



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit:

„Stereotypisierung von männlichen Sportlern“
Eine quantitative Bildanalyse von Pressefotos im
Lifestyle-Magazin „The RedBulletin“

Verfasser:

Efler Michael Franz

Angestrebter akademischer Grad:

Magister der Naturwissenschaften

Wien, im März 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt: R190 590 482 A

Studienrichtung lt. Studienblatt: Lehramtsstudium UF Bildnerische Erziehung / Bewegung und Sport

Betreuerin:

Ass. Prof. Mag. Dr. Rosa Diketmüller

An dieser Stelle möchte ich mich bei meinen Eltern bedanken, die mir durch ihre dauerhafte und langjährige Unterstützung das Studium ermöglicht haben. Mein Dank gilt auch Frau Ass.-Prof. Mag. Dr. Rosa Diketmüller für ihre fachlichen Ratschläge bei der Verfassung meiner Diplomarbeit. Des Weiteren möchte ich mich bei allen Personen bedanken, die mich direkt oder indirekt bei der Fertigstellung der Diplomarbeit unterstützt haben. Ganz besonders möchte ich meine Partnerin Ivonne Pomper erwähnen.

Ich erkläre, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst habe und nur die ausgewiesenen Hilfsmittel verwendet habe. Diese Arbeit wurde daher weder an einer anderen Stelle eingereicht (z.B. für andere Lehrveranstaltungen) noch von anderen Personen (z.B. Arbeiten von anderen Personen aus dem Internet) vorgelegt.

Wien Mai 2012

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	7
1.1	Problembeschreibung.....	8
1.2	Vorgehensweise – Methode.....	9
2	Visuelle Kommunikation.....	9
2.1	Bildgrammatik.....	10
2.2	Semiotik.....	11
2.3	Bildsemiotik	12
3	Gender – Soziales Geschlecht	13
3.1	Konstruktion von Geschlecht.....	13
3.2	Körper und Geschlecht.....	15
3.3	Sport und Geschlecht.....	15
3.4	Konstruktivistischer Ansatz der Geschlechterforschung	16
3.5	Konstruktion von Geschlecht im Sport	17
3.6	Konstruktion von Geschlecht in den Medien	17
3.7	Einfluss auf die RezipientenInnen	18
4	Männerforschung	19
4.1	Stand der Geschlechterforschung im Bereich Sportmedien.....	20
4.1.1	Erkenntnisse zur Darstellung von Sportlerinnen in der Sportberichterstattung.....	20
4.1.2	Erkenntnisse zur Darstellung von männlichen Sportlern in der Sportberichterstattung.....	20
4.1.3	Defizite in der Männerforschung gegenüber Frauenforschung.....	21
5	Männlichkeit.....	21
5.1	Konzept Männlichkeit	22
5.2	Geschlechtsspezifische Stereotype.....	22
5.3	Stereotypisierter Sport.....	26
6	Medien, Sport und Konstruktion von Männlichkeit.....	27
6.1	Mediensport.....	27
6.2	Medienwirklichkeit	29
6.3	Das Foto	29
6.4	Bedeutung der Abbildung in den Printmedien.....	30

6.5 Sportjournalismus – Mann konstruiert Mann	30
7. Empirischer Teil	31
7.1 Forschungsfrage.....	31
7.2 Analysekategorien	32
7.2.1 Männer im Vergleich zu Frauen.....	32
7.2.2 Männergruppe.....	33
7.2.3 Mann als Einzelkämpfer.....	34
7.2.4 Männerkörper.....	35
7.2.5 Geschlechtsstereotypisierung durch Sportartenfokussierung.....	36
7.2.6.Darstellung von Emotionen.....	38
7.2.7 Gefahr und Risiko	38
7.2.8 Harte Männer	39
7.2.9 Umfeld.....	40
7.2.10 Machtpositionen.....	41
7.2.11 Perspektive	42
7.3 Grundannahmen.....	43
7.4 Studiendesign.....	47
7.4.1 Quantitative Inhaltsanalyse.....	48
7.4.2 Analysekategorien	48
7.5 Untersuchungsgegenstand.....	49
7.5.1 Allgemeine Daten zum Magazin „The RedBulletin“	50
7.5.2 Geschichte	50
7.5.3 Konzept.....	50
7.5.4 Auflage.....	52
7.5.5 Zielgruppen	52
7.5.6 „The RedBulletin“ im Vergleich	52
7.6 Stichprobe	52
7.7 Codieranleitung zu Analysekategorien	53
8. Ergebnisdarstellung der empirischen Untersuchung	72
8.1 Grundgesamtheit allgemein.....	72
8.2 Überprüfung der Grundannahmen – Interpretation	72
8.2.1 Männer im Vergleich zu Frauen.....	72
8.2.2 Männergruppe.....	76

