl an Fakten zusammengetragen wird, um eine umfassende Biographie der darzustellenden Person zu erhalten. Die Fakten sind meist beispielhaft, sowohl im negativen wie im positiven Sinn.

Code 8. Bildtext: Verleihen dem Bild meist zusätzliche Aussagekraft.

9. Kategorie Aspekte der Emotionalisierung (betrifft FF1):

Der emotionale Aspekt spielt in der Sportberichterstattung, vor allem im Boulevardjournalismus, eine wichtige Rolle. Der Leser soll emotional angesprochen werden und es soll an seine Gefühle appelliert werden. Da „Emotionalisierung“ ein äußerst dehnbarer Begriff ist, der subjektiv interpretierbar ist, werden einige Stilmittel angesprochen, die für die Analyseeinheit unter diesem Begriff kodiert werden.

Für die Kategorie Emotionalisierung sind folgende Aussagen bzw. Stilmittel von Bedeutung:

- 1.Hyperbolik: Bezeichnungen und Aussagen, die den Sachverhalt extrem übertrieben darstellen oder dramatisieren.
- 2.Metaphern: vor allem pathetische Metapher (zB. Fußballzauber, Schicksalsspiel etc.)
3. Superlative: Betrifft auch die Verwendung des Superlativs in der Alltagssprache.
- 4.Imperative: zum Beispiel Aufrufe an die Spieler, wie etwa „Gewinnt für Österreich!“

5.Alltagssprache: Dazu zählen der Fachjargon, Modewörter und Redewendungen

6.Sonstiger emotionaler Aspekt: dieser wird genannt

Zuerst muss geklärt werden, ob emotionale Aspekte überhaupt vorkommen. Diese Variable hat folgende Ausprägungen:

Code 1:kommt nicht vor

Code 2:kommt manchmal vor (1-2)

Code 3:kommt oft vor (>2)

Kommen nun emotionale Elemente vor, d.h. Code2 oder Code3 wurden kodiert, so muss mit der Untervariable 9.1. weiter unterschieden werden:

9.1 Welche emotionalen Aspekte:

Code1:Hyperbolik Code2:Metaphern Code3:Superlative Code4: Imperative

Code5:Alltagssprache Code6: Sonstiger emotionaler Aspekt

10. Kategorie Kriegsmetaphorik (betrifft FF1)

Darunter fallen jene Begriffe und Aussagen, die dem Kriegsvokabular entlehnt sind oder in beliebiger Form auf einen kriegerischen Kontext verweisen. In ihrer Verwendung soll die Rivalität zweier Mannschaften noch deutlicher gemacht werden. Beispiele hierzu lassen sich genügend finden. „Vernichtung des Gegners“, „aus allen Lagen schießen“, „Granaten“ und „Bomben“ sind nur einige wenige Begriffe, die an „niedrige Instinkte“ der Leser appellieren und Emotionen schüren sollen.

Code 1: kommt nicht vor

Code 2: kommt manchmal vor (1-2)

Code 3: kommt oft vor (> 2)

11. Kategorie Chauvinismus (betrifft FF1+FF7)

Auch diese Kategorie lässt viel Platz für Interpretationen und muss daher näher definiert werden. Unter dem Begriff Chauvinismus wird die „übertriebene Vaterlandsliebe“²²² bezeichnet, der als extreme Ausrichtung des Nationalismus, als eine „Reaktionsbildung auf das Gefühl von Fremdheit in einer großen Gruppe“ zu verstehen ist“.²²³ Das Individuum, das in der heutigen Industrie und Leistungsgesellschaft vermehrt der Anonymität ausgesetzt ist, findet seinen Ausdruck schließlich in einer Überidentifikation mit einem gemeinsamen Kollektiv, von dem es sich die nötige Identifikation und Zugehörigkeit erwartet.²²⁴ Dies drückt sich vor allem im Fußball durch eine übertriebene nationale und patriotische Bindung zur eigenen Mannschaft aus.

Damit zusammenhängend steht auch die Heroisierung der Sportler bzw. der Mannschaft. Die Sportler bzw. die Mannschaft werden meist so übertrieben dargestellt, dass beinahe an Starkult und Heldenverehrung erinnert werden kann.

Ebenfalls kodiert wird in diesem Zusammenhang die metonymische Verwendung des Wortes Österreich. Dies soll darüber Aufschluss geben, ob versucht wird, einen verstärkten Nationalbezug herzustellen. Obwohl davon ausgegangen werden kann, dass Journalisten nur der Einfachheit halber von Österreich als Ganzem schreiben, wenn es sich um die österreichische Nationalmannschaft handelt, so besteht trotzdem eine indirekte und wohl auch bewusste (mediale) Verknüpfung zwischen den Akteuren des Fußballfeldes und dem Wir-Bewusstsein der Bevölkerung (der Rezipienten), wie auch Polley bemerkt:

“[...]A nationale team can, in media and popular discourse, take on the guise of the nation itself. [...]sport provides `the metonym whereby the nation is represented as a single sentient being`”²²⁵

Unter der Kategorie Chauvinismus fallen zusätzlich auch alle Aussagen, die sich negativ mit der gegnerischen (deutschen) Fußballmannschaft befassen. Chauvinistische Aspekte lassen sich nicht nur in der übertriebenen Hervorhebung eigener nationaler Qualitäten finden, sondern sind meist auch das Produkt negativer Fremdzuschreibungen. Da das Verhältnis zwischen Österreich und Deutschland vor allem auf der sportlichen Seite durch eine stetige Rivalität geprägt ist, lässt darauf schließen, dass auch in der

²²²Vgl. Free Dictionary: Chauvinismus, Online im WWW unter URL: <http://de.thefreedictionary.com/Chauvinismus> (Zugriff am 17.04.2009)

²²³Görlitz, Axel: Handlexikon zur Politikwissenschaft. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, 1973, S. 258 zit. nach: Slawik, 1990, S.54.

²²⁴Vgl. Slawik, 1990, S. 54.

²²⁵Polley, Martin: Moving the goalposts . A history of sport and society since 1945, London, 1998, S. 35.

Sportberichterstattung ein sprachlicher Stil gewählt wird, der sich dementsprechend artikuliert.

Unter die Kategorie Chauvinismus fallen die von Schoof dargestellten Ausprägungen „Abwertung des Gegners“, „Vage Bezeichnung einer Nation“, „Sündenbocksuche“, „Verzerrung“.²²⁶

„Abwertung des Gegners“ meint dabei alle Ausdrücke und Formulierungen, die den Gegner (Deutschland) als schlecht darstellen, ihn verächtlich macht, sich über ihm lustig macht, seine Leistung schmälert oder diskriminiert.

Unter „vage Bezeichnungen einer Nation“ versteht Schoof die „unscharfe, zumeist abwertende, verächtliche und diskriminierende Bezeichnung von Gruppen oder Nationen.“ Die „Sündenbocksuche“ drückt sich im Sport meist durch das Abschieben der eigenen Schuld und dem Ablenken vom eigenen sportlichen Unvermögen aus (zB. der Schiedsrichter hat Schuld an der Niederlage).

„Verzerrung“ meint das Verfälschen eines Sachverhalts/Ereignisses durch Übertreibung, Verharmlosung etc. (Bsp. „der Gegner hat unverdient gewonnen“, „wir waren eindeutig besser“).

Es soll zuerst eruiert werden, ob ein Artikel chauvinistische Aspekte enthält:

Code 1: kommt nicht vor

Code 2: kommt manchmal vor (1-2)

Code 3: kommt häufig vor (> 2)

Wird Code 2 und Code 3 kodiert, so muss wiederum mit der Untervariable 11.1. „Aspekte der chauvinistischen Darstellung“ fortgefahren werden:

Code 1: Abwertung des Gegners

Code 2: Vage Bezeichnung einer Nation

Code 3: Sündenbocksuche

Code 4: Verzerrung

Code 5: Heroisierung-Begriffe wie Nationalheld, Stolz der Nation etc. werden genannt (dem Sportler werden nationale Züge verpasst, darunter fallen auch Beinamen und Spitznamen)

²²⁶ Vgl. Schoof, 1996, S. 94ff.

Code 6: Metonymische Verwendung des Wortes Österreich

Code 7: Sonstige (wird genannt)

12.Kategorie Stereotype (betrifft FF3+FF7)

Stereotypen dienen der individuellen und/oder sozialen Selbst- und Fremddefinition. Wir sind, so Wernecken, auf Stereotypen angewiesen, da diese durch Vereinfachung und Reduktion von Wahrnehmung- und Verarbeitungsprozessen die Komplexität der Welt „handhabbar“ machen.²²⁷ Sie dienen uns also in einer gewissen Weise als Orientierungs- und Entscheidungshilfe. Von Stereotypen werden neben Meinungen, Einstellungen und Urteilen, Eigen- und Fremderwartungen subsumiert. Sie können daher zwischen Auto- und Heterostereotypen differenziert werden.²²⁸

.Heterostereotypen: Stereotypen über andere (zB. Österreicher sagen, die Deutschen sind arrogant)

.Autostereotypen: selbstbezogene Stereotypen (zB. Österreicher sagen, die Österreicher sind gemütlich)

Nationale Stereotype sind zum einen im Bereich der Heterostereotypen als Sollerwartungen an andere Nationen, Völker etc. zu fassen, zum anderen spiegeln sie als Autostereotypen die Selbstauffassung der eigenen Gesellschaft und Nation wieder.²²⁹

Operationalisiert werden sowohl Hetero- wie Autostereotypen. Heterostereotypen spiegeln sich zB. vor allem in der Interpretation der typischen Spielkultur verschiedener Nationen wieder. Da hauptsächlich das Verhältnis Österreichs zu Deutschland Gegenstand der Untersuchung ist, werden nur die jeweiligen beiderseitigen vorgefertigten Aussagen und Meinungen kodiert. Zusätzlich sollen Autostereotypen, also Stereotypen, die Österreicher bei sich selbst sehen, analysiert werden.

Kodiert werden ausschließlich Aussagen beiderseitiger ländertypischer Klischees, Eigenschaften, Verallgemeinerungen oder Stigmen. Stereotypen kommen vor:

Code 1: kommt nicht vor

²²⁷ Vgl. Wernecken, 2000, S.113.

²²⁸ Vgl. Wernecken, 2000, S.116.

²²⁹ Vgl. Wernecken, 2000, S.116.

Code 2: kommt manchmal vor (1-2)

Code 3: kommt häufig vor (> 2)

Wenn Code 2 oder 3 kodiert wird, muss mit der Unterkategorie 12.1., Art des Stereotyps, weiter unterschieden werden. Mögliche Ausprägungen wurden anhand einer ersten qualitativen Auseinandersetzung mit dem Material entsprechend gewählt. Hilfreich waren dabei unter anderem die Ergebnisse von Jens Wernecken über die Analyse von nationalen Stereotypen in der Sportberichterstattung,²³⁰ eine Untersuchung zu Autostereotypen von Alexandra Michal²³¹, sowie Walter Lendl, der auf ironische Art und Weise das Selbstbild der Österreicher skizziert.²³² Die vorgenommene Auswahl an Stereotypen hat keine Gültigkeit auf Vollständigkeit und kann beliebig erweitert werden.

Code 1: deutsche Tugenden wie Kampfstärke, Kampfgeist, Disziplin, Ehrgeiz, Siegeswille, Fleiß oder körperliche Stärke werden genannt.

Code 2: deutsche fußballerische Defizite werden genannt, wie Kreativität und Spielkultur

Code 3: deutsche Eigenarten werden genannt: zb. Symbole wie Bratwurst, Bier, Sauerkraut, Mercedes etc.

Code 4: negative deutsche Attribuierungen wie Arroganz und Überheblichkeit werden genannt

Code 5: Bezeichnungen wie der Österreicher/die Österreicher, „der Deutsche/die Deutschen“, werden genannt

Code 6: Vergleiche wie Fußballzerg gegen Fußballgroßmacht, David gegen Goliath werden gemacht

Code 7: die österreichische Mannschaft wird als Underdog, Fußballzerg oder Außenseiter bezeichnet

Code 8: das österreichisch-deutsche Verwandtschaftsverhältnis wird angesprochen (zB. großer Bruder Deutschland-kleiner Bruder Österreich, unsere lieben Nachbarn etc.)

Code 9: Verweis auf österreichische Autostereotype, wie Wiener Schmah, Gastfreundschaft, Kultur, Musik, Gemütlichkeit

Code 10: die österreichische Mannschaft sieht sich selbst als Außenseiter, bzw. neigt dazu alles kleinzureden

²³⁰ Vgl. Wernecken, 1999, S. 341ff.

²³¹ Vgl. Michal, Alexandra: Typisch österreichisch? Eine motivationsanalytische Überprüfung nationaler Stereotypen hinsichtlich Leistungs- und Machteinstellungen in Österreich, Deutschland und Italien. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 2007, S. 28f.

²³² Vgl. Lendl, Walter: Darum nerven Österreicher. Frankfurt am Main: Eichborn AG, 2007.

Code 11: Die Deutschen gelten als Bezugspunkt, Orientierung, Vorbild für Österreich (im Fußball)

Code 12: Die österreichisch-deutsche Rivalität wird angesprochen.

Code 13: Deutschland ist eine Turniermannschaft

Code 14: sonstige Verallgemeinerungen (werden aufgezählt).

13. Kategorie Mythen (betrifft FF3)

Diese Kategorie bezieht sich vor allem auf die Verwendung des Mythos in der sportlichen Rivalität zwischen Deutschland und Österreich. Da Österreich in der Nachkriegszeit (nach 1945) nur wenige sportliche Erfolge gegen die deutsche „Elf“ feiern konnte, werden in der Berichterstattung meist jene wenigen Erfolge herauf beschworen, auch wenn diese schon Jahrzehnte zurückliegen. Als beste Beispiele gelten hierzu der Mythos Cordoba, oder aber die Revanche für die Schlacht von Königgrätz, Aussagen, die in den beiderseitigen Begegnungen omnipräsent sind.

Zunächst soll geklärt werden, ob Mythen überhaupt vorkommen. Folgende Ausprägungen stehen zur Verfügung:

Code 1: kommt nicht vor

Code 2: kommt manchmal vor (1-2)

Code 3: kommt häufig vor (> 2)

Kommt es zur Verwendung von Mythen, also durch Kodierung von Code 2 und Code 3, so muss mit der Untervariable 13.1., Aufzählung des Mythos, fortgefahren werden:

Code 1: Mythos Cordoba

Code 2: Königgrätz

Code 3: Spieler und Sportgrößen von Cordoba oder davor werden erwähnt

Code 4: Wunderteam um Mathias Sindelar wird erwähnt

Code 5: sonstige Sportmythen (diese werden genannt)

14. Kategorie Prominenz (betrifft FF4)

Der Nachrichtenfaktor Prominenz ist ein wesentlicher Bestandteil der Sportberichterstattung. Vor allem in Boulevardzeitungen schreiben ehemalige und aktive

bekannte Sportstars zu den aktuellen Vorkommnissen im Sportgeschehen. Für die Zeitung bedeutet dies natürlich, dass die Artikel durch den namhaften Verfasser zusätzliche Gewichtung erhalten. Da es sich um eine Heimeuropameisterschaft handelt, wird zudem davon ausgegangen, dass sich viele Politiker und Prominente von der Fußballleuphorie mitreißen lassen und die Nähe zum Sportvolk suchen. Für die Analyse ist jetzt nicht der Bekanntheitsgrad einer Person wichtig, sondern inwieweit die Sportberichterstattung Prominente, abseits vom eigentlichen Fußballgeschehen, zum Thema macht. Kodiert werden dabei Aussagen von und über Prominente.

Die Kategorie soll darüber Aufschluss geben, ob durch die Darstellung von bekannten Menschen ein konkreter Nationalbezug verstärkt wurde. Als prominent gelten alle Personen des öffentlichen Interesses.

Die Kategorie Prominenz hat folgende Ausprägungen:

Code 1: Prominenz nicht vorhanden: keine namentliche Nennung von Prominenten/Politikern/ehemaligen Sportlern in den untersuchten Beiträgen bzw. Prominente als Autoren.

Code 2: Prominenz vorhanden: eine oder mehrere Prominente/Politiker/ehemalige Sportler werden thematisiert bzw. diese fungieren als Autoren der jeweiligen Zeitung.

15. Kategorie Human Interest (betrifft FF4)

Wie bereits im theoretischen Teil erwähnt wurde, spielt der Faktor Human Interest eine wichtige Rolle in der Sportberichterstattung. Die Sportler werden zu Personen des öffentlichen Lebens, indem abseits des sportlichen Geschehens ihre private Seite gezeigt wird, das wiederum dem Leser das Gefühl gibt mit dem Sportler, mit seinem Idol vertraut zu sein. Dies kann aber andererseits auch zu weit gehen, indem selbst vor Indiskretionen, wie Kroppach anmerkt, nicht zurückgescheut wird.²³³

Die Kategorie Human Interest hat folgende Ausprägungen:

Code 1: Human Interest nicht vorhanden: der Artikel befasst sich nicht mit dem Privatleben des Sportlers, es wird nur über sportspezifisches Geschehen berichtet.

Code 2: Human Interest vorhanden: Der Artikel befasst sich ausschließlich mit dem Privatleben des Sportlers.

²³³ Vgl. Kroppach, 1978, S. 135f.

16. Kategorie Abgrenzung/Verwendung der Pronomina „Wir“-„Ihr“ (betrifft FF6)

Unter diese Kategorie fallen alle Aussagen, die zu einer Unterscheidung von „Wir“ und die „Anderen“ beitragen. Mit der Verwendung entsprechender Pronomina wird, wenn auch indirekt, an das Wir-Bewusstsein einer Gruppe appelliert. Dass die Verwendung solcher Wörter für die Bildung von nationalen Identitäten eine wichtige Rolle hat, wurde bereits im theoretischen Teil dieser Arbeit angesprochen, zusammengefasst lässt sich sagen: „The use of personal pronoun pairs such as ‚we/they‘ and ‚us/them‘ have a powerful effect in generating feelings of inclusion and exclusion“.²³⁴

Pronomen werden als Synonym für die eigene Nation gebraucht, die implizite Abgrenzung gegen die Anderen ist dabei inbegriffen.