8.2.3 Mann als Einzelkämpfer.....	77
8.2.4 Männerkörper.....	78
8.2.5 Geschlechtsstereotypisierung durch Sportartenfokussierung.....	80
8.2.6 Darstellung von Emotionen.....	83
8.2.7 Gefahr und Risiko	84
8.2.8 Harte Männer	85
8.2.9 Umfeld.....	86
8.2.10 Machtpositionen.....	87
8.3 Zusammenfassung	93
8.4 Bewertung der Befunde vor dem Hintergrund der Genderforschung	95
8.5 Perspektive für weitere Forschung	97
9. Literaturverzeichnis.....	98
10. Anhang.....	106
10.1.Tabellenverzeichnis.....	106
10.2.Abbildungsverzeichnis.....	108

Vorwort

Das Interesse für das Thema Gender bzw. die Darstellung von Männern entwickelte sich im Laufe meines Studiums in „Bewegung und Sport“ und „Bildnerische Erziehung“. Im Rahmen der Lehrveranstaltungen entstanden verschiedene Arbeiten von wissenschaftlicher als auch künstlerisch experimenteller Natur, die sich mit den Themenbereichen Gender, Körper, Männlichkeit und Sport befassten. Im Rahmen der Diplomarbeit möchte ich die Erfahrungen aus den zwei Studienrichtungen mit einbringen und habe ein Thema gewählt, bei dem mir mein Wissen aus beiden Studienrichtungen zugutekommt. Im Rahmen meines Studiums an der Akademie der Bildenden Künste habe ich mich vor allem auf die bildliche Darstellungen der Geschlechter konzentriert. Ein Fokus lag dabei auf der Darstellung des männlichen Körpers in der bildenden Kunst als auch auf dessen Wirkung auf BetrachterInnen. Besonders aufschlussreich war die Entwicklung der unterschiedlichen Bilder von Männlichkeit, die in der Bildenden Kunst sowie in den Medien kommuniziert wurde. Die Bilder lassen Rückschlüsse über die Sicht auf den Mann und seine Rolle in der Gesellschaft zu. Im Hinblick auf mein Studium der Sportwissenschaften konzentriert sich die Forschung auf den Bereich der Darstellung der Geschlechter im Sport. Themenbereiche der Arbeiten waren „Der Sport als Mittel zur Konstruktion und Kommunikation von idealisierenden Körperbildern“ und „Die Arbeit der Abteilung der männerpolitischen Grundsatzabteilung“. Aus den Vorarbeiten entwickelte sich mein Thema der Diplomarbeit, das als Verbindung und Konklusion meines Wissens aus beiden Studienfächern im Fachbereich Gender zu sehen ist.

1 Einleitung

Der Sportler, kräftig, selbstbewusst, entschlossener Einzelkämpfer, der leidvoll alle Bürden auf sich nimmt, um den Sieg zu erringen – das sind Eindrücke, die, durch Text und Bild, im Rahmen der Sportberichterstattung vermittelt werden. Die Medien prägen somit das Bild des Sports und auch jenes der Geschlechter.

In der Auseinandersetzung mit dem Medium Zeitung soll untersucht werden, wie sich das Bild des Sportlers verändert hat. Im Zentrum steht dabei vor allem die bildliche Darstellung von männlichen Sportlern. Ein besonderes Interesse besteht, da angenommen wird, dass die Darstellungen von Sportlern den gesellschaftlichen Blick auf Männlichkeit und geschlechtliche Rollenvorstellungen widerspiegeln und auch mit konstruieren.

“Mit der Art der medialen Repräsentation (wie wird berichtet) geben Medien mögliche Interpretationsmuster für die Rezeption vor. So kann etwa ein Thema oder Ereignis geschlechtergerecht aufbereitet werden, oder aber einseitig und in stereotypisierender Weise. Rezipient/innen müssen diese Muster nicht übernehmen, aber es liegt nahe, dass bei immer wieder kehrenden und immer gleichen Geschlechter stereotypen Repräsentation mustern, wie dies in der Sportberichterstattung noch immer geschieht, einer geschlechterdifferenzierenden Rezeptionsweise nicht entgegen gewirkt, sondern, ganz im Gegenteil, diese noch verstärkt werden wird.”(Dorer, 2007, S.25-26)

Durch eine Analyse des Bildmaterials von Sportjournalen wird nachgezeichnet, welche Form von Männlichkeit darin dargestellt wird. Es wird untersucht, welche Stereotype produziert wurden und welches Bild des männlichen Sportlers in der Gegenwart in den Sportjournalen gezeichnet wird.

Die Arbeit konzentriert sich in zweierlei Hinsicht auf Bereiche, die bislang kaum beforscht wurden. Dies sind einerseits der Bereich der visuellen Darstellung des Sports in den Medien und andererseits die Männerforschung im Sport. Die visuelle Darstellung des Sports in den Medien ist laut Schierl ein Bereich der Forschung, der bis dato eher vernachlässigt wurde. Der Forschungsstand kann generell eher als rudimentär bezeichnet werden und ist durch starke Defizite geprägt (vgl. Schierl, 2004, S.7-8).

Die Männerforschung kann ebenfalls als exotischer Randbereich bezeichnet werden, der mit der Etablierung als anerkanntes Forschungsgebiet noch ganz am Anfang steht (vgl. Brandes, 2002, S. 14).

In der Auseinandersetzung des Themenbereichs „Darstellung und Konstruktion von Männlichkeit in der Sportmedienberichterstattung“ soll ein Beitrag zu den vernachlässigten Bereichen Männerforschung und Sportkommunikation geleistet werden.

1.1 Problembeschreibung

Der Einfluss der Medien in unserer Informationsgesellschaft ist unumstritten. Durch die Berichterstattung, Fernsehen, Printmedien und Internet verändern sie unsere Einstellung und Sichtweise in den unterschiedlichsten Bereichen. Es werden bewusst Meinungen und Bilder zu Themen gestaltet, die einen direkten Einfluss auf die RezipientenInnen haben. Auch in Bezug auf das soziale Geschlecht werden, im Rahmen der Berichterstattung, bestimmte Bilder und Stereotype konstruiert. Diese Konstruktion passiert in mehr oder weniger ausgeprägter Art in den unterschiedlichen Medien.

Die Forschung hat das Ziel, die meist unbewussten Stereotype offenzulegen. Das Medium Bild ist durch seinen speziellen Charakter besonders gut geeignet, Botschaften zu übermitteln, die eher unbewusst wahrgenommen werden. Durch Mittel der Bildgestaltung können bestimmte Eindrücke kommuniziert werden, die, im Gegensatz zum Text, schwerer les- und erforschbar sind. Die Wirkung der Botschaften ist jedoch umso eindrücklicher. Aus Gründen wurden für die vorliegende Arbeit Bilder bzw. Photographien als Datenquelle ausgewählt. Dabei wird an einem zentralen Punkt der Männerforschung angesetzt, der die Untersuchungen der kulturellen, historischen und gesellschaftlichen Erscheinungsformen von Männlichkeit fordert (vgl. BMSG. S. 10). Hierbei richtet sich das Augenmerk insbesondere auf die Alltagsmythen von Männlichkeit, die beispielsweise in den Medien zelebriert und perpetuiert werden (vgl. BMSG. S. 12).

Wie Geschlecht im Rahmen der Sportberichterstattung bzw. in Sportjournalen konstruiert wird und welche Botschaften in Bezug auf das männliche Geschlecht vermittelt werden, soll näher beleuchtet werden.

Ein Grund für die Konzentration auf den Themenbereich ist die Tatsache, dass der Umfang der Forschung in diesem Gebiet relativ gering ist. Im Bereich der Gender- und Medienforschung sind in den letzten Jahren eine Vielzahl an Untersuchungen durchgeführt worden, bei denen Frauen im Zentrum der Forschung standen. Zentrales Thema der Untersuchungen war dabei meist die deskriptive Darstellung in der Berichterstattung über SportlerInnen. Männliche Sportler dienten in diesen Forschungen meist als Vergleichsobjekte, an denen die Unterschiede der Berichterstattung festgemacht werden konnten. Die Ergebnisse dieser

Auseinandersetzungen zeigten Stereotypisierungen, Unterrepräsentation und Geringschätzung der Leistungen von weiblichen Sportlerinnen. Das Interesse an der Erforschung der Darstellung von Männern oder männlichen Sportlern in den Medien war bis jetzt eher gering.