Unter dieser Kategorie werden nur jene Aussagen (Pronomen) kodiert, die sich konkret auf diese Differenzierung beziehen, wie Wir/Ihr, Uns/Euch, Unsere/Eure etc.

Diese Kategorie hat folgende Ausprägungen:

Code 1: kommt nicht vor

Code 2: kommt manchmal vor (1-2)

Code 3: kommt häufig vor (> 2)

21. Kategorie Bildinhalt (betrifft FF1, FF4, FF5)

Die Abbildung muss sich auf der Titelseite oder im Sportteil/EM-Beilage der Zeitung befinden. Grafiken, Illustrationen oder Zeichnungen werden dabei nicht kodiert. Die Abbildungen für die hier vorliegende Arbeit werden nur bis zum Ende der Gruppenphase kodiert und müssen, je nach Ausprägung, einen Österreichbezug vorweisen können. Abbildungen nach dem Ausscheiden Österreichs aus dem Turnier sind nicht Teil der Untersuchung.

²³⁴ Maguire, J., Poulton, E. & Possamai, C.: The war of words? Identity politics in angl-german press coverage of Euro 96. *European Journal of Communication*, (1), 1999, S. 70; zit. nach: Furtner, Florian: Emotionalisierung im Mediensport: Eine Analyse der Berichterstattung über die Olympischen Winterspiele 2006 in Turin in ausgewählten Printmedien des deutschsprachigen Raums; Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2007, S.30.

Die Abbildungen werden unter folgenden Ausprägungen kodiert:

Code 1: emotionaler Gehalt der Bilder:

Die bildliche Darstellung von Emotionen ist wesentlicher Bestandteil der Sportberichterstattung. Kodiert werden dabei nur Bilder und Fotos, die in irgendeiner Art und Weise das Untersuchungsmaterial betreffen und die eindeutige Emotionen assoziieren. Beispiele für emotionsgeladene Bilder sind Jubel, Freude, Enttäuschung, Trauer, Frust von Sportlern, Zuschauern und sonstigen Sportbeteiligten.

Code 2: symbolhafter Gehalt der Bilder:

Die nationalen Symbole, wie im theoretischen Teil schon angesprochen, sind deshalb so bedeutend, da sie die Nation greifbar machen. Die Angehörigen nehmen sich so leichter als deren wahr, was wiederum Identität und Identifikation schafft. Von der Nationalhymne bis zu Trikots, Gesichtsbemalungen, aber auch Personen und Gebäude usw. können nationalen Symbolcharakter besitzen. Symbole haben den Charakter von „sleeping memories“²³⁵, also geteilte Erinnerungen, die von Zeit zu Zeit aufgefrischt werden (zum Beispiel bei sportlichen Wettkämpfen) und aufgrund derer sich Individuen in einer Gruppe (Nation) identifizieren können.

Untersucht werden sollen hauptsächlich Abbildungen in Zeitungen, die in irgendeiner Weise auf Symbole verweisen. Durch den emotionalen Gehalt von Symbolen soll diese Kategorie Aufschluss geben, ob versucht wird, durch die etwaige Verwendung einen Nationalbezug herzustellen. Symbole können Fahnen, Dressen, Gebäude (wie etwa Stephansdom oder Riesenrad) etc. sein, sie sollten einen eindeutigen Österreichbezug assoziieren.

Code 3: Abbildungen von Prominenten:

Unter Prominente fallen Politiker, berühmte (Ex) -Sportler oder sonstige berühmten, der Öffentlichkeit bekannten Menschen. Kommen auf der Abbildung ein oder mehrere Prominente vor, wird die Abbildung kodiert. Unter die Kategorie Prominente fallen jedoch nicht die bei der Europameisterschaft tätigen Spieler und Trainer.

Code 4: Sonstiges:

Darunter fallen alle Bildinhalte, denen Code 1-3 nicht zugeordnet werden konnte. Sie werden zwar kodiert, spielen aber für die Untersuchung keine Rolle.

²³⁵ Vgl. Maguire, 1999, S. 184.

9. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse

9.1 Darstellung und Interpretation formaler Ergebnisse

Bevor nun näher auf die Interpretation und Darstellung der Ergebnisse hinsichtlich der Forschungsfragen und der Hypothesen eingegangen wird, soll zunächst eine kurze Darstellung der formalen Kategorien erfolgen.

1. Gesamtanzahl der Artikel/Bilder

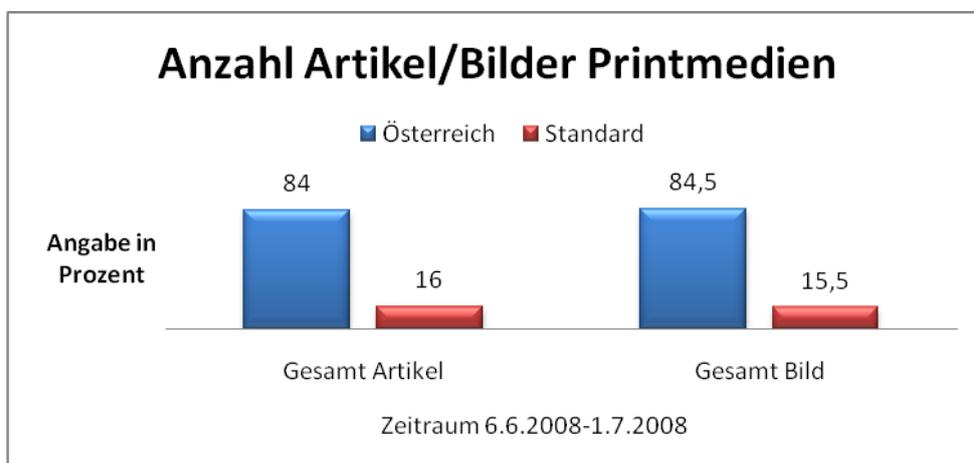


Abbildung 1: Grafik Häufigkeiten der untersuchten Artikel/Bilder in %
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel/Bilder: Österreich n=300/109; Standard n=57/20;)

Für die vorliegende Arbeit wurden im Zeitraum vom 06. Juni 2008 bis einschließlich 01. Juli 2008 insgesamt 357 Artikel untersucht, wobei 300 Artikel für die Zeitung „Österreich“ und 57 Artikel für die Zeitung „Der Standard“ ausfindig gemacht werden konnten. Die Zeitung „Österreich“, wie auch in der Abbildung 1 ersichtlich wird, stellt eine verhältnismäßig deutlich größere Anzahl der Artikel zur EM-Berichterstattung dar, als der „Standard“.

Auffallend ähnlich verhält es sich im Verhältnis der Anzahl der kodierten Bilder in den beiden Zeitungen, die sich auf eine Gesamtzahl von 129 kodierten Bildern beläuft. Die Abbildungen werden jedoch nur für den Zeitraum der Verweildauer der österreichischen Mannschaft im Turnier kodiert, da diese konkret auf einen Österreichbezug analysiert wurden. Der Zeitraum richtet sich daher vom 6.6.2008 bis einschließlich 17.6.2008.

Während für die Zeitung „Österreich“ im genannten Zeitraum 109 Bilder kodiert werden, sind es für die Zeitung „Der Standard“ 20 Bilder.

Betrachtet man nun die beiden Ergebnisse, so lässt sich ohne Weiteres sagen, dass die Zeitung „Österreich“ der Europameisterschaft deutlich mehr Aufmerksamkeit widmet, als etwa der „Standard“, der in einem verhältnismäßig geringen Umfang über dieses Ereignis berichtet.

2. Platzierung der Artikel/Bilder

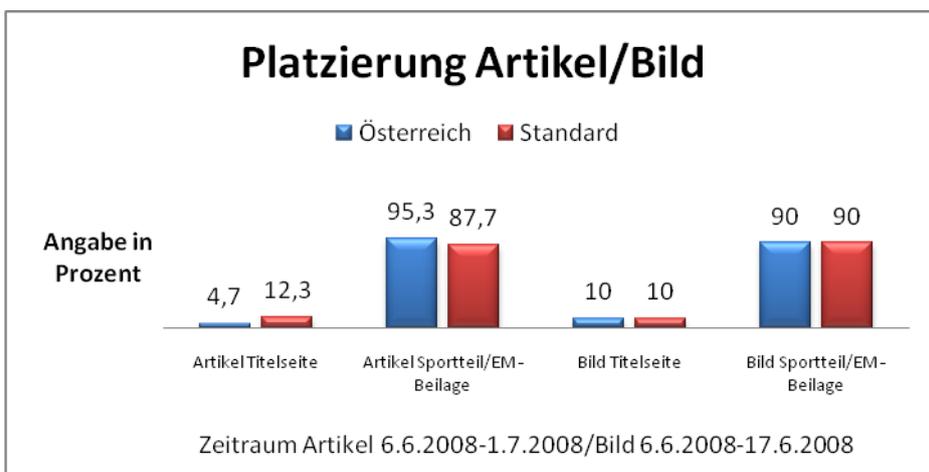


Abbildung 2: Grafik Häufigkeiten der Platzierung von Artikel/Bild in %
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel/Bilder: Österreich n=300/109; Standard n=57/20;)

In der Zeitung „Österreich“ wurden 4,7% der Artikel auf der Titelseite und 95,3% im Sportteil/EM-Beilage kodiert. Im „Der Standard“ finden sich 12,3% der Artikel auf der Titelseite und 87,7% der Artikel im Sportteil/EM-Beilage.

Hinsichtlich der Abbildungen lässt sich feststellen, dass jede zehnte Abbildung der Zeitung „Österreich“ auf der Titelseite erscheint, 90% finden sich im EM/Sportteil. Dasselbe Ergebnis kann auch für die Zeitung „der Standard“ ausfindig gemacht werden.

3. Länge der Artikel

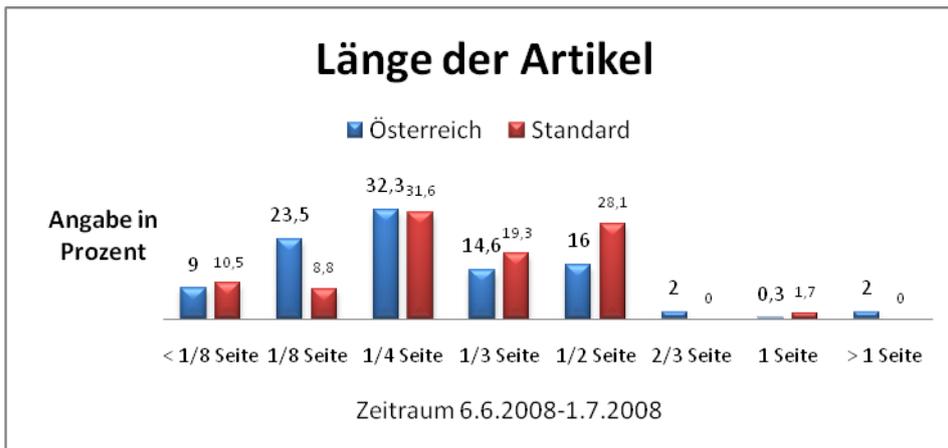


Abbildung 3: Grafik Häufigkeiten der Länge der Artikel in %
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=300; Standard n=57;)

Eine weitere formale Kategorie stellt die Länge der Artikel dar. Ausgehend von der Gesamtanzahl n der jeweiligen Zeitung, wird ersichtlich, dass keine allzu großen Unterschiede in den unterschiedlichen Längen im Vergleich der beiden Zeitungen zu sehen sind. Deutliche Unterschiede lassen sich etwa bei den kurzen Artikeln mit nur einer 1/8 Seite finden. Hier liegt die Zeitung „Österreich“ deutlich vor dem Standard, während in der Zeitung „Der Standard“ Artikeln mit einer halben Seite verhältnismäßig deutlich öfter vorkommen. Ausgehend von den im Diagramm ausgewiesenen Daten, kann gesagt werden, dass der „Standard“ umfangreichere Artikel verwendet, als die Zeitung „Österreich“, deren Artikel eher kurz und prägnant formuliert sind. Dies lässt sich so erklären, dass sich der „Standard“ eher auf die Spielberichterstattung selbst beschränkte, und sich dabei ausführlich mit dem sportlichen Geschehen am Spielfeld befasste.

4. Größe der Bilder

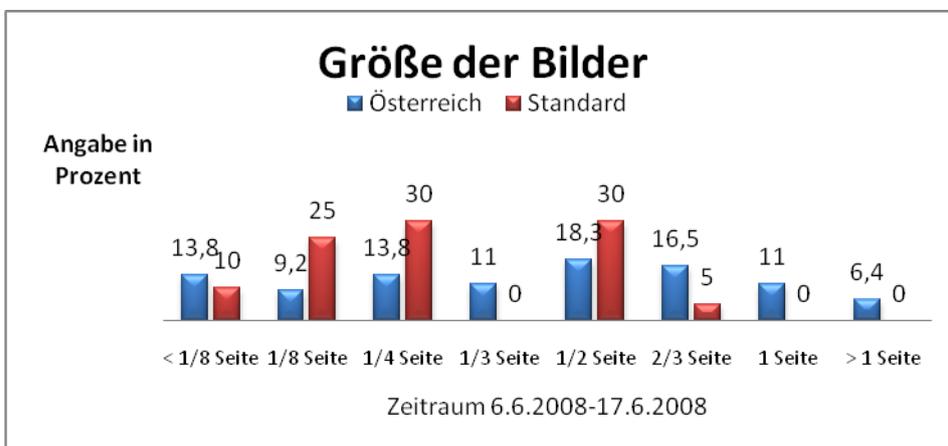


Abbildung 4: Grafik Häufigkeiten der Größe der Bilder in %
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Bilder: Österreich n=109; Standard n=20;)

Zu den unterschiedlichen Größen der jeweiligen Abbildungen lässt sich feststellen, dass auch hier leichte Unterschiede zwischen den beiden Zeitungen zu erwarten waren. Hier wird ersichtlich, dass die Zeitung „Österreich“ vor allem bei den großflächigen Abbildungen von 2/3 Seiten, einer Seite und mehr als einer Seite deutlich vor dem Standard liegt, bei dem lediglich ein einziges Mal eine Abbildung kodiert wird, die größer als eine halbe Seite ist. Vermutlich lässt sich diese Tatsache auch auf die unterschiedliche Größe der Formate der beiden Zeitungen zurückführen, da die Abbildungen von einer halben Seite beim Standard schon extrem großflächig wirken.

Betrachtet man nun zusätzlich die Auswertung der Länge der Artikel im vorhergehenden Punkt, so lässt sich argumentieren, dass den Abbildungen der Zeitung „Österreich“ größere Bedeutung beigemessen wird, nicht nur hinsichtlich der Zeitung „Standard“, sondern vor allem auch in Bezug zu den eigenen Artikeln. So lässt sich etwa erklären, warum die Zeitung „Österreich“ vermehrt Kurzkomentare und Kurzberichte verwendet.

5. Journalistische Darstellungsform

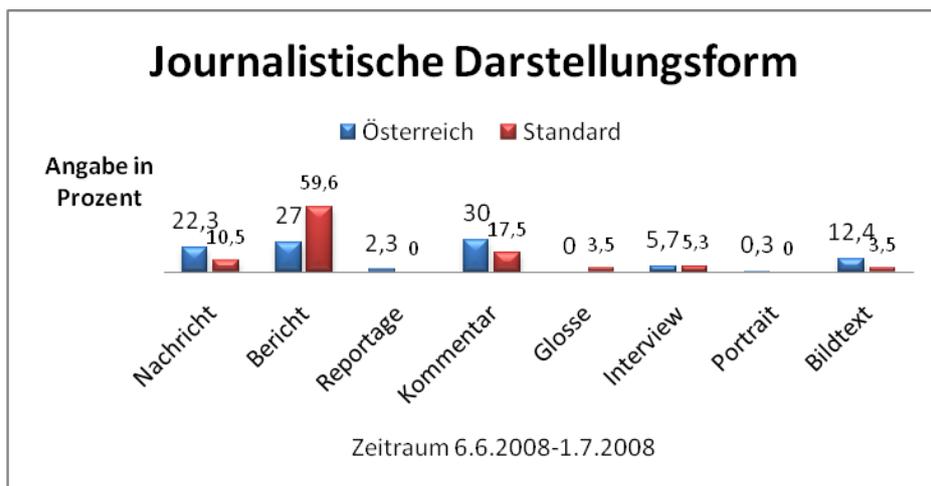


Abbildung 5: Grafik Häufigkeiten der journalistischen Darstellungsform in %
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=300; Standard n=57;)

In dieser Kategorie wurde untersucht, welche journalistischen Darstellungsformen für die EM-Berichterstattung verwendet wurden bzw. unterschiedlich oft in den untersuchten Zeitungen vorkamen. Wie aus dem Diagramm auch ersichtlich wird, werden die Darstellungsformen Nachricht, Bericht und Kommentar sowohl bei der Zeitung „Standard“, als auch bei der Zeitung „Österreich“ am häufigsten verwendet. Der Kommentar spielt vor allem bei der Zeitung „Österreich“ eine große Rolle. Fast jeder dritte

untersuchte Artikel erhält durch einen namhaften Gastkommentator zusätzliches Gewicht, wobei nicht nur Kommentatoren aus dem Fußballbereich, sondern auch bekannte Menschen aus dem Showbiz für die Zeitung schreiben. Weitere Unterschiede dieser Kategorie lassen sich vor allem bei der Darstellungsform Bericht herauslesen. 34 von insgesamt 57 Artikeln des „Standards“ konnten im Sinne einer Spielberichterstattung ausfindig gemacht werden. Reportagen sowie Personenportraits über die Sportler fehlen jedoch zur Gänze. Auch der begleitende Bildtext zum Bild wird nur insgesamt zweimal verwendet. Die sprachliche Untermuerung des Bildes spielt hingegen bei der Zeitung Österreich mit 12,4% eine deutlich größere Rolle, ein Spielerportrait wird auch hier lediglich einmal gemacht, und auch Reportagen sind mit 7 Artikeln eher kaum zu finden, die sich, wenn sie verwendet werden, vor allem dem Geschehen der österreichischen Nationalmannschaft abseits des Fußballfeldes widmen.

9.2 Darstellung und Interpretation der Ergebnisse hinsichtlich Forschungsfragen und Hypothesen

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Untersuchung dargestellt, die anhand der Hypothesen überprüft wurden.