Aufgrund der vergleichsweise geringen Anzahl an Untersuchungen im Themenbereich Medien, Sport und Männerbild möchte ich den Schwerpunkt meiner Arbeit genau in diesen Bereich legen.

1.2 Vorgehensweise – Methode

Die Bearbeitung des Themas erfolgt durch eine qualitative und in der Auswertung quantifizierende Bildinhaltsanalyse. Im Zentrum stehen dabei die Abbildungen von männlichen Sportlern (n=231 bildliche Darstellungen). Die Erarbeitung von Analysekatégorien ist der erste Schritt im empirischen Teil der Arbeit. Diese basieren auf einer Analyse von Kategoriensystemen bestehender Forschungen und wurden mit Blick auf die konkrete Fragestellung adaptiert und ergänzt. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die Konstruktion von Stereotypen im Rahmen der Bildproduktion gelegt. Die Kategorien dienen als Grundlage zur Erstellung eines Bildanalysebogens, der zur Kategorisierung der Daten herangezogen wird. Als Datenquelle fungiert das Lifestyle-Magazin „The RedBulletin“. Der Untersuchungszeitraum umfasst die Ausgaben des Zeitraumes von Juli bis Dezember 2011.

Ziel der Analyse ist es, die (stereotype) Darstellung von männlichen Sportlern im Rahmen der Sportberichterstattung nachzuzeichnen bzw. der Frage nachzugehen, welches Männerbild im Sport durch dieses Medium gezeichnet wird. Des Weiteren wird nach neuen Darstellungsformen von Männlichkeit bzw. neuen Männerbildern jenseits traditioneller Muster gesucht, welche die gesellschaftlichen Stereotype aufweichen.

2 Visuelle Kommunikation

Im folgenden Kapitel wird auf das Forschungsgebiet der visuellen Kommunikation eingegangen. Im Anschluss werden die Bereiche der Semiotik und der Bildgrammatik beleuchtet, die als spezifische Gebiete der visuellen Kommunikation anzusehen sind. Sie gelten als grundlegend für die Bearbeitung der Forschungsfrage und werden zu dieser in Bezug gesetzt.

Bilder und die in ihnen produzierten Inhalte können als kommunikativer Prozess angesehen werden. Dieser lässt sich nach Klaus Beck als „Prozess wechselseitiger aufeinander bezogener, reflexiver und intentionaler Symbolverwendung [...] mit dem Ziel gegenseitiger Verständigung über Bedeutungen“ definieren (Beck, 2006, S.133). In Bezug auf das Kommunikationsmodell von Hall kann Kommunikation als zweiseitiger Prozess von Produzenten und Rezipienten betrachtet werden. In diesem Prozess kommt es zur Produktion, Codierung und, seitens des Rezipienten, zu einer Dekodierung (vgl. Hall, 1999). Die beiden Kommunikationspartner greifen dabei auf einen Wissensstand zurück, der einigermaßen vergleichbar sein sollte, um eine unmissverständliche Kommunikation zu ermöglichen.

Im Rahmen der Analyse des Bildmaterials wird das Augenmerk auf bestimmte Codes gelegt, die stereotype Eigenschaften produzieren. Diese werden durch bestimmte Darstellungsformen produziert und vermittelt. Durch eine Häufung dieser Codes und die damit „vermittelten Inhalte der Kommunikation, kann auf mögliche Intentionen, Auswahlkriterien und Sinnbedeutungen der Produzenten geschlossen werden.“ (vgl. Petersen, 2011, S.149). Um eindeutige Ergebnisse hinsichtlich der tatsächlichen Wirkung des Bildmaterials auf den Rezipienten zu erhalten, sind jedoch direkte Befragungen von Rezipienten unumgänglich.

2.1 Bildgrammatik

Im Rahmen der Berichterstattung in den Printmedien können mithilfe von zwei Möglichkeiten Inhalte bzw. Informationen kommuniziert werden. Dies sind der Text und das Bild. Bei der Analyse von Berichterstattungen wird in der Regel der Text als Materialgrundlage herangezogen. Die Sozialwissenschaft verfügt mit der standardisierten Inhaltsanalyse über eine Vielzahl von ausgefeilten Methoden, die es erlaubt, größere Mengen von Textmaterial zu analysieren und dessen Aussagen eindeutig fest zu machen. Die Analyse von Bildmaterial in Berichterstattungen steckt dagegen noch in den Kinderschuhen. Grund dafür ist der Umstand, dass die bildlichen Zeichenrepertoires, im Gegensatz zur Sprache, weniger verbindlichen Regelungen unterliegen. Das Bild erscheint daher eher interpretationsoffen und seine Aussage ist scheinbar nur andeutungsweise festzulegen (vgl. Kinnebrock, Kniepe, 2008, S. 84).

Um ähnlich exakte Aussagen über die Inhalte von Bildern treffen zu können, lehnt sich die Erforschung der Bildgrammatik an die Methoden der linguistischen Grammatik an.

Es bestehen unterschiedliche Ansätze, die sich mit der Thematik, ob Bilder ähnlich wie Texte gelesen und analysiert werden können, auseinandersetzen.

Mitchel (2006), der sich mit den unterschiedlichsten Auffassungen auseinandergesetzt hat, ist der Meinung, dass Bilder nur dann als Text begriffen werden können, wenn diese unter den Aspekt der internen Strukturierung und der Polysemie fallen.

Die Pluralität von Sinnbildungen führt dazu, dass Bedeutungen nicht vollständig vom Bild kontrolliert werden können. Bilder werden daher als Untersuchungsobjekte konstruiert, weil es keine „objektiven“ Strukturmerkmale des Bildes gibt, sondern nur metatheoretische Begriffe zur Strukturierung des Beobachtungsprozesses (vgl. Mitchel, 2006, S.94). Mitchel kommt daher zu dem Schluss, dass es durchaus legitim ist, Bildmaterial, ähnlich wie Texte, nach grammatikalischen Regeln zu analysieren.

„Die Grammatik der Sprache ist ein Konstrukt der Gesellschaft. Unterschiedliche Sprachen wenden unterschiedliche grammatische Regeln an. Ebenso verhalten sich Bilder. Die Grammatik ist zwar nicht definiert, sondern die gesellschaftlichen Normen prägen das Verständnis, wie ein Bild zu lesen ist.“ (Schleicher, 2009, S.26)

2.2 Semiotik

Die Semiotik befasst sich mit dem Zustandekommen und der Entstehung von Bedeutungen. Gegenstand sind Zeichen, Strukturen und Prozesse, an denen Zeichen beteiligt sind. Es kommt zu einer Klassifikation von Zeichen und der Untersuchung von kommunikativen Prozessen.

„Die Semiotik untersucht alle kulturellen Prozesse als Kommunikationsprozesse. Ihre Absicht ist es zu zeigen, wie den kulturellen Prozessen Systeme zugrunde liegen. Die Dialektik von System und Prozess führt zur Aufstellung der Dialektik von Code und Botschaft.“ (Eco, Einführung in die Semiotik 2002, S. 38)

Eco benennt drei Dimensionen, die Zeichen bestimmen und aus denen sich die drei Forschungszweige der Semiotik ableiten.

SYNTAKTIK: Relation zwischen dem zu analysierenden Zeichenträger und anderen Zeichenträgern. Analysiert wird das Verhältnis von Zeichen zueinander.

SEMANTIK: Relation der Zeichenträger zu ihrem Designat. Analyse des Verhältnisses der Bestandteile der Bedeutung: Denotation und Konnotation.

(vgl. Eco 1979, S.36)

Denotation, Definition nach Eco (2002, S.102):

„Unter Denotation wollen wir [...] die unmittelbare Bezugnahme verstehen, die ein Ausdruck im Empfänger der Botschaft auslöst. Und da nicht auf mentalistische Lösungen zurückgegriffen werden soll, müsste Denotation die unmittelbare Bezugnahme sein, die der Code dem Ausdruck in einer bestimmten Kultur zuschreibt.“

Sie ist als allgemeine Bedeutung zu sehen, die die Grund- oder Kerndeutung eines Zeichens zulässt.