FF1: Wird in der Sportberichterstattung das Spiel Österreich gegen Deutschland unter besonders emotionalen Aspekten dargestellt?

Für die Beantwortung dieser Forschungsfrage wurden mehrere Hypothesen aufgestellt. Zur Beantwortung der Forschungsfrage bzw. zur Überprüfung der Hypothese wurde der Untersuchungszeitraum auf den 14. Juni 2008 bis einschließlich 17. Juni 2008 eingeschränkt. Da das Spiel Österreich gegen Deutschland am 16. 06. stattfand, richtet sich der Zeitraum der Untersuchung entsprechend der Berichterstattung über dieses Spiel, also zwei Tage zuvor, dem Spieltag und dem Tag nach dem Spiel. Dieser Zeitraum gilt nachfolgend für alle Hypothesen dieser Forschungsfrage.

Hypothese 1.1: Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann ist die Berichterstattung der Boulevardzeitung durch eine vermehrte sprachliche Darstellung von Emotionen geprägt als die Qualitätszeitung.

Für den genannten Zeitraum wurden für die Zeitung Österreich 87 relevante Artikel und für den Standard 15 relevante Artikel analysiert. Inwieweit prozentuelle Unterschiede bei der Verwendung emotionaler Aspekte vorhanden sind, wird im nachfolgenden Diagramm ersichtlich.

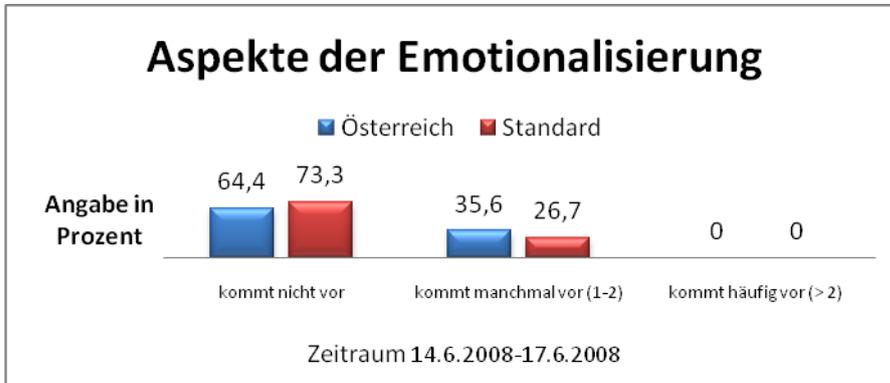


Abbildung 6: Grafik Verwendung von emotionalen Aspekten-Häufigkeiten
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=87; Standard n=15;)

Die Analyse für den genannten Zeitraum der EM-Berichterstattung zeigt, dass emotionale Elemente sowohl in der Qualitäts- wie auch in der Boulevardzeitung eingesetzt werden, wenn auch, wie etwa aus dem Diagramm ersichtlich wird, der prozentuelle Anteil emotionaler Berichterstattung der Zeitung „der Standard“ etwas geringer ist, als der Zeitung „Österreich“.

In 4 von insgesamt 15 Artikeln des „Standards“ werden emotionale Aspekte verwendet, während in der Zeitung „Österreich“ in 31 Artikeln emotionale Aspekte verwendet werden. Häufigste emotionale Stilmittel der Zeitung „Österreich“ sind Hyperboliken, Metaphern und die Verwendung von Superlativen, wobei Übertreibungen mit gesamt 14 Kodierungen an erster Stelle der emotionalen Aspekte rangieren. Bei der Zeitung „Standard“ können für den genannten Zeitraum lediglich jeweils zwei Kodierungen für Metaphern und der Verwendung der Alltagssprache ausgemacht werden. In mehr als 70% der kodierten Artikel werden jedoch keine emotionalen Aspekte verwendet.

Interessant für die Analyse wäre noch festzuhalten, dass für den gesamten Zeitraum der Untersuchung, also dem 06. Juni 2008 bis einschließlich 01. Juli 2009, die Verwendung emotionaler Aspekte prozentuell deutlich niedriger liegt. Auffallend dabei ist, dass der Standard für den gesamten Zeitraum mit 17,5% (entspricht 10 kodierte Artikel) um fast die Hälfte weniger emotionale Aspekte verwendet, als die Zeitung Österreich mit 30,6% (entspricht 92 kodierte Artikel).

Ausgehend von diesen Daten wird ersichtlich, dass sowohl Boulevard- wie auch Qualitätszeitung emotionale Elemente in ihrer Berichterstattung verwenden, wobei der prozentuelle Anteil emotionaler Aspekte über die Berichterstattung des Spiels Österreichs gegen Deutschland im Vergleich der beiden Zeitungen weniger stark variiert, als beispielsweise über den gesamten Zeitraum der Berichterstattung zur Europameisterschaft. In Bezug auf meine Hypothese und den zur Überprüfung ausgewerteten Daten (wie sie im Diagramm angeführt werden), kann bestätigt werden, dass die Berichterstattung der Boulevardzeitung über das Spiel Deutschland gegen Österreich durch eine vermehrte sprachliche Darstellung von Emotionen gekennzeichnet ist.

***Hypothese 1.2:** Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann ist die Berichterstattung der Boulevardzeitung durch eine vermehrte bildliche Darstellung von Emotionen geprägt als die Qualitätszeitung.*

Zur Überprüfung dieser Hypothese wurden für den bereits genannten Zeitraum 14. bis 17. Juni 32 Abbildungen für die Zeitung „Österreich“, sowie 11 für die Zeitung „Der Standard“ kodiert.

Die Analyse hat ergeben, dass bei der Zeitung „Österreich“ 14 Abbildungen mit emotionalem Gehalt kodiert werden konnten, was einem Prozentsatz von 43,8% entspricht. Die Abbildungen mit bildlicher Darstellung von Emotionen der Zeitung „Standard“ liegen bei 36, 3%, oder 4 kodierten Abbildungen.

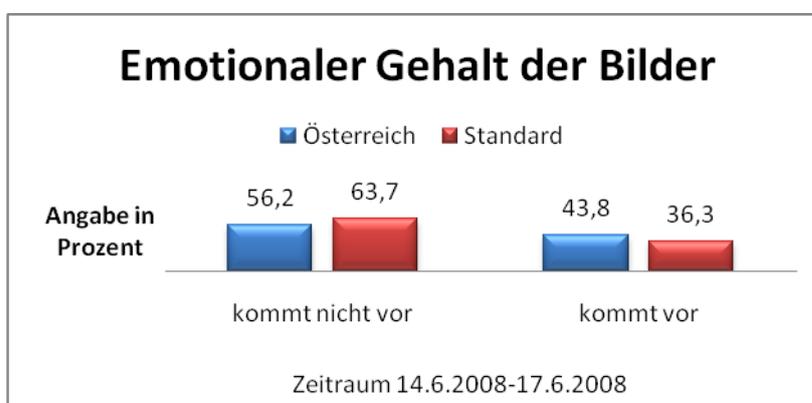


Abbildung 7: Grafik Verwendung von Emotionen in den Abbildungen-Häufigkeiten (n=Gesamtanzahl der untersuchten Bilder: Österreich n=32; Standard n=11;)

Im Vergleich dazu liegt der Prozentsatz der für den gesamten Zeitraum der EM kodierten Bilder mit emotionalem Gehalt bei der Zeitung Österreich bei 33,9% sowie beim Standard bei 30%. Auch wenn der Unterschied über den gesamten Zeitraum der EM eher gering ist, so ist der Unterschied über den Zeitraum des Spiels gegen Deutschland doch recht deutlich. Auch hier gilt, dass Emotionen in der bildlichen Darstellung sowohl von Qualitäts- wie auch der Boulevardzeitung verwendet werden. Auf die Hypothese bezogen, ist aber der prozentuelle Unterschied doch recht deutlich, womit bestätigt werden kann, dass die Boulevardzeitung durch eine vermehrte bildliche Darstellung geprägt ist, als die Qualitätszeitung.

***Hypothese 1.3:** Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann werden in der Berichterstattung der Boulevardzeitung vermehrt kriegerische Ausdrücke verwendet.*

Die Analyse des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes hat ergeben, dass in der Zeitung „Österreich“ in 11,5% der Analyseeinheiten kriegerische Metaphern manchmal vorkommen bzw. in 1,1%, entspricht lediglich einem Artikel, häufig vorkommen. In der Zeitung „Der Standard“ wird im selben Zeitraum kein Bezug auf kriegerische Metaphern in den Analyseeinheiten genommen.

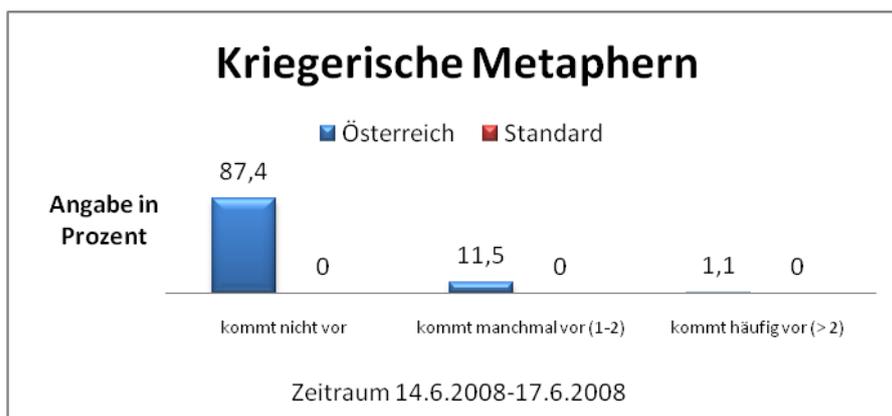


Abbildung 8: Grafik Verwendung von kriegerischen Metaphern-Häufigkeiten
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=87; Standard n=15;)

Für den Zeitraum der gesamten EM-Berichterstattung werden kriegerische Metaphern in den Analyseeinheiten bei der Zeitung „Österreich“ in nur 7% (1-2) und 0,3% (>2) der Analyseeinheiten sowie in 3,5 % der Analyseeinheiten bei der Zeitung „Standard“, was zwei Artikel entspricht, festgestellt. Hier wird ersichtlich, dass in der Zeitung „Österreich“

verhältnismäßig vermehrt kriegerische Elemente in den Analyseeinheiten im Zeitraum des Spiels gegen Deutschland vorkommen, als etwa über den gesamten Zeitraum der EM-Berichterstattung.

Wie die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, wird in der Sportberichterstattung von kriegerischen Metaphern weiterhin Gebrauch gemacht, derer sich vor allem die Boulevardzeitung bedient. Besonders auf das Spiel Österreich gegen Deutschland bezogen, finden sich in der Boulevardzeitung „Österreich“ ein vermehrter Gebrauch kriegsmetaphorischer Ausdrücke wieder, wodurch die oben angeführte Hypothese als bestätigt angesehen werden kann.

***Hypothese 1.4:** Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann werden in der Berichterstattung der Boulevardzeitung vermehrt chauvinistische Ausdrücke verwendet.*

Die Ergebnisse sind im folgenden Diagramm ersichtlich:

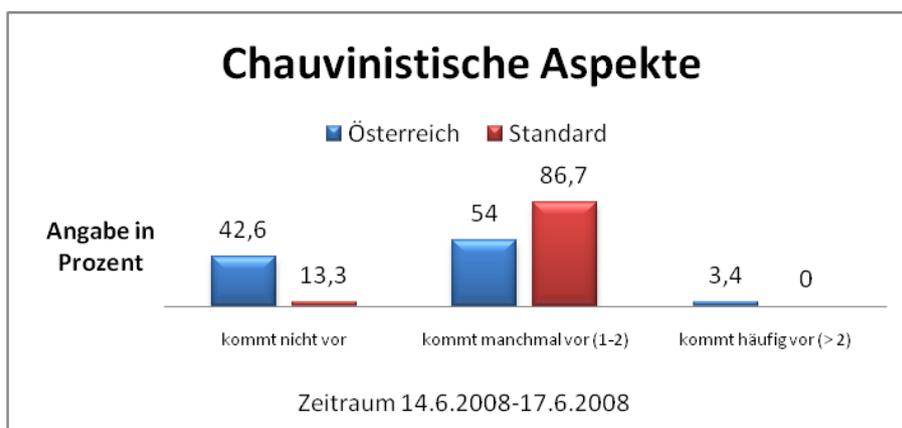


Abbildung 9: Grafik Verwendung von chauvinistische Aspekten-Häufigkeiten (n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=87; Standard n=15;)

Die Analyse hat ergeben, dass chauvinistische Aspekte in den Analyseeinheiten, sowohl in der Boulevard- wie auch in der Qualitätszeitung, festgestellt werden können. So kommen im Untersuchungszeitraum der Zeitung „Österreich“ in etwas mehr als der Hälfte der Analyseeinheiten chauvinistische Aspekte vor, bzw. in 3,4% der Analyseeinheiten häufig vor. In der Zeitung „Standard“ werden deutlich mehr chauvinistische Aspekte im genannten Zeitraum thematisiert, die in 13 von 15 der untersuchten Artikel ausfindig gemacht werden können.

Im Vergleich zum gesamten Zeitraum der EM-Berichterstattung liegt der Gebrauch chauvinistischer Aspekte der Zeitung „Standard“ noch immer hoch, doch mit 50,8 % deutlich niedriger als in den Analyseeinheiten zum Spiel Österreich gegen Deutschland. Bei der Zeitung „Österreich“ werden in 32,7% der Analyseeinheiten des gesamten Zeitraumes chauvinistische Aspekte verwendet.

Die häufige Verwendung chauvinistischer Aspekte bei der Zeitung „Der Standard“ lässt sich auch damit erklären, dass die metonymische Verwendung des Wortes Österreich mit in die Analyse geflossen ist. So kann zwar davon ausgegangen werden, dass Zeitungen der journalistischen Einfachheit halber von Österreich schreiben, wenn es sich um das österreichische Team handelt, die indirekte Einbeziehung des Rezipienten (dem Österreicher) ist jedoch ersichtlich. Dass der Unterschied zwischen dem „Standard“ und der Zeitung „Österreich“ trotzdem so hoch ist, liegt vermutlich daran, dass die Zeitung „Österreich“, durch selbige Namenskundgebung, eher gewillt ist, den Gebrauch des Namens Österreichs nicht zu sehr auszureizen und den Leser unnötig zu verwirren. Dies lässt sich auch damit erklären, dass ohne Berücksichtigung dieses speziellen Aspektes, der Anteil chauvinistischer Aspekte bei der Zeitung „Österreich“ mit 40% deutlich höher liegt, als den etwa 20% kodierte Beiträge in den Analyseeinheiten desselben Zeitraums des „Standards“.

Anhand der Überprüfung der Ergebnisse kann behauptet werden, dass besonders in der Berichterstattung über das Spiel Österreich gegen Deutschland vermehrt chauvinistische Aspekte verwendet werden. In Hinblick auf meine Untersuchungsergebnisse muss jedoch, unter Berücksichtigung der metonymischen Verwendung des Wortes Österreichs, davon ausgegangen werden, dass die Qualitätszeitung in ihrer Berichterstattung vermehrt chauvinistische Aspekte verwendet, und somit die oben angeführte Hypothese, als nicht bestätigt gesehen werden kann.

FF2: Messen die untersuchten Zeitungen dem Spiel Deutschland gegen Österreich größere Bedeutung bei als den vorangegangenen beiden Spielen gegen Polen und Kroatien?

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurde der Untersuchungszeitraum jeweils der Berichterstattung der einzelnen Spiele der österreichischen Nationalmannschaft angepasst. Dies bedeutet, dass für die Analyse zwei Tage vor dem Spiel, der Spieltag und der Tag nach dem Spiel berücksichtigt wurden. Das österreichische Team hatte drei Gruppenegegner, die Analyse setzte sich also folgendermaßen zusammen:

Spiel gegen Kroatien – 6-9.6.2008; Spiel gegen Polen – 10-13.6.2008; Spiel gegen Deutschland – 14-17.6.2008.

Auf den gesamten Untersuchungszeitraum bezogen, können somit 216 Artikel für die Zeitung „Österreich“ und 41 Artikel für den „Standard“ für die Analyse herangezogen werden.

Hypothese2: Wenn Österreich gegen Deutschland spielt, dann wird über das Spiel unabhängig der Zeitungsart mehr berichtet als über die Spiele gegen Kroatien und Polen.

Die Ergebnisse der Analyse, wie sie auch im Diagramm ersichtlich sind, zeigen, dass die zu erwartenden Unterschiede bei der Zeitung „Österreich“ doch recht deutlich ausfielen. Die gezählten Analyseeinheiten liegen bei den beiden ersten Spielen gegen Kroatien und Polen zwar in einem fast gleichermaßen stark ausgeprägten Verhältnis, das Spiel gegen Deutschland liegt jedoch mit rund 40% an kodierten Einheiten verhältnismäßig deutlich vor den erstgenannten Spielen. Auch bei der Zeitung „Der Standard“ gibt es geringe Unterschiede. Über das Spiel gegen Polen werden zwar deutlich mehr kodierte Artikel, als über das Spiel gegen Kroatien, festgelegt, doch auch hier liegen die kodierte Analyseeinheiten zum Spiel gegen Deutschland in ihrer Häufigkeit, wenn auch nur im minimalsten Verhältnis, vor den vorangegangenen Spielen. Ausgehend von diesen, aus der Untersuchung gewonnenen, Ergebnissen, kann die Hypothese als bestätigt betrachtet werden.