Konnotation, Definition nach Eco (2002, S.102):

„Summe aller kultureller Einheiten, die die Signifikanz dem Empfänger institutionell ins Gedächtnis rufen kann. Dieses ‚kann‘ spielt nicht auf psychische Möglichkeiten an, sondern auf eine kulturelle Verfügbarkeit.“
Konnotation ist die Zusatz- oder Nebenbedeutung eines Zeichens, die auf emotionale, stilistische oder affektive Art und Weise mitschwingt. (Beispiel: Die Darstellung eines Hundes wird mit speziell kulturabhängigen Eigenschaften verknüpft. Diese sind im Fall des Hundes im westlichen Kulturkreis „Treue“ und „bester Freund des Menschen“ (vgl. Eco 1979, S.37)).

PRAGMATIK: Relation zwischen Zeichenträgern und ihren Interpreten. Analyse der Herkunft, Gebrauch und Wirkung von Zeichen (vgl. Eco 1979, S.143).

Für die Fragestellung und den Bezug zur Konstruktion von Geschlechtsstereotypen wird eine semantische Betrachtung des Bildmaterials durchgeführt. Durch die Erhebung und Quantifizierung der Bildaspekte kann jedoch nur bedingt auf die Bedeutung und Wirkung geschlossen werden, da nur wenige Untersuchungen bestehen, die eindeutige Aussagen über Bedeutung und Wirkung zulassen.

2.3 Bildsemiotik

Die Bildsemiotik widmet sich dem Zeichencharakter von Bildern. Sie setzt sich dezidiert mit der Entstehung, Wirkung und dem Einsatz von Zeichen und Zeichensystemen in Bildern auseinander. Laut Saussure (1967) wird dabei zwischen Signifikant (Bezeichnendes, Ausdruck) und Signifikat (Inhalt, Bedeutung) differenziert. Entscheidend ist dabei nicht, was abgebildet wird, sondern die Inhalte, die der Betrachter mit der Abbildung in Verbindung bringt. Die Aussage eines Bildes ist abhängig von der Interpretationsleistung des Betrachters.

In Bezug auf die Analyse von männlichen Stereotypen werden im Rahmen der Untersuchung des Bildmaterials konkrete Zeichen (Signifikanten, Denotation) gesucht. Diesen werden bestimmte Bedeutungen und Inhalte (Signifikat, Konnotation) zugesprochen. Durch die Häufung bestimmter Signifikanten, die in Verbindung mit einer bestimmten Personengruppe gebracht werden, (Charakterisierung von Personen in Abbildungen, vgl. Mikunda 197, S.33) kommt es zu einer Anbindung von Inhalten und Charaktereigenschaften (Signifikat; Konnotation) an diese Gruppe. Daraus folgt die Stereotypisierung der Gruppe. Durch die Häufung bestimmter Zeichen kann daher auf eine Stereotypisierung geschlossen werden. Im Rahmen der quantitativen Inhaltsanalyse wird nach einer Häufung bestimmter Signifikanten gesucht, um Schlüsse über eine mögliche Stereotypisierung von männlichen Sportlern ziehen zu können. Eine eindeutige Aussage über die endgültige Wirkung kann jedoch nur bedingt getroffen werden, da keine Befragung von Probanden vorgesehen ist und nur wenige Untersuchungen in Bezug auf die Wirkung von Bildaspekten existieren (siehe Kapitel... Seite...). Die Interpretation und Wirkung der Zeichen, die laut Eco und Saussure entscheidende Aspekte sind, werden nicht untersucht. Es können daher lediglich mögliche Auswirkungen von einseitiger Darstellung getroffen werden.

3 Gender – Soziales Geschlecht

Im folgenden Kapitel sollen grundlegende Bereiche angesprochen werden, die sich mit dem sozialen Geschlecht und dessen Konstruktion befassen. Es wird dabei kurz auf die Geschichte der Geschlechterforschung und auf grundlegende Modelle eingegangen. Des Weiteren wird der Bezug zwischen Körper und Geschlechteridentität erläutert sowie auf die Konstruktion des Geschlechts im Rahmen der Systeme Sport und Medien eingegangen. Die Ausführungen dienen als Grundlage zum besseren Verständnis der folgenden Arbeit.