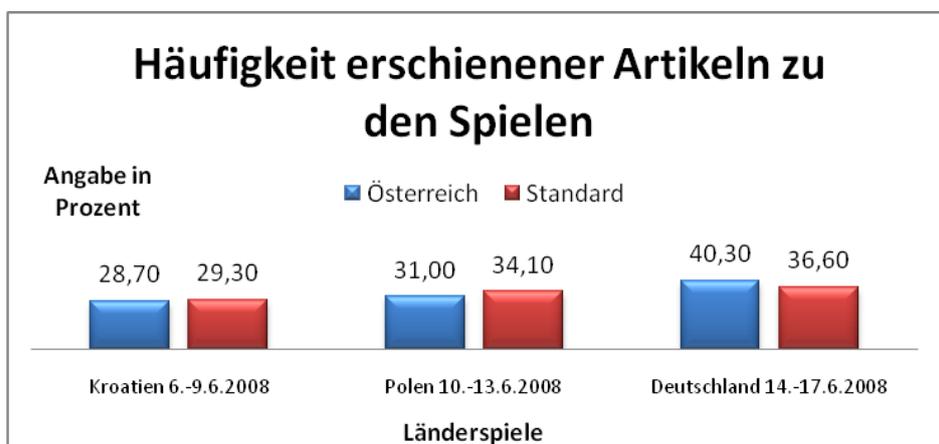


Abbildung 10: Grafik Häufigkeit erschienener Artikel zu den Spielen (n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=216; Standard n=41;)

FF3: Werden in der Sportberichterstattung nationale Stereotypen und nationale Mythen verwendet?

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurden zwei Hypothesen erstellt, deren Analyse Aufschluss über den Gebrauch von etwaigen Stereotypen und Mythen geben soll.

Hypothese3.1: Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden in der Berichterstattung über das Entscheidungsspiel Österreich gegen Deutschland vermehrt nationale Stereotypen in der Berichterstattung verwendet.

Zur Beantwortung der Forschungsfrage und zur adäquaten Überprüfung der Hypothese wurde der Untersuchungszeitraum auf den 14.6.2008 bis einschließlich 17.6.2008 eingeschränkt (vgl. Abschnitt FF1). Im genannten Zeitraum wurden 87 Artikel für die Zeitung „Österreich“ und 15 Artikel für die Zeitung „Der Standard“ analysiert, deren Ergebnisse im folgenden Diagramm gegenübergestellt werden.

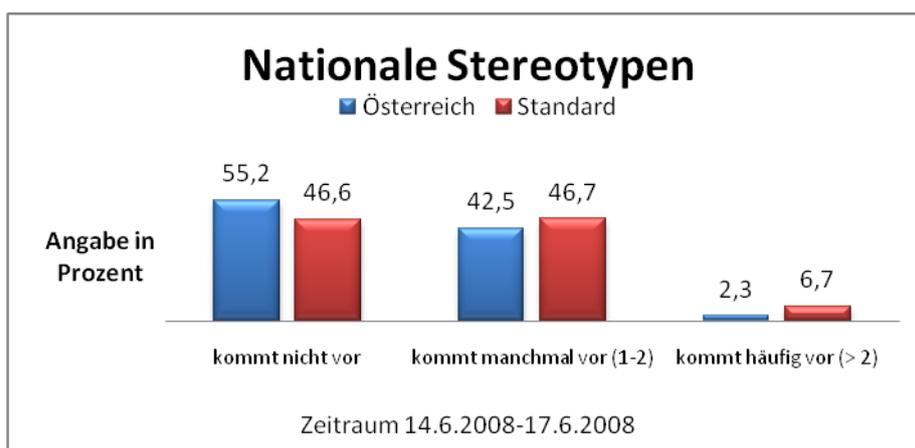


Abbildung 11: Grafik Verwendung von nationalen Stereotypen-Häufigkeiten
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=87; Standard n=15;)

Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass nationale Stereotypen in etwa gleichermaßen in der Berichterstattung der Boulevard- wie auch der Qualitätszeitung verwendet werden. In ca. der Hälfte der untersuchten Artikel kommen keine Stereotypen vor. In etwas weniger als der Hälfte der untersuchten Artikel kommen 1-2 Artikel vor. Die Ergebnisse zeigen, dass es zwischen Boulevard- und Qualitätszeitung keine allzu großen Unterschiede hinsichtlich der Verwendung von nationalen Stereotypen gibt.

Demgegenüber ist es interessant, dass über die gesamte Dauer der EM-Berichterstattung, nationale Stereotypen in den Analyseeinheiten der Zeitung „Österreich“ etwa mit 34,6% verhältnismäßig deutlich weniger thematisiert werden, als beispielsweise beim „Standard“,

der in rund 49% der Analyseeinheiten nationale Stereotypen verwendet. Unter den meist genannten kodierten Stereotypen beider Zeitungen sticht deutlich die nicht allzu präzise Benennung „Der Deutsche“ hervor, zu der jedoch auch angemerkt werden kann, dass sie vermutlich publizistisch motiviert ist, um einerseits Platz zu sparen, andererseits jedoch auch den Eindruck entstehen lässt, der Deutsche spiele, oder verhalte sich in der Art und Weise und nicht der jeweilige Spieler. Als weitere Stereotype wird etwa im „Standard“ die *Außenseiterrolle Österreichs* oder die *beiderseitige Rivalität* angesprochen. In der Zeitung „Österreich“ werden *negative deutsche Attribuierungen*, oder aber das *österreichisch-deutsche Verwandtschaftsverhältnis* angesprochen.

Ausgehend von den gewonnenen Ergebnissen wird ersichtlich, dass die Sportberichterstattung durchwegs Gebrauch von nationalen Stereotypen macht. In Bezug auf meine Hypothese kann die Annahme, dass Boulevardzeitungen vermehrt zu Stereotypisierungen in der Berichterstattung tendieren, jedoch nicht bestätigt werden.

Hypothese 3.2: *Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden in der Berichterstattung über das Entscheidungsspiel Österreich gegen Deutschland vermehrt nationale Mythen in der Berichterstattung verwendet.*

Die Ergebnisse der Analyse zur Überprüfung dieser Hypothese werden im nachstehenden Diagramm dargestellt.

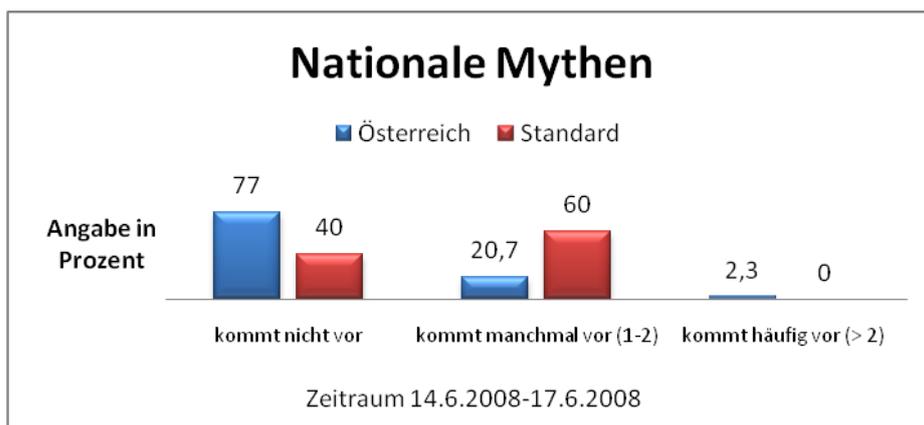


Abbildung 12: Grafik Verwendung von nationalen Mythen-Häufigkeiten
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=87; Standard n=15;)

Die Untersuchung hat ergeben, dass in der Zeitung „Österreich“ in 20 von 87 Artikeln die Verwendung von nationalen Mythen eruiert werden kann. In der Zeitung „Der Standard“ liegt die Anzahl bei 9 von 15 Artikeln. Dieses Ergebnis macht den Unterschied der beiden

Zeitungen auch sehr deutlich. So stellt der prozentuelle Anteil der Tageszeitung „der Standard“ das Dreifache der von der Zeitung „Österreich“ kodierten Analyseeinheiten dar. Im Vergleich dazu zeigt die Analyse des gesamten Zeitraumes der Europameisterschaft, dass die Thematisierung nationaler Mythen verhältnismäßig weniger stark ausgeprägt ist. Hier liegt der verhältnismäßige Anteil der Zeitung „der Standard“ bei 22,8% und der Zeitung „Österreich“ bei knapp 10 %. Dies zeigt auch deutlich, dass der Großteil der kodierten nationalen Mythen hauptsächlich in der Berichterstattung über das Spiel gegen Deutschland verwendet wird.

Den Großteil der thematisierten Mythen stellt ein Verweis auf „Cordoba“ dar, im „Standard“ sogar zu hundert Prozent, während in der Zeitung „Österreich“ zusätzlich des Öfteren an das „Wunder von Wien“ appelliert wird. Nationale Mythen, vor allem der „Mythos Cordoba“, scheinen, laut den Ergebnissen der Untersuchung, in der Sportberichterstattung, vor allem in Verbindung mit Deutschland nicht wegzudenken zu sein. „Der Standard“ versucht es zwar mit einer kritischen Herangehensweise an den Begriff Cordoba, nichtsdestotrotz wird auch hier der Begriff thematisiert und zum geflügelten Wort in einer, wenn man so will, besonderen Rivalität. Meine Grundannahme, dass in der Berichterstattung der Boulevardzeitung über das Entscheidungsspiel Österreich gegen Deutschland vermehrt nationale Mythen verwendet werden, kann also als nicht bestätigt betrachtet werden.

FF4: Kommen in der Berichterstattung der österreichischen Nationalmannschaft zur Fußball Europameisterschaft auch Prominente und Politiker zu Wort bzw. werden diese auf Bildern und Fotos gezeigt, sowie Sportler näher thematisiert (Human Interest) um so den konkreten Nationalbezug und die nationale Identifikation noch zu verstärken?

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurden drei Hypothesen erstellt. Der spezielle Untersuchungszeitraum wurde entsprechend der Überprüfung der Hypothesen angepasst und gilt für alle nachfolgenden Hypothesen dieser Forschungsfrage. Der Untersuchungszeitraum richtet sich vom 6.6.2008 bis einschließlich 17.6.2008, also dem Beginn der Untersuchung bis zum letzten Gruppenspiel der österreichischen Mannschaft (16.6.) und der Berichterstattung am Tag danach.

Hypothese4.1: Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann kommen vermehrt Prominente, Politiker und berühmte (ehemalige) Sportstars zu Wort.

Insgesamt wurden für die Überprüfung der Hypothese 216 Artikel der Zeitung „Österreich“ und 41 Artikel der Zeitung „Standard“ im genannten Zeitraum herangezogen. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen ein recht deutliches Bild. Während bei der Zeitung „Der Standard“ der Faktor Prominenz keine Rolle spielt, wird in der Zeitung „Österreich“ in mehr als einem Viertel der Analyseeinheiten der Faktor Prominenz eruiert. Meist handelt es sich dabei um prominente Verfasser der Artikel, die allein ihres Bekanntheitsgrades, so scheint es zumindest, dem Artikel zusätzliche Gewichtung verleihen sollen.

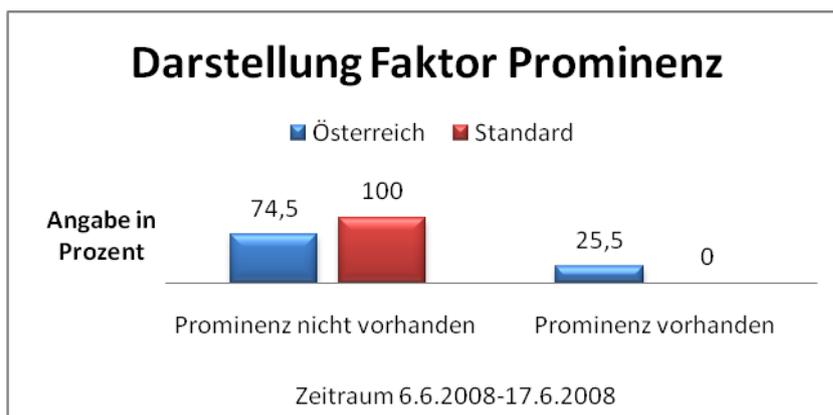


Abbildung 13: Grafik Darstellung Faktor Prominenz-Häufigkeiten
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=216; Standard n=41;)

Meine Grundannahme, dass der Faktor Prominenz überwiegend in der Boulevardzeitung zu tragen kommt, kann anhand der vorliegenden Ergebnisse als bestätigt gesehen werden.

Hypothese4.2: Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden vermehrt Politiker und Prominente abgebildet gezeigt.

Für die Überprüfung dieser Hypothese wurden insgesamt 110 Abbildungen der Zeitung Österreich und 20 Abbildungen des Standards im genannten Zeitraum analysiert, dessen Ergebnis sich folgendermaßen darstellen lässt:

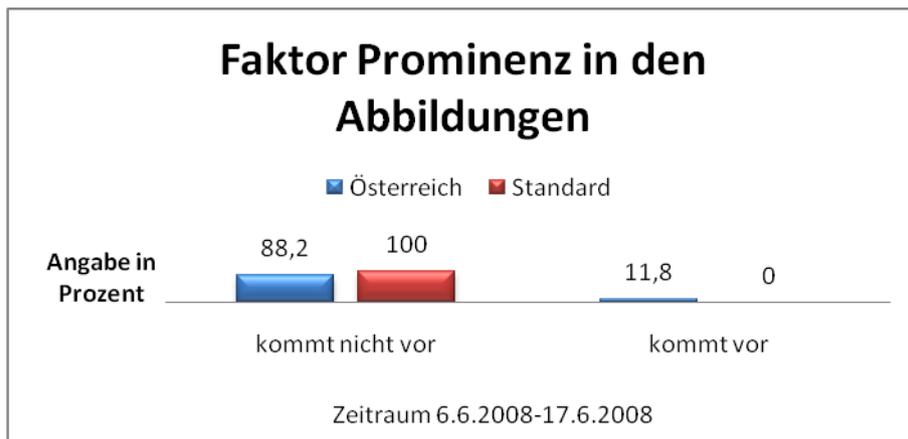


Abbildung 14: Grafik Faktor Prominenz in den Abbildungen-Häufigkeiten

(n=Gesamtanzahl der untersuchten Bilder: Österreich n=110; Standard n=20;)

Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass in 11,8 % der Analyseeinheiten, also in etwas mehr als jeder zehnten Abbildung der Zeitung „Österreich“ entweder Politiker oder Prominente abgebildet werden. In den Abbildungen des „Standards“, wie aus dem Diagramm ersichtlich wird, kann in den Analyseeinheiten des jeweiligen Zeitraums keine entsprechende Abbildung eruiert werden. Das Ergebnis lässt sich so interpretieren, dass die Thematisierung und Darstellung von Prominenten und Politikern in den Abbildungen ein Charakteristikum der Boulevardzeitung ist, die dadurch einen verstärkten Nationalbezug forciert bzw. herstellen will. Die Hypothese, Boulevardzeitungen verwenden vermehrt Abbildungen mit Prominenten und Politikern kann ergo als bestätigt gesehen werden.

Hypothese 4.3: Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann kommen vermehrt Hintergrundberichte über das Privatleben von österreichischen Sportlern vor.

Um die Hypothese entsprechend überprüfen zu können, wurden, wie bei Hypothese 4.1., 216 Artikel der Zeitung Österreich und 41 Artikel der Zeitung Standard analysiert.

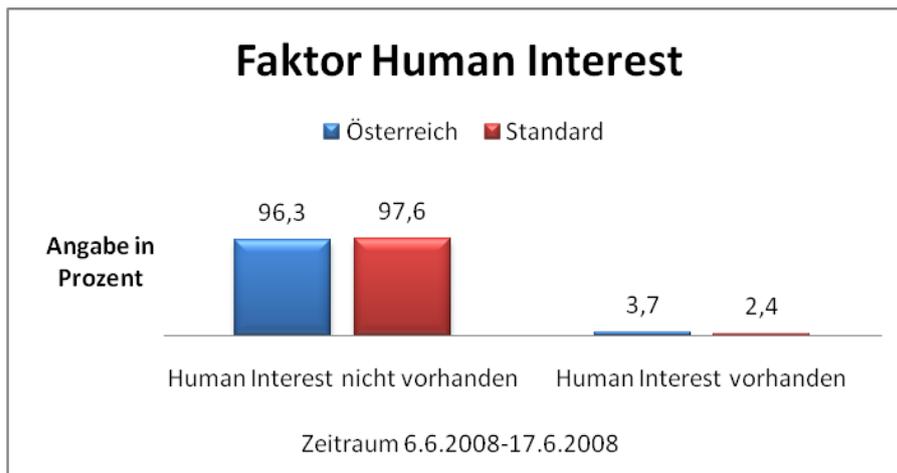


Abbildung 15: Grafik Faktor Human Interest-Häufigkeiten
(n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=216; Standard n=41;)

Die Untersuchung zeigt das Ergebnis, dass der Faktor Human Interest nur eine untergeordnete Rolle spielt. So sind es in der Zeitung „Österreich“ nur acht Beiträge in den Analyseeinheiten, die sich mit einer näheren Darstellung eines Spielers, abseits des Fußballfeldes befassen. In der Zeitung „Der Standard“ kann nur ein einziger Artikel zum Thema Human Interest (über Ivica Vastic) festgelegt werden. Die Tatsache, dass der Faktor Human Interest in den Zeitungen kaum zu tragen kommt, liegt wahrscheinlich auch daran, dass sportliche Erfolge ausschlaggebend sind, ob und wie stark ein Fußballstar thematisiert wird. Dies zeigt sich etwa in der Thematisierung von Ivica Vastic (in beiden untersuchten Zeitungen), der mit seinem Elfmeterstor in allerletzter Sekunde gegen Polen zum österreichischen Superstar dieser Europameisterschaft avanciert und dementsprechenden Platz in der Berichterstattung findet.

Das prozentuelle Verhältnis der beiden Zeitungen hinsichtlich dem Thema Human Interest variiert zwar, wie aus dem Diagramm ersichtlich wird, nur geringfügig, es kann jedoch anhand der Analyse der Ergebnisse die Hypothese bestätigt werden, wonach die Boulevardzeitung vermehrt auf Hintergrundberichte setzt.

FF5: Werden in der Sportberichterstattung über die österreichische Nationalmannschaft Symbole verwendet, um einen konkreten Nationalbezug herzustellen?

Der Untersuchungszeitraum zur Überprüfung der nachfolgenden Hypothese wurde, wie bei Forschungsfrage 4, auf die Dauer von 6.6.2008-17.6.2008 festgelegt.

Hypothese 5: Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden vermehrt Abbildungen gebracht, die nationale Symboliken enthalten.

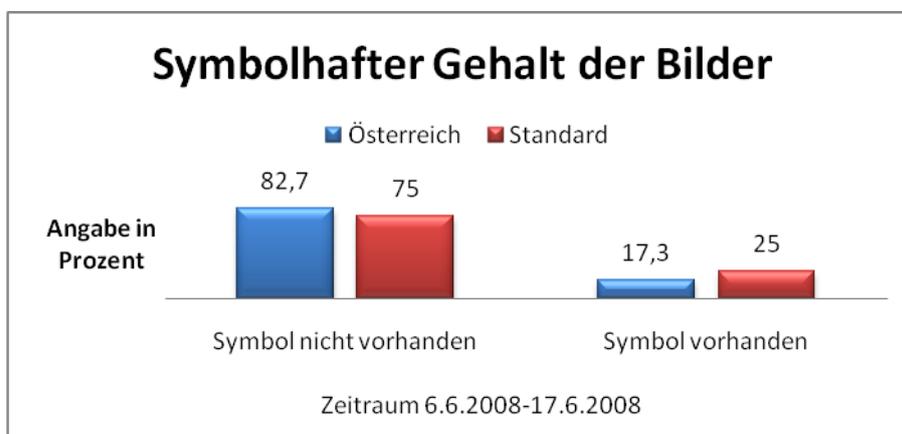


Abbildung 16: Grafik Verwendung von Symbolen in den Abbildungen-Häufigkeiten (n=Gesamtanzahl der untersuchten Bilder: Österreich n=110; Standard n=20;)

In der Boulevardzeitung „Österreich“ können 19 der insgesamt 110 untersuchten Abbildungen auf einen symbolhaften Bezug eruiert werden. In der Qualitätszeitung „Standard“ sind es im selben Zeitraum 5 von 20 Abbildungen, also in einem Viertel der Analyseeinheiten, die auf Symbole verweisen. Die Ergebnisse zeigen, dass sowohl Qualitäts- wie Boulevardzeitungen in ihren Abbildungen einen Symbolbezug vorweisen, hinsichtlich meiner Annahme, dass dieser jedoch vermehrt in den Abbildungen der Boulevardzeitung zu finden ist, jedoch nicht bestätigt werden kann.

FF6: Wird in der Sportberichterstattung durch Hervorhebung von bestimmten Sprachmodi eine bewusste Abgrenzung von „Wir“ und die „Anderen“ (hauptsächlich Deutschland) evoziert?

Die Analyse beschränkte sich auf die Dauer vom 6.6.2008-17.6.2008. Zusätzlich soll im Speziellen der Zeitraum der Berichterstattung über das Spiel gegen Deutschland, 14.6.-

17.6.2008, analysiert werden, um einen Vergleich zu bekommen, ob in diesem Zeitraum vermehrt entsprechende Pronomen verwendet wurden. Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde folgende Hypothese aufgestellt:

Hypothese6: *Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden vermehrt Pronomina verwendet, die die Abgrenzung der eigenen Nation zum Gegner verdeutlichen soll.*

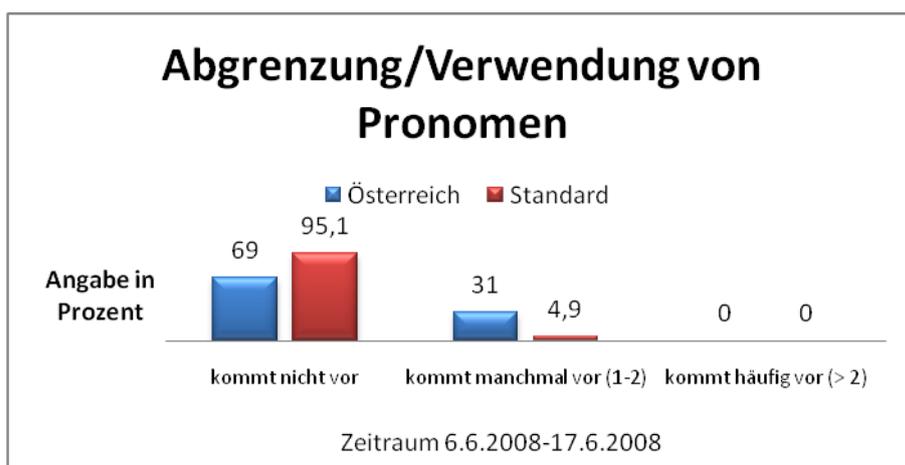


Abbildung 17: Grafik Verwendung von Pronomen der „Differenzierung“-Häufigkeiten (n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=216; Standard n=41;)

Die Ergebnisse meiner Untersuchung haben ergeben, dass in der Zeitung „Österreich“ in 67 Artikeln von insgesamt 216, oder anders ausgedrückt in 31% der Analyseeinheiten die Verwendung von Pronomen thematisiert wird. Die Verwendung von Pronomen im „Standard“, wie auch aus dem Diagramm ersichtlich wird, findet hingegen fast gar nicht statt. So kann in lediglich 2 von insgesamt 41 Artikeln die Verwendung derartiger Pronomen festgelegt werden, was einem prozentuellen Anteil von 4,9% entspricht.

Nicht anders präsentiert sich dazu der Vergleich mit dem Spiel gegen Deutschland. Nimmt man nur die Dauer des Spiels gegen Deutschland, also 14.6.-17.6.2008, in die Analyse, so liegt zwar der prozentuelle Anteil der Tageszeitung „Der Standard“ mit 6,7 %, entspricht einem Artikel von 15, etwas höher, bleibt aber verhältnismäßig hinter den in 28,7% der Analyseeinheiten durchgeführten Kodierungen der Zeitung Österreich, entspricht 25 von 87 Artikel, noch immer recht deutlich zurück.

Ausgehend von den Ergebnissen der Untersuchung kann gesagt werden, dass Possessivpronomen relativ häufig in der Berichterstattung der Boulevardzeitung

vorkommen. In einem Drittel der Analyseeinheiten, sowohl des Zeitraums der Berichterstattung über das Spiel Österreich gegen Deutschland als auch über den gesamten Zeitraum bis zum Ausscheiden der österreichischen Mannschaft aus dem Turnier, konnte die Verwendung von Pronomen eruiert werden. Ausdrücke wie „unser Team“, „unsere Mannschaft“, „wir glauben an euch“ etc. lassen keinen Zweifel darüber aufkommen, dass der Gegner der ist, von dem man sich zu unterscheiden hat. Im Gegensatz dazu wird in der Zeitung „der Standard“ die Verwendung von Pronomen kaum thematisiert, wodurch auch meine Grundannahme, Boulevardzeitungen würden in ihrer Berichterstattung vermehrt Pronomen verwenden, bestätigt werden kann.

FF7: Ist in der Berichterstattung über Spiele der deutschen Nationalmannschaft nach dem Ausscheiden von Österreich aus dem Turnier die Rivalität (Abgrenzung) Österreichs zu Deutschland noch immer bemerkbar?

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurde der Untersuchungszeitraum erneut eingeschränkt und wurde auf die Dauer vom 18.6.2008 (Anmerkung: die Berichterstattung über das Spiel Österreich gegen Deutschland endete am 17.6.2008) bis einschließlich 1.7.2008 (Anmerkung: bis zum Ende der Berichterstattung der Europameisterschaft/Deutschland schaffte es bis ins Finale) festgelegt. Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurden zwei Hypothesen erstellt. Für die Zeitung „Österreich“ konnten im genannten Zeitraum 84 Artikel und für den „Standard“ 16 Artikel analysiert werden.

***Hypothese7.1:** Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden in der Berichterstattung über Spiele der deutschen Nationalmannschaft vermehrt chauvinistische (abwertende) Ausdrücke gegenüber Spieler oder der Mannschaft verwendet.*

Die Überprüfung der Hypothese wurde mit der Kategorie Chauvinismus analysiert, deren Ergebnisse im nachfolgenden Diagramm dargestellt sind.

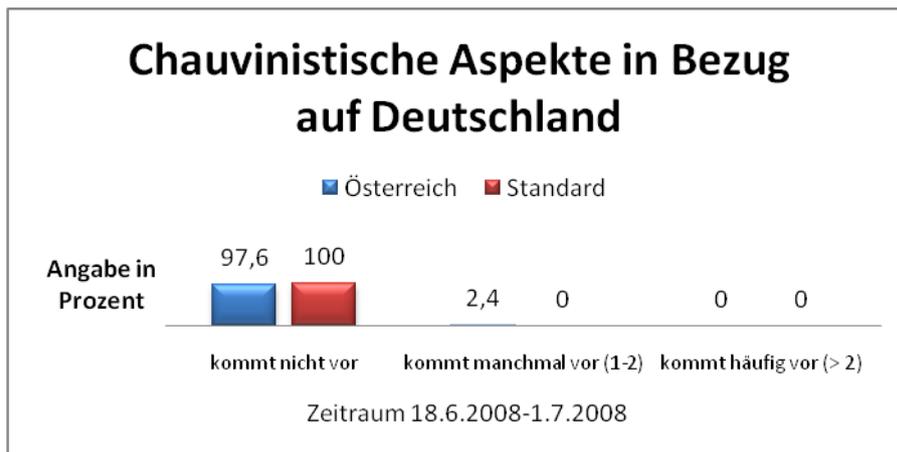


Abbildung 18: Grafik Verwendung von chauvinistischen Aspekten in Bezug auf Deutschland-Häufigkeiten (n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=84; Standard n=16;)

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen recht deutlich, dass chauvinistische Aspekte in der Berichterstattung über Spiele der deutschen Mannschaft kaum noch eine Rolle spielen, im Gegensatz etwa zum Untersuchungszeitraum, als Österreich gegen Deutschland spielte. Während die Zeitung „Der Standard“ gänzlich auf eine abwertende und negative Darstellung der deutschen Mannschaft verzichtet, werden bei der Zeitung Österreich in 2,4% der Analyseeinheiten chauvinistische Aspekte thematisiert, wie etwa die Ausdrücke „eine Schweini-dumme Karte“ oder „vom Trottler der Nation-zum man oft the match“ (vgl. „Österreich“ am 20.6 und 27.6) belegen. Meine Hypothese kann deshalb, auch wenn die gewonnenen Daten dies nur minimalst belegen, bestätigt werden.

Hypothese 7.2: Wenn es sich um eine Boulevardzeitung handelt, dann werden in der Berichterstattung über Spiele der deutschen Nationalmannschaft vermehrt nationale Stereotypen verwendet.

Die Kategorie Nationale Stereotypen wurde schon an anderer Stelle näher erklärt. Für die Überprüfung der Hypothese wurde untersucht, ob nationale Stereotypen weiterhin in der Berichterstattung über Spiele der deutschen Mannschaft verwendet werden.

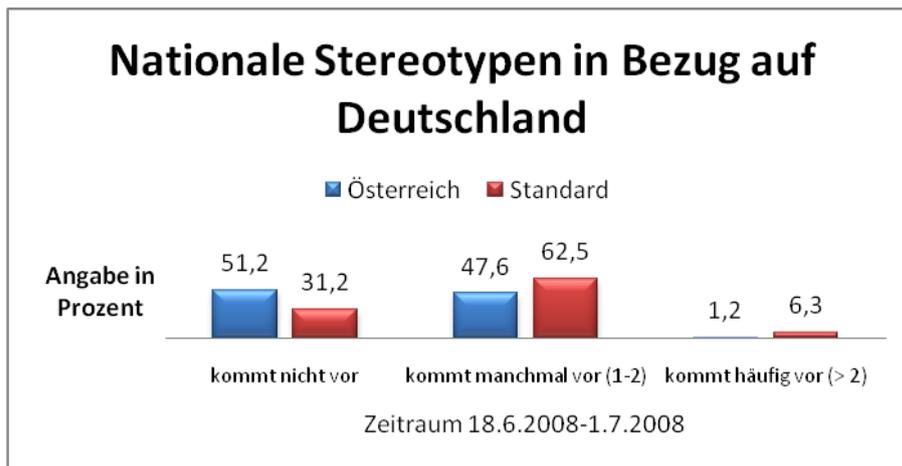


Abbildung 19: Grafik Verwendung von nationale Stereotypen in Bezug auf Deutschland-Häufigkeiten (n=Gesamtanzahl der untersuchten Artikel: Österreich n=84; Standard n=16;)

Die Untersuchung über nationale Stereotypen in der Berichterstattung hat gezeigt, dass diese nach wie vor, auch nach dem Ausscheiden der österreichischen Mannschaft, verwendet werden. In der Zeitung „Der Standard“ werden nationale Stereotypen in 68,8% der Analyseeinheiten eruiert, also in fast zwei Drittel der analysierten Artikel. Ähnlich wie bei der Analyse von nationalen Stereotypen zur Berichterstattung über das Spiel Österreich gegen Deutschland muss jedoch erwähnt werden, dass der Großteil aller Kodierungen die Nennung „der Deutsche“, „die Deutschen“ enthält.

Zudem werden *deutsche Tugenden* angesprochen (Siegermentalität) bzw. das Stereotyp, die deutsche Mannschaft sei eben eine *Turniermannschaft*, verwendet. Bei der Zeitung „Österreich“ werden im Vergleich zum „Standard“ prozentuell verhältnismäßig weniger nationale Stereotypen thematisiert, auch wenn die Verwendung nationaler Stereotypen mit 48,8% der Analyseeinheiten auch deutlich hoch ist. Auch hier liegen die Kodierungen „der Deutsche“, „die Deutschen“ deutlich an primärer Stelle, gefolgt von Stereotypen wie *Deutschland ist eben eine Turniermannschaft* oder der Nennung von *deutschen Tugenden*. Folgt man der Analyse der Ergebnisse, so lässt sich klar feststellen, dass bestimmte Stereotypen zum festen Repertoire der Sprache der Sportberichterstattung gehören. Die Grundannahme, dass diese vermehrt von der Boulevardzeitung verwendet werden, kann jedoch nicht bestätigt werden.

10. Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit untersuchte mithilfe der empirischen Methode, der Inhaltsanalyse, ob in der Sportberichterstattung der Europameisterschaft von zwei unterschiedlichen österreichischen Zeitungen, ein Sprachstil verwendet wird, der sich besonders in einer Form der Abgrenzung gegenüber Deutschland artikuliert und das eigene Nationale verstärkt thematisiert. Im theoretischen Teil dieser Arbeit wurde das teils schwierige Verhältnis der Österreicher zu den Deutschen im Laufe der jüngeren Geschichte näher skizziert. Es wurde versucht zu erklären, welche Voraussetzungen nötig waren, um überhaupt von einer nationalen österreichischen Identität sprechen zu können. Weiters wurde erwähnt, dass sich eine nationale österreichische Identität erst langsam im Laufe der Zweiten Republik herauskristallisierte, wobei nicht nur wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen bei der Entstehung dieser Identität verantwortlich waren, sondern das nationale Bewusstsein auch über den Sport Ausdruck erfuhr. Dies ließ sich im Speziellen in den sportlichen Auseinandersetzungen mit Deutschland erkennen, die in einer gewissen Weise dazu dienten, das eigene Nationale zu betonen und sich besonders zu Beginn der Zweiten Republik in einer bewussten Abgrenzung zu Deutschland bemerkbar machten. Diese Abgrenzung hinsichtlich des deutschen Nachbarn, fand, wie erwähnt, in den sportlichen Auseinandersetzungen der Nachkriegsjahre seinen Niederschlag, findet sich aber in regelmäßigen Abständen der heutigen Fußballbegegnungen wieder. Die beiderseitige Rivalität findet vor allem in der medialen Berichterstattung ihren Ausdruck. Meist wird dabei ein Bild gezeichnet, in dem nicht mehr nur von patriotischen Gefühlszuschreibungen gegenüber der eigenen Mannschaft gesprochen werden kann. Der Schritt hin zu chauvinistischen und nationalistischen Abgrenzungstendenzen in der Berichterstattung ist dabei meist nur ein geringer. Dies wurde zum Anlass genommen, die Sportberichterstattung der Europameisterschaft genauer unter die Lupe zu nehmen, besonders, da die sportliche Rivalität zu Deutschland bei dieser Heimeuropameisterschaft ihre Fortsetzung fand. Die Ergebnisse der Analyse wurden bereits im vorhergehenden Kapitel näher dargestellt. Im Folgenden sollen meine forschungsleitenden Fragen, die sich auf die Untersuchung der Sprache der EM-Sportberichterstattung beziehen, beantwortet werden.

Meine erste Forschungsfrage beschäftigte sich mit den emotionalen Aspekten in der Sportberichterstattung. Neben dem Gebrauch von speziellen emotionalen Stilmitteln wurde

auch untersucht, ob militärische Metaphern und chauvinistische Aspekte verwendet werden. Die dargestellten Ergebnisse zeigen recht deutlich, dass emotionale Aspekte sowohl in der Berichterstattung der Boulevard- wie auch der Qualitätszeitung vorkommen. Als die quantitativ am meisten kodierte Sprachelemente stechen hyperbolische Ausdrücke und Metaphern hervor. Auch die Analyse der Abbildungen hinsichtlich emotionaler Elemente ergibt einen ähnlichen hohen Wert bei beiden Zeitungen. Kriegerische Metaphern konnten nur für die Boulevardzeitung ausfindig gemacht werden. In 11,4% der Analyseeinheiten, also in durchschnittlich mehr als jedem zehnten Artikel im Untersuchungszeitraum zum Spiel Österreich gegen Deutschland konnte ein Verweis auf einen militärischen Kontext gefunden werden. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt auch Wernecken in seiner Studie zu nationalen Stereotypen in der Sportberichterstattung, der den Gebrauch von militärischen Metaphern im Tageszeitungssport, ebenso in durchschnittlich jedem zehnten Artikel ausfindig machen konnte.²³⁶ Ausdrücke wie „Scharmützel“, „Bomber“, „Kanonenfutter“, „Abfangjäger“ oder „Eurofighter“ eignen sich als wirksame Mittel der Emotionalisierung und Dramatisierung und legen die Ansicht nahe, dass es um mehr geht, als nur um ein Fußballspiel, wie auch Christian Tschusch passend anmerkt: „Setzt man die Spieler der gegnerischen Mannschaften mit den Nationen, die sie repräsentieren, gleich, so bekommt man den Eindruck, es bestünde Krieg zwischen den Nationen.“²³⁷

Chauvinistische Aspekte lassen sich wiederum im sprachlichen Gebrauch beider Zeitungen finden, wobei deren Verwendung vor allem bei der Qualitätszeitung „der Standard“ überraschend hoch ist. Die Gründe für deren häufige Verwendung, wie etwa die metonymische Verwendung des Wortes Österreich, wurden bereits bei der Ergebnisanalyse genannt und kann diskutiert werden. So kann etwa argumentiert werden, dass vor allem durch diese Begriffsverwendung, an die „vorgestellte Gemeinschaft“ im Sinne Andersons (vgl. Kapitel 4.1.2) appelliert wird, die sich dann bemerkbar macht und real wird, wenn nicht nur das österreichische Team, sondern Österreich gewonnen hat. Nichtsdestotrotz lässt sich sagen, dass durch diese Art der Berichterstattung nationale Identifikationsbedürfnisse angesprochen werden und Emotionen geschürt werden sollen. Die Ergebnisse der Untersuchung verdeutlichen, dass emotionale Aspekte in der Berichterstattung eine wichtige Rolle spielen, was sich vor allem auch im sportlichen Aufeinandertreffen zwischen Österreich und Deutschland darstellen ließ.