3.1 Konstruktion von Geschlecht

„Man wird nicht als Frau (Mann) geboren, sondern zur Frau (zum Mann) gemacht.“ Dieses Zitat von Simone de Beauvoir (1949) beschreibt die grundlegende Erkenntnis und steht am Beginn des konstruktivistischen Ansatzes der Geschlechterforschung. Es ist die Unterscheidung zwischen biologischem und sozialem Geschlecht bzw. dessen Konstruktion in der Gesellschaft. Diese steht im Gegensatz zum allgemeinen Wissen der Mitglieder unserer Gesellschaft. Das Selbstverständnis der

Zeitgeschlechtlichkeit des Menschen und dessen natürliche Vorgabe von sozialen Handlungen wird hinterfragt. Das soziale Geschlecht ist, bzw. wird als Konstrukt betrachtet, als Ergebnis historischer Entwicklungsprozesse und einer stetig fortlaufenden sozialen Praxis, die das Konzept der Zeitgeschlechtlichkeit immer wieder reproduziert und weiterführt (vgl. Wetter, 2004, S. 122). In der Literatur wird das soziale Geschlecht, oder auch Gender, als die Summe aller Erwartungen, Verhaltensregeln und Ausdrucksformen, die dem männlichen oder weiblichen Geschlecht zugeordnet werden, definiert. Im Unterschied zum biologischen Geschlecht ist das soziale Geschlecht nicht „natürlich“ und vorgegeben, sondern wird im Rahmen der Sozialisation konstruiert. Die körperlichen Voraussetzungen dienen lediglich als Anknüpfungspunkt für Zuschreibungen und sind Grundlage der Geschlechteridentität. Diese wird laut Athenstaedt wie folgt definiert (2011, S.182): Geschlechteridentität ist die „kognitive Erkenntnis über Zugehörigkeit der eigenen Person wie auch anderer Personen zum männlichen oder weiblichen Geschlecht“. Folge dieser Zuschreibung ist eine dem Geschlecht entsprechende Sozialisierung, bei der die Geschlechterrolle verinnerlicht wird. Diese soziale Rolle kann als „ein Bündel von normativen Verhaltenserwartungen“ (Weiß, 1999, S. 69.) angesehen werden. Um Konformität bezüglich der sozialen Rollen zu gewährleisten, werden die Verhaltenserwartungen „mit bestimmten inneren und äußeren Sanktionsdrohungen ausgestattet [...]. Der innere Kontrollprozess kommt durch die Internalisierung bestimmter Rollenerwartungen zustande; die äußere Kontrolle sanktioniert die Anpassung des Verhaltens an Rollenvorschriften positiv, das Abweichen negativ“ (Weiß, 1999, S. 69.).

Die geschlechtsspezifischen Erwartungen geben Regeln vor, die in den unterschiedlichsten Bereichen des Lebens Vorgaben setzen.

„Es ist unmöglich sich diesen regierenden Strukturen zu entziehen, da jedes Individuum jener Gesellschaft, welche diese Normen hervorbringt, angehört und in ihrem Rahmen sozialisiert wird. So werden Stereotype bezüglich des Geschlechts von Generation zu Generation weitergegeben, wobei es durchaus zu Modifizierungen kommen kann.“(Steinberger, 2007, S. 55).

Die geschlechtsspezifischen Zuschreibungen spiegeln sich nicht nur im Verhalten, der Kleidung und dem Aussehen eines jeden Einzelnen wider, sondern werden darüber hinaus in jedem Bereich der Gesellschaft reproduziert und somit gefestigt. Durch die Normierung der Geschlechter durch die Geschlechterrollen wird eine gewisse Routine geschaffen, durch die sich die Komplexität der Alltagswelt reduzieren lässt. Laut Kugelman (1996) ist diese Typisierung notwendig, um Kommunikation in der Gesellschaft zu erleichtern. Auf der einen Seite kommt es zu

Typisierungen und zu einem Zwang, sich den vorgegebenen Normen zu unterwerfen, auf der anderen Seite sind eben diese wichtig, um sich in der Gesellschaft orientieren zu können (vgl. Kugelmann, 1996, S. 20).

3.2 Körper und Geschlecht

Der Körper ist, gleich wie das Geschlecht, als soziales Konstrukt zu sehen. Er dient dabei als Ansatzpunkt für Zu- und Einschreibungen von gesellschaftlich geprägten Normen, die sich am biologischen Geschlecht orientieren.