²³⁶ Vgl. Wernecken, 1999, S. 332.

²³⁷ Tschusch, Christian: Militarismus und Nationalismus in der Tennisberichterstattung. Eine Qualitative Inhaltsanalyse anhand der deutschen Fachzeitschrift `tennis magazin`. Wien: Diplomarbeit, 1994, S.44.

Die Überprüfung der Hypothese der zweiten Forschungsfrage brachte ein ebenso zu erwartendes Ergebnis hervor. So berichten beide Zeitungen ausführlicher über das Spiel gegen die deutsche Nationalmannschaft, als über die vorangegangenen beiden Spiele gegen die Teams aus Kroatien und Polen. Auch wenn dieses Spiel zusätzlichen Charakter eines Entscheidungsspiels besaß, da es um den Aufstieg ins Viertelfinale ging, so geht es, wie es auch im theoretischen Teil der Arbeit schon dargestellt wurde, neben all dem vermeintlichen Prestigegewinn um mehr, nämlich es dem „großen Bruder“, zumindest im sportlichen Wettkampf, „zeigen“ zu können. Und vor allem deshalb messen die Zeitungen dem Spiel größere Bedeutung bei, als vielleicht jedem anderen Spiel.

Die Analyse der dritten Forschungsfrage brachte ein überraschendes Ergebnis. So war zwar davon auszugehen, dass in der Sportberichterstattung generell nationale Stereotypen verwendet werden, dass diese vermehrt in der Berichterstattung der Qualitätszeitung zu finden sind, ließ sich jedoch im Vorfeld der Untersuchung nicht erahnen. Auch Wernecken kommt in seiner umfassenden Studie zu nationalen Stereotypen zu dem Ergebnis, dass Boulevardzeitungen einen niedrigeren Anteil stereotypisierender Artikel vorweisen, als überregionale Zeitungen.²³⁸

Das Ergebnis muss jedoch auch anhand der Tatsache interpretiert werden, dass die Nennung „der Deutsche/die Deutschen“ ebenfalls kodiert wurde, wobei auch hier gestritten werden kann, ob es sich um eine publizistische Vereinfachung handelt oder indirekt auch generell jeder Deutsche, und nicht nur der deutsche Spieler, gemeint ist. Die Tatsache, dass in der Berichterstattung kaum Autostereotypen verwendet wurden, kann somit erklärt werden, dass Journalisten leichter zu Fremdurteilen greifen, als sich „selbst“ zu beschreiben. Hierzu könnte man etwa in weiterer Folge durch einen Ländervergleich der Tageszeitungen der Frage nach Auto- und Heterostereotypen in der Berichterstattung nachgehen.

Ebenso wie die Verwendung von nationalen Stereotypen, werden in der Berichterstattung nationale Mythen thematisiert. Der Großteil der thematisierten Mythen beschäftigt sich, wie nicht anders zu erwarten, mit dem Mythos Cordoba, der zusätzlich sein dreißigjähriges Bestehen zur Europameisterschaft „feierte“, oder wird indirekt angesprochen, indem an das „Wunder von Wien“ appelliert wird. Auch hier liegt die Zeitung „der Standard“ in der Nennung nationaler Mythen deutlich vor der Zeitung „Österreich“, es muss jedoch erwähnt

²³⁸ Vgl. Wernecken, 1999, S. 336.

werden, dass der „Standard“ eine eher kritische und zumindest neutralere Beurteilung in der Verwendung dieses Begriffs hatte.

Die vierte Forschungsfrage beschäftigte sich mit der Thematisierung von Prominenten und Politikern und Human Interest Elementen. Die Thematisierung von Prominenten, sowohl als namhafte Verfasser der Artikel, als auch in den Abbildungen, dokumentiert sich ausschließlich in der Berichterstattung der Boulevardzeitung. So kommen in der Berichterstattung zahlreich Prominente zu Wort, die den Artikeln nicht nur zusätzliche Aussagekraft verleihen, sondern es wird auch ein verstärkter nationaler Bezug, durch eben jene Person hergestellt. Auch in den Abbildungen lässt sich dieser Bezug feststellen, werden in mehr als jeder zehnten Abbildung Prominente und/oder Politiker dargestellt. Human Interest Elemente, also Hintergrundberichte über das Privatleben der Fußballstars werden jedoch nur im geringen Umfang verwendet, die meisten davon porträtieren österreichische Teamspieler (wie etwa Vastic, Korkmaz, das Liebesleben von Roland Linz wird beschrieben etc.). Diese Portraitierungen sind ein unverzichtbarer Teil der Fußballberichterstattung, deren Zweck darin besteht, den Star näher darzustellen und ihn greifbar zu machen und tragen somit zu Identifikationsbedürfnissen der Rezipienten bei.

Zur Beantwortung der fünften Forschungsfrage wurden Abbildungen auf ihren symbolhaften Gehalt überprüft. Symbole schaffen, wie es im theoretischen Teil schon besprochen wurde, nicht nur Zugehörigkeit zu einer „imagined community“, sondern gleichzeitig auch Abgrenzung. Symbole sind wesentlicher Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens und tragen dazu bei, eine Gemeinschaft vorstellbar zu machen. Bei Sportveranstaltungen wird die Nation etwa von der Nationalmannschaft oder dem nationalen Sportler vertreten, die so zu nationalen Symbolen werden, vor Spielen der Nationalmannschaft ertönt die jeweilige landeseigene Hymne, Fahnen und Gesichtsbemalungen zieren das Fußballstadion etc. Betrachtet man nun die Ergebnisse der Analyse, so konnte dargestellt werden, dass in den Abbildungen der Printmedien relativ oft ein derartiger symbolhafter Bezug hergestellt wird. In der Qualitätszeitung „Der Standard“ sogar in jeder fünften analysierten Abbildung.

Die sechste Forschungsfrage beschäftigte sich mit bestimmten Sprachmodi, die der Charakterisierung des „Eigenen“ dienen sollen und gegenüber dem „Anderen“ abgrenzen. Die Verwendung von Pronomen konnte fast hauptsächlich in der Boulevardzeitung

ausfindig gemacht werden. Generell kann gesagt werden, dass deren Verwendung ein beliebtes Stilmittel der Boulevardblätter ist, wie etwa auch Christian Mortsch in seiner Studie über Sprachcharakteristika in der Sportberichterstattung bemerkt.²³⁹ Und auch Wernecken kommt in seiner Studie zu nationalen Stereotypen zu dem Ergebnis, dass identifikatorische Äußerungen in Summe zwar nur in 4% der analysierten Artikel der Printmedien vorkommen, bei der Bildzeitung allein jedoch dieser Wert über 20% beträgt.²⁴⁰

Mit Aussagen wie „unser Team“, „unsere Mannschaft“, „unsere Spieler“, „wir glauben an Österreich“ wird ein Gefühl der Zugehörigkeit vermittelt und nationale Identifikationsbedürfnisse angesprochen. Dieses Appellieren an ein Wir-Bewusstsein scheint ein wesentliches Element der Boulevardzeitungen in der Sportberichterstattung, vor allem bei internationalen Sportveranstaltungen zu sein.

Mit der letzten Forschungsfrage wurde überprüft, ob chauvinistische Aspekte und nationale Stereotypen weiterhin, nach dem Ausscheiden der österreichischen Mannschaft, in der Berichterstattung über Spiele der deutschen Nationalmannschaft vorkommen. Während einerseits kaum Verweise auf eine negative oder abwertende Berichterstattung hinsichtlich der deutschen Mannschaft gefunden wurden, werden andererseits nationale Stereotypen vermehrt thematisiert. Hauptsächlich werden Stereotypen in Verbindung mit deutschen Tugenden verwendet, die etwa der deutschen Mannschaft bescheinigen, letztlich doch immer wieder bei einem Turnier über sich hinauswachsen zu können. Die vermutlich neutrale Haltung in der Berichterstattung gegenüber der deutschen Mannschaft kann auch auf die Imagekorrektur zurückgeführt werden, die der deutsche Fußball und somit „die Deutschen“ seit ihrer Heimweltmeisterschaft 2006, auch in Österreich, verbuchen können. Geht man nun näher auf die Forschungsfrage ein, ist es schwer zu beantworten, ob die Rivalität bzw. eine österreichische Abgrenzung hinsichtlich Deutschland in der Berichterstattung erkenntlich ist. Im theoretischen Teil der Arbeit wurde erwähnt, dass Stereotypisierungen auch immer der Abgrenzung dienen, indem sie uns helfen, die Umwelt auf das zu reduzieren, was „wir“ beispielsweise nicht sind. Und besonders im Sport, in den sportlichen Wettkämpfen und ihrer medialen Aufbereitung braucht es, wie auch Hochschwarzer anmerkt, immer einen Anderen, einen Gegner, mit dem man sich misst und

²³⁹ Vgl. Mortsch, Christian: „Sieg zu Ehren der Nation“. Zur Sportberichterstattung ausgewählter österreichischer Tageszeitungen bei der alpinen Ski-WM in Aare 2007. Salzburg, Diplomarbeit, 2007, S.134.

²⁴⁰ Vgl. Wernecken, 1999, S.334.

den es zu besiegen gilt.²⁴¹ Für Österreich bedeutet dieser Gegner eben, so scheint es zumindest, Deutschland.

Abschließend soll meine zentrale Forschungsfrage: „Wird in der Sportberichterstattung von zwei unterschiedlichen österreichischen Printmedien zur Fußballeuropameisterschaft ein Sprachmodus gewählt, der nationale Stereotypen verwendet und in seiner Artikulation die Abgrenzung eines nationalen Österreichbewusstseins im Vergleich zu Deutschland hervorzuheben versucht?“ anhand der nun vorliegenden Ergebnisse der Inhaltsanalyse diskutiert werden.

Die Untersuchung von zwei verschiedenen Tageszeitungen brachte teilweise recht unterschiedliche Ergebnisse hinsichtlich der beiden Zeitungstypen. Generell kann jedoch bestätigt werden, dass die Berichterstattung der Boulevardzeitung stärker von Emotionen geprägt ist, als die Qualitätszeitung. Nationale Stereotypen und Abgrenzungstendenzen spielen besonders in der Berichterstattung über internationale Sportveranstaltungen eine bedeutende Rolle. Diese Tatsache kann auch für die vorliegende Untersuchung belegt werden. Den Gebrauch dementsprechender Stilmittel in der Sportberichterstattung unterstreicht Schwier folgendermaßen:

Ethnozentrische Formulierungen, nationalistische Bilder und patriotische Stimmungen gehören gegenwärtig zum festen Repertoire des Mediensports, der bei unseren Athleten und Mannschaften nationale Charaktermerkmale zu entdecken sucht, deren Kontrahenten gleichzeitig oft in stereotyper Weise porträtiert und seinen Konsumenten suggeriert, dass sie – unabhängig von Alter, Bildung, Geschlecht und sozialer Lage – unter dem mythischen Banner der Nation zusammengehören.²⁴²

Die Sportberichterstattung eignet sich wohl bestens für die Betonung des „Eigenen“ und des „Anderen“, wobei Journalisten, so Schwier, auch oft ihre Verantwortung unterschätzen, wenn sie allzu leichtfertig den Fußball in Diskurse einbetten, die an das „Eigene“ appellieren und gegenüber dem „Anderen“ differenzieren.²⁴³

Für den Bereich der vorliegenden Arbeit kann jedoch gesagt werden, dass die untersuchten Zeitungen auch unterschiedliche Auffassungen haben, inwieweit die Karte der Identität gespielt wird. Sehr wohl wird auch in der Sportberichterstattung der Qualitätszeitung, wie die Untersuchung ergeben hat, das eigene Nationale thematisiert. Es muss ihr jedoch

²⁴¹ Vgl. Hochschwarzer, 2004, S. 146.

²⁴² Schwier, 2006, S. 87.

²⁴³ Vgl. Schwier, 2006, S. 88.

bescheinigt werden, dass die Berichterstattung generell seriöser wirkt, die Artikel sich hauptsächlich auf Hintergrundberichte und Kommentare zum Spielgeschehen beschränken und keine übertriebenen emotionalen Gefühle geschürt werden. Am geringen Umfang des Sportteils des „Standards“ kann auch die Europameisterschaft selbst nichts ändern, im Gegensatz zur Zeitung „Österreich“, die den EM-Sportteil klar an primärer Stelle positioniert. „Der Standard“ übt sich auch eher in einer neutralen und distanzierten Sprache zum Fußballgeschehen, wobei negative und abwertende Sprachmuster nicht vorhanden sind. Ganz anders präsentiert sich dazu die Zeitung „Österreich“. Vor allem das Spiel gegen Deutschland lässt darauf hindeuten, dass es, wie es bereits erwähnt wurde, um mehr geht, als nur ein Fußballspiel. Aussagen wie „Zieht den Deutschen die Hosen aus“, „ein bisschen riecht es nach Angstschweiß und vollen Hosen“, „die Angsthasen kommen“, „jetzt haben die Deutschen die Hose voll“ (vgl. 15/16.6.2008 in „Österreich“) usw. zeigen doch recht deutlich, dass hier bewusst eine Sprache gewählt wird, die mit einer seriösen Berichterstattung nur mehr sehr wenig zu tun hat, was auch das bewusst konstruierte Verbalduell mit der „Bildzeitung“ noch zusätzlich unterstreicht.²⁴⁴

Das eigene „Nationale“ wird auch dank der stets wiederkehrenden Begriffsthematisierung des „Mythos Cordoba“ untermauert, wie etwa „ein ganzes Land will zweites Cordoba“ oder „Wien ist heute Cordoba“ (vgl. „Österreich“ 16.6.2008) belegen. Zusätzlich wird das Nationale durch die vermehrte Verwendung von Pronomen angesprochen, deren Verwendung indirekt auch den Leser einbezieht und an ihn appelliert, da Deutschland auch „unser Lieblingsfeind“ ist, oder „wir an euch glauben“ bzw. „wir die Deutschen rausbauen können“. Diese identifikatorischen Äußerungen können hauptsächlich für die Zeitung „Österreich“ ausfindig gemacht werden, die Zeitung „Der Standard“ verzichtet darauf fast zur Gänze.

Betrachtet man nun die Ergebnisse der Untersuchung, so lässt sich folgendes Resümee ziehen: Der Sportberichterstattung, wie es auch in der Theorie schon angesprochen wurde, liegt ein emotionales Element zugrunde. Nachrichtenfaktoren wie die räumliche, politische und kulturelle Nähe, Prominenz oder Ethnozentrismus spielen eine große Rolle. Zudem kommt es besonders bei nationalen Sportveranstaltungen zu vermehrter Thematisierung des Nationalen, es hängt aber letztendlich doch vom Zeitungstyp ab, in wie weit auf dieses Nationale eingegangen wird, ob ein kritischer Zugang gewählt wird oder dieses in

²⁴⁴ Vgl. Österreich am 15.6.2008, Online im WWW unter URL: http://www.oe24.at/sport/euro2008/lifestyle/20_Gruende_warum_Deutsche_Piefkes_bleiben_317648.ece (Zugriff am 15.6.2009)

affektiver Form angesprochen wird. Der Medienfußball eignet sich hervorragend, um das „Eigene“ und das „Anderere“ entsprechend zu artikulieren. Besonders bei internationalen Fußballereignissen, wie Schwier anmerkt, werden nationale Gefühle und Wir-Identifikationen durch die massenmediale Inszenierung verstärkt. Spiele von Nationalmannschaften werden dementsprechend als Wettkämpfe zwischen „uns“ und den „Anderen“ entworfen.²⁴⁵ Die Ergebnisse dieser Studie lassen darauf schließen, dass auch in der Sportberichterstattung zur Europameisterschaft ein dementsprechender Sprachdictus verwendet wird. Im Spiel gegen Deutschland zeigt sich auch in der Berichterstattung, dass österreichische Komplexe gegenüber Deutschland noch immer aktuell waren und sind. Diese treten besonders bei den sportlichen Auseinandersetzungen hervor und scheinen sich im kollektiven Gedächtnis der Österreicher dementsprechend manifestiert zu haben. Die Sportberichterstattung trägt durch das Auffrischen von alten Geschichten, Mythen, symbolhaften Repräsentationen und bestimmten Sprachmustern, die das „Eigene“ betonen und gegenüber dem „Anderen“ abgrenzen, dazu bei, dass im Sinne Halls (vgl. Kapitel 4.2) bestimmte Bedeutungen über die Nation hergestellt werden, mit der wir uns identifizieren. Die permanente Thematisierung des Nationalen im Mediensport, besonders im Fußball, trägt nicht unwesentlich zur Entstehung eines „Wir-Bewusstseins“ bei. Die sportliche Rivalität zu Deutschland eignet sich dabei bestens, um die eigene nationale Identität hervorzuheben und zu betonen. Diese historisch komplexe Beziehung zu Deutschland, in der scheinbar vorhandene österreichische Minderwertigkeitskomplexe gegenüber Deutschland stets präsent zu sein scheinen, scheint sich tief im kollektiven Gedächtnis einer Nation verankert zu haben. Für das nationale Bewusstsein, wie es im theoretischen Teil erwähnt wurde, spielt das kollektive Gedächtnis eine bedeutende Rolle, das sich, wie es scheint, vor allem in den wiederkehrenden sportlichen Auseinandersetzungen mit Deutschland bemerkbar macht.

Inwieweit die Europameisterschaft nun zu einem tatsächlichen Nationalbewusstsein beitragen konnte, ist schwer zu beurteilen, da besonders der Fußballsport extrem kurzlebig ist (man orientiert sich eben von Spiel zu Spiel) und zudem der notwendige sportliche Erfolg bei der Europameisterschaft ausblieb, der eine wichtige zusätzliche Rolle bei der Herstellung eines Nationalbewusstseins spielt bzw. spielen hätte können. Unbestritten bleibt jedoch die Tatsache, dass in der EM-Sportberichterstattung der untersuchten Zeitungen, vermehrt das eigene Nationale betont wird, wenn gleich sich dies auch in einem

²⁴⁵ Vgl. Schwier, 2006, S. 88.

unterschiedlichen Ausmaß hinsichtlich der beiden Zeitungen zeigt. Schwier merkt etwa an, dass besonders der Medienfußball mit den Konzepten der Identität und der Differenz arbeitet.²⁴⁶ Für Österreich bedeutet dies, dass besonders das Gemeinsame, auch historisch bedingte, mit Deutschland, dafür ausschlaggebend sein wird, auch weiterhin das „Eigene“ verstärkt zu betonen. Und dies lässt sich eben am einfachsten im Sport, in der ewigen Rivalität zwischen dem großen Bruder Deutschland und dem kleinen Bruder Österreich artikulieren.

²⁴⁶ Vgl. Schwier, 2006, S. 88.

11. Literaturverzeichnis

Monographien, Buch- und Magazinbeiträge

Alter, Peter: Nationalismus, Dokumente zur Geschichte und Gegenwart eines Phänomens; München: Piper GmbH, 1994.

Androsch, Hannes: Auf der Suche nach Identität. Österreich Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft: Eine Synthese der Widersprüche, Wien: Brandstätter Verlag, 1988.

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 9., neu bearb. Aufl. Berlin/New York: de Gruyter, 2000.

Auinger, Thomas: Die Sportberichterstattung und ihre Sprache. Salzburg, Diplomarbeit, 1994.

Bausenwein, Christoph: Geheimnis Fußball. Auf den Spuren eines Phänomens, Göttingen: Verl. Die Werkstatt, 1995.

Becker, Peter: Ob FAZ oder Bild, Sport bleibt Sport – zur Bedeutungskonsonanz der Sportberichterstattung in: Digel Helmut (Hrsg.): Sport und Berichterstattung, Hamburg, Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1983, S. 74-95.

Becker, Peter: Sport in den Massenmedien. In: Sportwissenschaft, 13. Jahrg., Heft1/1983a, S. 24-45.

Behrenbeck, Sabine: Der Kult um die toten Helden. Nationalsozialistische Mythen, Riten und Symbole 1923 bis 1945; Vierow bei Greifswald: SH-Verlag, 1996.

Bendekovits, Robert: „Die Sportberichterstattung der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in den Printmedien“. Wien: Diplomarbeit, 2008.

Bieringer, Stefan: Sport-Politik-Medien. Mit einem Vergleich der Sportberichterstattung in ausgewählten Tageszeitungen Österreichs und Italien, Salzburg: Diplomarbeit, 2003.

Binnewies, Harald: Sportberichterstattung in der Tageszeitung in: Digel, Helmut (Hrsg.): Sport und Sportberichterstattung, Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Verlag GmbH, 1983, S.114-124.

Breuss, Susanne/Liebhart, Karin/Pribersky Andreas: Inszenierungen. Stichwörter zu Österreich; Wien: Sonderzahl Verlags.GmbH, 1995.

Bruckmüller, Ernst: Österreichbewusstsein im Wandel. Identität und Selbstverständnis in den 90er Jahren, Wien: Signum-Verl., 1994.

Bruckmüller, Ernst: Nation Österreich, Kulturelles Bewusstsein und gesellschaftlich-politische Prozesse. Wien; Köln; Graz: Böhlau, 1996.

Bruckmüller, Ernst: Symbole österreichischer Identität zwischen „Kakanien“ und „Europa“, Wien: Picus Verlag., 1997.

Burkart Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder, Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 3., aktualisierte Auflage, Wien; Köln; Weimar: Böhlau, 1998.

Coudenhove-Kalergi, Barbara: Die österreichische Doppelseele in: Rathkolb, Oliver/Schmid, Georg/Heiss, Gernot (Hrsg.): Österreich und Deutschlands Größe. Ein schlampiges Verhältnis, Salzburg: Otto Müller Verl., 1990, S.56-67.

Digel, Helmut (Hrsg.): Sport und Berichterstattung, Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1983.

Digel, Helmut/Burk, Verena: Sport und Medien. Entwicklungstendenzen und Probleme einer lukrativen Beziehung In: Roters, Gunnar/ Klingler, Walter/Gerhards, Maria (Hrsg.): Sport und Sportrezeption. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2001, S. 15-32.

Dolic, Dubravok: Die Fußballmannschaft als „Trägerin nationaler Würde“? Zum Verhältnis von Fußball und nationaler Identität in Kroatien und Bosnien-Herzegovina in: Zentrum für Europa und Nordamerika-Studien (Hrsg.): Fußballwelten. Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft, Opladen: Leske und Budrich, 2002, S. 155-174.

Duke, Vic/Crolley Liz: Football, Nationality and the state. Harlow, 1996.

Emig, Jürgen: Barrieren eines investigativen Sportjournalismus; Bochum: Brockmeyer, 1987.

Faulstich, Werner: Stars: Idole, Werbeträger, Helden. Sozialer Wandel durch Medien. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Funkkolleg-Medien und Kommunikation. Konstruktion von Wirklichkeit. Studienbrief 7. Weinheim/Basel: Beltz Verlag, 1991, S. 39-79.

Frölich-Steffen, Susanne: Die österreichische Identität im Wandel, Wien: Braumüller Verlag, 2003.

Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 6., überarbeitete Auflage; Konstanz: UVK Verlag, 2007.

Furtner, Florian: Emotionalisierung im Mediensport: Eine Analyse der Berichterstattung über die Olympischen Winterspiele 2006 in Turin in ausgewählten Printmedien des deutschsprachigen Raums. Salzburg: Diplomarbeit, 2007.

Giesen, Bernhard: Kollektive Identität und Exklusion, In: Giesen, Bernhard (Hrsg.): Nationale und kulturelle Identität, Frankfurt am Main, 1991, s. 341-352.

Giesen, Bernhard: Kollektive Identität. Die Intellektuellen und die Nation 2, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1999.

Gleich, Uli: Die Wirkung von Sportkommunikation in: Holger Schramm (Hrsg.): Die Rezeption des Sports in den Medien (Sportkommunikation Bd.3) Köln, Halem, 2004 S. 183-211.

Gleich, Uli: „Das wird alles von den Medien hochstilisiert“ Themenkarrieren und Konjunkturkurven der Sportberichterstattung; In: Roters, Gunnar/Klingler, Walter, Gerhards, Maria (Hrsg.): Sport und Sportrezeption; Baden-Baden: Nomos VerlagsgesmbH, 2001, S.167-182.

Gruppe, Ommo (Hrsg.): Kulturgut oder Körpergut? : Sport und Sportwissenschaft im Wandel. Tübingen: Attempto-Verl., 1990.

Haas, Hannes: Druckmedien und Kommunikationsordnung – Struktur-Organisation-Funktion. Wien: WUV Universitätsverlag, 2000.

Habermas, Jürgen: Soziologische Notizen zum Verhältnis von Arbeit und Freizeit, in: H. Plessner/H.E. Bock/O. Gruppe (Hrsg.), Sport und Leibeserziehung, München 1967, S.28-46.

Hackforth, Josef/Siegfried, Weischenberg (Hrsg.): Sport und Massenmedien, Bad Homburg: Limpert Verlag GmbH, 1978.

Hackforth, Josef (Hrsg.): Sportmedien und Mediensport. Wirkungen-Nutzung-Inhalte der Sportberichterstattung; Berlin: Vistas, 1987.

Hahn, Hans Henning (Hrsg.): Stereotyp, Identität und Geschichte. Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen. Frankfurt am Main; Berlin; Bern; Bruxelles; New York; Oxford; Wien: Lang, 2002.

Hahn, Hans Henning/ Hahn, Eva: Nationale Stereotypen. Plädoyer für eine historische Stereotypenforschung in: Hahn, Hans Henning (Hrsg.): Stereotyp, Identität und Geschichte. Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen. Frankfurt am Main; Berlin; Bern; Bruxelles; New York; Oxford; Wien: Lang, 2002, S. 17-56.

Hall, Stuart: Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2. Hamburg: Argument Verlag, 1994.

Haller, Max: Identität und Nationalstolz der Österreicher. Gesellschaftliche Ursachen und Funktionen, Herausbildung und Transformation seit 1945, Wien; Köln; Weimar: Böhlau, 1996.

Haller, Max/Gruber, Stefan: Nationale Identität in modernen Gesellschaften – eine vernachlässigte Problematik im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Gesellschaft, Kultur und Politik, in: Haller, Max: Identität und Nationalstolz der Österreicher. Gesellschaftliche Ursachen und Funktionen; Herausbildung und Transformation seit 1945; Wien;Köln;Weimar: Böhlau, 1996, S. 9-60.

Heer, Friedrich: Der Kampf um die österreichische Identität, Wien, 2001.

Heinemann, Klaus: Einführung in die Soziologie des Sports. Schorndorf, 1990.

Hobsbawm, Eric J: Nationen und Nationalismus: Mythos und Realität seit 1780, Frankfurt/New York, 1991.

Hochschwarzer, Sabine: Nation, nationale Identität und Sport in Österreich, Innsbruck: Diplomarbeit, 2004.

Horky, Thomas: Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung. Hamburg: Burmeister Verlag, 2001.

John, Michael: „Wenn ich einen Deutschen sehe, werde ich zum lebendigen Rasenmäher“. Deutsche und Österreicher im Fußballsport. Zur Genese einer Erzfeindschaft; In: Rathkolb, Oliver/Schmid, Georg/Heiß, Gernot (Hrsg.): Österreich und Deutschlands Größe. Ein schlampiges Verhältnis; Salzburg: Otto Müller Verlag, 1990, S. 143-153.

Knoch, Habbo: „Gemeinschaft auf Zeit. Fußball und die Transformation des Nationalen in Deutschland und England“ in: Zentrum für Europa und Nordamerika-Studien (Hrsg.): Fußballwelten. Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft, Opladen: Leske und Budrich, 2002, 117-153.

Kohn, Cornelia: Sport und nationale Identität im Spiegel der Printmedien. Am Beispiel der Berichterstattung über die österreichische Fußballnationalmannschaft bei der Weltmeisterschaft 1978. Wien, Diplomarbeit, 2006.

Kroppach, Dieter: Gedruckt: Pathos oder Sachlichkeit? In: Hackforth, Josef/Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Sport und Massenmedien. Bad Homburg: Limpert Verlag GmbH, 1978, S. 133-141.

Krüger, Arnd: Wie die Medien den Sport aufbereiten. Ausgewählte Aspekte der Sportpublizistik. Berlin: Tischler, 1993.

Kunczik Michael, Zipfel Astrid: Publizistik: ein Studienhandbuch; Köln; Weimar; Wien: Böhlau, 2001.

Leggewie, Klaus: „Marke Deutschland“ – Sport als Medium kollektiver Identität im Globalisierungsprozess. In: Schwier, Jürgen/Leggewie, Klaus (Hrsg.): Wettbewerbsspiele. Die Inszenierung von Sport und Politik in den Medien. Frankfurt/Main, Campus Verlag, 2006, S. 105-119.

Lendl, Walter: Darum nerven Österreicher. Frankfurt am Main: Eichborn AG, 2007.

Ley, M./Gehmacher, E.: Das Ende des Nationalismus. Neue Fremdenfeindlichkeit und nationalistische Aufbrüche in Ost- und Westeuropa. Wien, 1996.

Lion, Jindrich: Typisch österreichisch. Hintergründig-Heiteres aus der Alpenrepublik. Freiburg-Basel-Wien: Herder, 1989.

Loosen, Wiebke: Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung. Wiesbaden : DUV, Dt. Univ.Verl., 1998.

Loosen, Wiebke: „Das wird alles von den Medien hochsterilisiert“. Themenkarrieren und Konjunkturkurven der Sportberichterstattung. In: Roters, Gunnar/Klingler Walter/Gerhards Maria (Hrsg.): Sport und Sportrezeption. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2001, S.133-148.

Loosen, Wiebke: Sport als Berichterstattungsgegenstand in den Medien In: Schramm, Holger (Hrsg.): Die Rezeption des Sports in den Medien; Köln: Halem, 2004, S.10-27.

Lösche, Peter/Ruge, Undine/Stolz, Klaus (Hrsg.): Fußballwelten. Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft, Opladen, 2002.

Maguire, Joseph: Global sport: identities, societies, civilizations, Oxford: Polity, 1999.

Marschik, Matthias: Vom Idealismus zur Identität. Der Beitrag des Sports zum Nationalbewusstsein in Österreich (1945-1950); Wien: Turia + Kant, 1999.

Marschik, Matthias/Sottopietra, Doris: Erbfeinde und Hasslieben: Konzept und Realität Mitteleuropas im Sport; Münster: LIT, 2000.

Marschik, Matthias: Medien als Konstrukteure der Leistungsgesellschaft. Zur Versportlichung der Welt. In: Medienimpulse Juni 2002, S.30-37.

Martinez, Matias: Warum Fußball? In: Martinez, Matias (Hrsg.) Warum Fußball? Kulturwissenschaftliche Beschreibungen eines Sports, Bielefeld: Aisthesis Verl., 2002, S. 7-36.

Matzner-Holzer Gabriele: Verfreundete Nachbarn. Österreich-Deutschland Ein Verhältnis; Wien: Edition Atelier, 2. überarbeitete Auflage, 2005.

Mead, George Herbert: Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus, Frankfurt: Suhrkamp 1973.

Merten, Klaus: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis; 2., verbesserte Auflage, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1983.

Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Funkkolleg-Medien und Kommunikation. Konstruktion von Wirklichkeit. Studienbrief 7. Weinheim/Basel: Beltz Verlag, 1991.

Michal, Alexandra: Typisch österreichisch? Eine motivationsanalytische Überprüfung nationaler Stereotypen hinsichtlich Leistungs- und Machteinstellungen in Österreich, Deutschland und Italien. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 2007.

Mortsch, Christian: "Sieg zu Ehren der Nation". Zur Sportberichterstattung ausgewählter österreichischer Tageszeitungen bei der alpinen Ski-WM in Aare 2007. Salzburg, Diplomarbeit, 2007.

Mosse, George L.: Nationalismus und Sexualität. Bürgerliche Moral und sexuelle Normen, Reinbeck bei Hamburg, 1987.

Muckenhaupt, Manfred: Sportrealität und Mediensport. Schaffen die Massenmedien eine neue Wirklichkeit des Sports? In: Gruppe, Ommo (Hrsg.): Kulturgut oder Körpergut? : Sport und Sportwissenschaft im Wandel. Tübingen: Attempto-Verl., 1990, S. 112-129.

Nick, Rainer/Pelinka, Anton: Österreichs politische Landschaft, Innsbruck: Haymon, 1996.

Nowotny, Helga/Taschwer, Klaus (Hrsg.): Macht und Ohnmacht im neuen Europa: zur Aktualität der Soziologie von Norbert Elias; Wien: WUV-Univ.Verl., 1993.

Ogris, Günther: Nationalismus und Fremdenfeindlichkeit in Ost- und Westeuropa. In: Ley, M./Gehmacher, E.: Das Ende des Nationalismus. Neue Fremdenfeindlichkeit und nationalistische Aufbrüche in Ost- und Westeuropa. Wien, 1996, S. 93-147.

Pelinka, Anton: Zur österreichischen Identität. Zwischen deutscher Vereinigung und Mitteleuropa, Wien: Überreuter, 1990.

Peter, Norbert: Militarismus und Nationalismus in der Fußballberichterstattung. Inhaltsanalyse österreichischer Tageszeitungen zur Fußball-WM 1990. Wien, Diplomarbeit, 1993.

Pirkel, Wolfgang: „Der Österreicher ist der staatenlose Deutsche älteren Stils“. Abgrenzungsversuche der Zwischenkriegszeit, in: Rathkolb, Oliver/Schmid, Georg/Heiss, Gernot, unter Mitarbeit von Margarete Grandner und Klemens Renoldner (Hrsg.): Österreich und Deutschlands Größe. Ein schlampiges Verhältnis, Salzburg: Otto Müller Verl., 1990, S.110-117.

Plaschka, Richard/Stourzh, Gerald/Niederhorn, Jan Paul (Hrsg.): Was heißt Österreich? Inhalte und Umfang des Österreichbegriffs vom 10. Jahrhundert bis heute, Wien: Österreichische Akademie der Wissenschaften, 1995.

Polley, Martin: Moving the goalposts . A history of sport and society since 1945, London, 1998.

Prisching, Manfred: Identität und Nation- Individuen auf der Suche nach Gemeinschaft in: Prisching, Manfred (Hrsg.): Identität und Nachbarschaft. Wien; Köln; Graz: Böhlau, 1994.

Pürer, Heinz/ Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online; 5., völlig neue Auflage, Konstanz: UVK Verlag, 2004.

Quasthoff, Uta: Soziales Vorurteil und Kommunikation. Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Frankfurt am Main: Fischer Verlag, 1973.

Rathkolb, Oliver/Schmid, Georg/Heiß, Gernot (Hrsg.): Österreich und Deutschlands Größe. Ein schlampiges Verhältnis; Salzburg: Otto Müller Verlag, 1990.

Reiterer, Albert (Hrsg.): Nation und Nationalbewusstsein in Österreich. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, Wien: VWGÖ, 1988.

Reiterer, Albert: Österreichische Nation – deutsche Kultur – europäische Identität? In: Nowotny, Helga/Taschwer, Klaus (Hrsg.): Macht und Ohnmacht im neuen Europa: zur Aktualität der Soziologie von Norbert Elias; Wien: WUV-Univ.Verl., 1993, S.107-122.

Roters, Gunnar/ Klingler, Walter/Gerhards, Maria (Hrsg.): Sport und Sportrezeption. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2001.

Schaffrath, Michael: Sportjournalismus in Deutschland, In: Schwier, Jürgen: Mediensport. Ein einführendes Handbuch. Hohengehren, 2002, S.7-26.

Scherrer, Helmut: Die Darstellung von Emotionen in der Sportberichterstattung. In: Schierl, Thomas (Hrsg.): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Köln: Halem, Bd., 2, 2004, S. 214-240.

Schierl, Thomas (Hrsg.): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Köln: Halem, Bd., 2, 2004.

Schlüter, Hans-Joachim: Zeitungs-Journalismus: Darstellungsformen In: Pürer, Heinz/ Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online; 5., völlig neue Auflage, Konstanz: UVK Verlag, 2004, S.139-159.

Schramm, Holger (Hrsg.): Die Rezeption des Sports in den Medien (Sportkommunikation Bd.3) Köln, Halem, 2004.

Schwier, Jürgen; Schauerte, Thorsten: Sport und Massenmedien. In: Strauss, Bernd; Michael Kolb; Martin Lames (Hrsg.): Sport-goes-media.de: Zur Mediatisierung des Sports. Schorndorf, 2002, S. 33-50.

Schwier, Jürgen: Sport, Medien und Repräsentation- ein Wort vorweg. In: Schwier, Jürgen (Hrsg.): Mediensport. Ein einführendes Handbuch. Schorndorf, 2002, S. 1-6.

Schwier, Jürgen (Hrsg.): Mediensport. Ein einführendes Handbuch. Schorndorf, 2002.

Schwier, Jürgen: Die Welt zu Gast bei Freunden-Fußball, nationale Identität und der Standort Deutschland in: Schwier, Jürgen/Leggewie, Claus (Hrsg.): Wettbewerbsspiele. Die Inszenierung von Sport und Politik in den Medien: Campus Verlag, Frankfurt am Main 2006, S.79-104.

Schwier, Jürgen/Leggewie, Claus (Hrsg.): Wettbewerbsspiele. Die Inszenierung von Sport und Politik in den Medien: Campus Verlag, Frankfurt am Main 2006.

Slawik, Wolfgang: Sportberichterstattung und Chauvinismus, Wien, Diplomarbeit, 1990.

Stein, vom Artur: Massenmedien und Spitzensport. Theoretische Konkretisierung und ausgewählte empirische Analyse von Wirkungen der Mediensportrealität auf den Spitzensport in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt am Main; Bern; New York; Paris: Lang, 1988.

Stourzh, Gerald: Erschütterung und Konsolidierung des Österreichbewusstseins In: Plaschka, Richard/Stourzh, Gerald/Nieder Korn, Jan Paul (Hrsg.): Was heißt Österreich? Inhalte und Umfang des Österreichbegriffs vom 10. Jahrhundert bis heute, Wien: Österreichische Akademie der Wissenschaften, 1995, S.289-312.

Strauss, Bernd; Michael Kolb; Martin Lames (Hrsg.): Sport-goes-media.de: Zur Mediatisierung des Sports. Schorndorf, 2002

Tschusch, Christian: Militarismus und Nationalismus in der Tennisberichterstattung. Eine Qualitative Inhaltsanalyse anhand der deutschen Fachzeitschrift `tennis magazin`. Wien: Diplomarbeit, 1994.

Wange, Willi: Der Sport im Griff der Politik: von den olympischen Spielen der Antike bis heute; Köln,1988.

Weischenberg, Siegfried: Die Außenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus: Theorie und Analyse im Rahmen eines allgemeinen Konzepts komplexer Kommunikationsforschung, Bochum: Brockmeyer, 1976.

Weischenberg, Siegfried: Sport und Druckmedien in: Josef Hackforth/Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Sport und Massenmedien, Bad Homburg: Limpert Verlag GmbH, 1978, S. 12-19.

Weischenberg, Siegfried: Beruf und Rolle des Sportjournalisten in: Digel Helmut (Hrsg.): Sport und Berichterstattung, Hamburg, Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1983 S. 125-134.

Weiß, Otmar: Sport und Gesellschaft. Eine sozialpsychologische Perspektive. Wien: Österreichischer Bundesverlag, 1990.

Weiß, Otmar: Einführung in die Sportsoziologie. Wien: WUV-Univ. Verlag, 1999.

Wernecken, Jens: Wir und die anderen...: nationale Stereotypen im Kontext des Mediensports; Berlin: Vistas Verlag, 2000.

Winkler, Hans-Joachim: Sport und politische Bildung. Modellfall Olympia. Opladen: Leske, 1972.

Wodak, Ruth: Zur diskursiven Konstruktion von Realität, Frankfurt/Main: Suhrkamp Verl., 1998.

Internetquellen

Der Standard: Blattlinie: Online im WWW unter URL:

<http://derstandarddigital.at/?url=/?id=1080859> (Zugriff am 27.3.2009).

Die Presse vom 19.9.2007, Online im WWW unter URL:

<http://diepresse.com/home/sport/fussball/euro2008/331185/index.do> (Zugriff am 26.05.2009).

Free Dictionary: Chauvinismus, Online im WWW unter URL:

<http://de.thefreedictionary.com/Chauvinismus> (Zugriff am 7.04.2009).

Marschik, Matthias: Österreich und Europa – Österreich im Sport. Anmerkungen zum Beitrag des Sports zur nationalen Identität, Wien, 1998, S.19-26, Online im WWW unter URL: <http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/identitaet/24marsch.pdf> (Zugriff am 03.03.2009).

Media-Analyse: Marktanteile österreichischer Tageszeitungen, 2008, Online im WWW unter URL: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2008&title=Tages-zeitungen&subtitle=Total> (Zugriff am 26.03.2009).

Pelinka, Anton: Nur nicht deutsch. In: Die Zeit, 06.07.2006, Online im WWW unter URL: <http://www.zeit.de/2006/28/509-WM?page=2> (Zugriff am 06.05.2008).

Österreich vom 15.6.2008, Online im WWW unter URL:

http://www.oe24.at/sport/euro2008/lifestyle/20_Gruende_warum_Deutsche_Piefkes_bleiben_317648.ece (Zugriff am 15.6.2009).

Scheuble, Verena/Wehner, Michael: Fußball und nationale Identität, Stuttgart, 2006. In: Zeitschrift. Fußball und Politik. Heft 01/2006, Online im WWW unter URL: www.buergerimstaat.de/1_06/identitaet.htm (Zugriff am 04.02.2009).

Wagner, Christoph/Henrichs, Christoph: Die Rolle des Sports in Gesellschaft und Politik In: Servicestelle Politische Bildung (Hrsg.): Infoblatt der Servicestelle Politische Bildung Nr. 3/ Oktober 2003, Online im WWW unter URL:

http://content.tibs.at/pix_db/documents/info_bla... (Zugriff am 27.3.2009).

Wikipedia: Tageszeitung Österreich, 1.4.2009, Online im WWW unter URL:

[http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich_\(Tageszeitung\)](http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich_(Tageszeitung)) (Zugriff am 27.4.2009).

Verzeichnis der analysierten Tageszeitungen

„Österreich“: 6., 7., 8., 9., 10., 11., 12., 13., 14., 15., 16., 17., 18., 19., 20., 21., 22., 23., 24., 25., 26., 27., 28., 29., 30., Juni und 1. Juli 2008;

„Standard“: 6., 7/8., 9., 10., 11., 12., 13., 14/15., 16., 17., 18., 19., 20., 21/22., 23., 24., 25., 26., 27., 28/29., 30., Juni und 1. Juli 2008;

12. Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 1: Grafik Häufigkeiten der untersuchten Artikel/Bilder	92
Abb. 2: Grafik Häufigkeiten der Platzierung von Artikel/Bild	93
Abb. 3: Grafik Häufigkeiten der Länge der Artikel	94
Abb. 4: Grafik Häufigkeiten der Größe der Bilder	94
Abb. 5: Grafik Häufigkeiten der journalistischen Darstellungsform	95
Abb. 6: Grafik Verwendung von emotionalen Aspekten-Häufigkeiten	97
Abb. 7: Grafik Verwendung von Emotionen in den Abbildungen-Häufigkeiten	98
Abb. 8: Grafik Verwendung von kriegerischen Metaphern-Häufigkeiten	99
Abb. 9: Grafik Verwendung von chauvinistische Aspekten-Häufigkeiten	100
Abb. 10: Grafik Häufigkeit erschienener Artikel zu den Spielen	102
Abb. 11: Grafik Verwendung von nationalen Stereotypen-Häufigkeiten	103
Abb. 12: Grafik Verwendung von nationalen Mythen-Häufigkeiten	104
Abb. 13: Grafik Darstellung Faktor Prominenz-Häufigkeiten	106
Abb. 14: Grafik Faktor Prominenz in den Abbildungen-Häufigkeiten	107
Abb. 15: Grafik Faktor Human Interest-Häufigkeiten	108
Abb. 16: Grafik Verwendung von Symbolen in den Abbildungen-Häufigkeiten	109
Abb. 17: Grafik Verwendung von Pronomen der „Differenzierung“-Häufigkeiten	110
Abb. 18: Grafik Verwendung von chauvinistischen Aspekten in Bezug auf Deutschland-Häufigkeiten	112
Abb. 19: Grafik Verwendung von nationale Stereotypen in Bezug auf Deutschland-Häufigkeiten	113

13. Anhang

Struktur des Codebuches:

Formale Merkmale

V1: Codebogennummer.....

V2: Zeitung: 1=Österreich, 2=Standard

1	2
---	---

V3: Datum: / /2008

V4: Platzierung des Artikels:

Titelseite	1
Sportteil/EM-Beilage	2

V5: Platzierung der Abbildung:

Titelseite	1
Sportteil/EM-Beilage	2

V6: Länge des Artikels:

<1/8 Seite	1
1/8 Seite	2
1/4 Seite	3
1/2 Seite	4
3/4 Seite	5
2/3 Seite	6
1 Seite	7
>1 Seite	8

V7: Bildgröße:

<1/8 Seite	1
1/8 Seite	2
1/4 Seite	3
1/2 Seite	4
3/4 Seite	5
2/3 Seite	6
1 Seite	7
>1 Seite	8

V8: Stilform:

Nachricht	1
Bericht	2
Reportage	3
Kommentar	4
Glosse	5
Interview	6
Portrait	7
Bildtext	8

Inhaltliche Merkmale:

V9: Kategorie Aspekte der Emotionalisierung

kommt nicht vor	1
kommt manchmal vor (1-2)	2
kommt oft vor (>2)	3

V9.1: Wenn ja, welche:

Hyperbolik	1
Metaphern	2
Superlative	3
Imperative	4
Alltagssprache	5
Sonstiges	6

V10: Kategorie Kriegsmetaphorik:

kommt nicht vor	1
kommt manchmal vor (1-2)	2
kommt oft vor (>2)	3

V11: Kategorie Chauvinismus:

kommt nicht vor	1
kommt manchmal vor (1-2)	2
kommt oft vor (>2)	3

V11.1: Wenn ja, welche:

Abwertung des Gegners	1
Vage Bezeichnung einer Nation	2
Sündenbocksuche	3
Verzerrung	4
Heroisierung der Sportler- auch Bei-und Spitznamen	5
Nennung von Österreich-Verweis auf österr. Kontext	6
Sonstiges	7

V12: Kategorie Stereotype:

kommt nicht vor	1
kommt manchmal vor (1-2)	2
kommt oft vor (>2)	3

V12.1 Wenn ja, welche:

deutsche Tugenden wie Kampfstärke, Kampfgeist, Disziplin, Ehrgeiz, Siegeswille, Fleiß, Glück des Tüchtigen oder körperliche Stärke werden genannt.	1
deutsche fußballerische Defizite werden genannt, wie Kreativität und Spielkultur	2
deutsche Eigenarten werden genannt: zb. Symbole wie Bratwurst, Bier, Sauerkraut, Mercedes etc.	3
negative deutsche Attribuierungen wie Arroganz und Überheblichkeit werden genannt	4
Bezeichnungen wie der Österreicher/die Österreicher, „der Deutsche/die Deutschen“, werden genannt	5
Vergleiche wie Fußballzerg gegen Fußballgroßmacht, David gegen Goliath werden gemacht	6
die österreichische Mannschaft wird als Underdog, Fußballzerg oder Außenseiter bezeichnet, bzw. wenig ernst genommen	7
das österreichisch-deutsche	8

Verwandtschaftsverhältnis wird angesprochen (zB. großer Bruder Deutschland-kleiner Bruder Österreich, unsere lieben Nachbarn etc.)	
Verweis auf österreichische Autostereotype, wie Wiener Schmah, Gastfreundschaft, Kultur, Musik, Gemütlichkeit	9
die österreichische Mannschaft sieht sich selbst als Außenseiter, bzw. neigt dazu alles kleinzureden	10
Die Deutschen gelten als Bezugspunkt, Orientierung, Vorbild für Österreich (im Fußball)bzw. Favorit	11
Die österreichisch-deutsche Rivalität wird angesprochen	12
Deutschland ist eine Turniermannschaft	13
sonstige Verallgemeinerungen (werden aufgezählt)	14

V13: Kategorie Mythen:

kommt nicht vor	1
kommt manchmal vor (1-2)	2
kommt oft vor (>2)	3

V13.1 Wenn ja, welche:

Mythos Cordoba	1
Königsgrätz	2
Spieler und Sportgrößen von Cordoba oder davor werden erwähnt	3
Wunderteam um Mathias Sindelar wird erwähnt	4
sonstige Sportmythen (diese werden genannt)	5

V14: Kategorie Prominenz:

Prominenz nicht vorhanden: keine namentliche Nennung von Prominenten/Politikern/ehemaligen Sportlern in den untersuchten Beiträgen, bzw. Prominente als Autoren	1
Prominenz vorhanden: eine oder mehrere Prominente/Politiker/ehemalige Sportler werden thematisiert, bzw. diese fungieren als Autoren der jeweiligen Zeitung	2

V15: Kategorie Human Interest:

Human Interest nicht vorhanden: der Artikel befasst sich nicht mit dem Privatleben des Sportlers, es wird nur über sportspezifisches Geschehen berichtet.	1
Human Interest vorhanden: Der Artikel befasst sich ausschließlich mit dem Privatleben des Sportlers.	2

V16: Kategorie Abgrenzung:

kommt nicht vor	1
kommt manchmal vor (1-2)	2
kommt oft vor (>2)	3

V17: Kategorie Bildinhalt:

Emotionaler Gehalt der Bilder	1
Symbolhafter Gehalt der Bilder	2
Abbildungen von Prominenten	3
Sonstiges (nicht näher definiert)	4

Abstract

Die vorliegende Diplomarbeit beschäftigt sich mit nationalen Stereotypen und sprachlichen Abgrenzungstendenzen in der Sportberichterstattung der Fußballeuropameisterschaft 2008, vor allem in ihrer Verwendung hinsichtlich der Fußballbegegnung Österreich gegen Deutschland. Den theoretischen Rahmen dieser Arbeit umfasst zum einen der kommunikationswissenschaftliche Zugang, der nach den unterschiedlichen Interpretations- und Selektionskriterien von Journalisten und den Funktionen der Massenmedien fragt. Zum anderen wird das Wesen der Sportberichterstattung näher beleuchtet und deren wesentliche sprachliche Elemente dargestellt. Der abschließende theoretische Teil umfasst eine kurze historische Vertiefung über die Eckpfeiler der Entstehung eines nationalen Österreichbewusstseins, den Beitrag des Sports zur österreichischen Identitätsfindung und den sportlichen Auseinandersetzungen mit Deutschland, die in einer gewissen Weise auch immer der Artikulation eines österreichischen nationalen Bewusstseins dienen.

Im empirischen Teil dieser Arbeit wird das Forschungsinteresse anhand der Forschungsfragen eingeschränkt. Ziel der Arbeit ist es zu untersuchen, ob in den Untersuchungsgegenständen der Sportberichterstattung der Europameisterschaft gewisse Sprachmuster verwendet werden, die das eigene Nationale thematisieren und gegenüber dem Anderen, insbesondere gegenüber Deutschland, in ihrer Artikulation Abgrenzung evozieren. Mit den erstellten Hypothesen wird der Untersuchungsgegenstand, der sich aus einer Boulevardzeitung (Österreich) und einer Qualitätszeitung („Standard“) zusammensetzt, im weiteren Verlauf quantitativ analysiert. Zur Überprüfung der Hypothesen wurde ein Kategoriensystem erstellt, das im Codebuch der vorliegenden Arbeit dargestellt wird. Mit den Ergebnissen der Analyse kann belegt werden, dass für den Zeitraum der Untersuchung der Europa-Meisterschaftsberichterstattung, speziell für das Spiel Österreich gegen Deutschland, nationale Elemente thematisiert werden, Emotionen geweckt werden und sprachliche Abgrenzungstendenzen verwendet werden. Auch wenn die Ergebnisse zwischen der Boulevard- und der Qualitätszeitung hinsichtlich der untersuchten Merkmale differieren, so kann der Sportberichterstattung eine gewisse Tendenz zur Verwendung dieser sprachlichen Stilmittel attestiert werden, die das „Eigene“ ansprechen und gegenüber dem „Anderen“ abgrenzen. Dies kann vor allem für die Berichterstattung über die sportliche Rivalität zwischen Österreich und Deutschland während der Europameisterschaft belegt werden.

Curriculum Vitae

Persönliche Daten

Name: Stocker Thomas

Geburtsdatum: 02.11.1979

Geburtsort: Schladming/ Steiermark

Staatsangehörigkeit: Österreich

Ausbildung

Volk- und Hauptschule in Schladming

BORG Radstadt, Matura abgeschlossen 1998

Studium der Publizistik/Kommunikationswissenschaft und Italienisch ab WS 2001/02 in
Wien

Auslandsstudienjahr 2004/05 im Rahmen von „Erasmus“ an der Università degli Studi di
Bologna, Italia.

Sprachkenntnisse

Englisch: in Wort und Schrift

Italienisch: gute Kenntnisse

Französisch: Schulfranzösisch und persönliches Interesse

Persönliche Interessen

Sport – Fußball, Radsport, Tennis, Wandern etc.

Sprachen

Reisen-Kultur-Musik