„Der Körper ist nicht nur die physische Grundlage der menschlichen Existenz, sondern auch Ansatzpunkt sozialer Kontrolle und Ausdruck kultureller Überformung. Wie wir mit unserem Körper umgehen, was wir essen, wie wir schlafen, die täglichen Rituale der Körperpflege, die somatische Kultur insgesamt – all dies wird von den jeweiligen gesellschaftlichen Strukturen und kulturellen Mustern bestimmt. Der Körper als Schnittpunkt von Gesellschaft und Subjekt dient gleichzeitig der Selbstdarstellung und dem Austausch mit der Welt. Aus dieser Perspektive wird deutlich, dass der Körper nicht „authentisch“ und „natürlich“, sondern ein historisch gewordenes soziales Konstrukt ist. Das bedeutet, dass die Körper von Frauen und Männern Deutungsmustern und sozialen Normierungen unterworfen sind, in denen sich die dichotomischen und hierarchischen Geschlechterverhältnisse widerspiegeln.“ (Pfister, 1991, S. 15)

Laut Bourdieus Theorie der männlichen Herrschaft sind die sozialen, konstruierten Unterschiede und Ungleichheiten in den Körper eingegangen. Die männliche Herrschaft bezieht sich auf die Natürlichkeit des Körpers, um den Herrschaftsanspruch zu rechtfertigen (vgl. Bourdieus 1996, S. 199).

3.3 Sport und Geschlecht

Das System Sport kann als Bereich angesehen werden, in dem sich die somatische Kultur einer Gesellschaft widerspiegelt. Dies zeigt sich in Untersuchungen zur geschlechtsspezifischen Motivation und Wahl von Sportarten. Dabei orientieren sich die Geschlechter in der Wahl der Sportart stark an den gesellschaftlich vorgegebenen, geschlechtsspezifischen Normierungen. Junge Burschen und Männer wählen daher eher wettkampfbetonte Sportarten wie Fußball oder Handball. Als Motive werden in erster Linie Leistung bringen und Leistung steigern genannt. Mädchen und Frauen dagegen bevorzugen eher Individualsportarten mit ästhetisch-

kompositorischen Komponenten. Vorrangige Motive sind körperliches Wohlbefinden und Entspannung (vgl. Alfermann, 2006, S. 69). Die Unterschiede hinsichtlich der Motive bzw. der Wahl der Sportart lassen Rückschlüsse auf die unterschiedliche semiotische Kultur der Geschlechter zu. Der Schweizer Tiefenpsychologe Guggenbühl meint, dass Männer ihren Körper eher als Werkzeug sehen. Die Funktion und die Leistung stehen bei ihm im Vordergrund. Diese Einstellung zum Körper ist auf die sozial determinierten Geschlechterrollen zurückzuführen und spiegelt sich im Sport des Mannes wider.

3.4 Konstruktivistischer Ansatz der Geschlechterforschung

Die Auseinandersetzung mit dem Thema Männlichkeit und Sportberichterstattung stützt sich auf den konstruktivistischen Ansatz der Geschlechterforschung. Die konstruktivistische Forschung untersucht soziale Konstruktionsprozesse, welche die Geschlechter klassifizieren und differenzieren.

Im Gegensatz zu den vorhergehenden Ansätzen der Geschlechterforschung wird das Geschlecht nicht mehr als Natur gegebene Festschreibung verstanden, an die bestimmte Attribute geknüpft werden, sondern als komplexes soziales Konstrukt. Es „wird als Prozess der sozialen Konstruktion, als Basis für soziale Strukturen und Hierarchien und als Institution verstanden, die jeden Aspekt unseres Lebens durchzieht“ (Röthig & Prohl, 2003, S.216). Das Konzept der Zeitgeschlechtlichkeit in unserer Gesellschaft wird als historisch gewachsene soziale Praxis angesehen. Der zentrale Aspekt des konstruktivistischen Ansatzes ist die Betrachtung der Natur und Kultur des Menschen. In Bezug auf die Geschlechterforschung richtet sich der Blick auf Sex, als das biologische Geschlecht, und auf Gender, als soziale Konstruktion der Gesellschaft. Im Gegensatz zur Frauen- und Geschlechterforschung wird das biologische Geschlecht nicht „als Basis der sondern als Effekt sozialer Praxis gesehen“ (Hirschauer, 1989, S. 101). Man kann sagen, dass Natur und Kultur oder Körper, also Sex und Gender, sich einander wechselseitig konstruieren. Keines der beiden Teile kann als natürlicher Ursprung angesehen werden. Die konstruktivistische Geschlechterforschung konzentriert sich dabei auf soziale Strukturen und Systeme, welche die Geschlechter konstruieren und das Bild der Geschlechter in unserer Gesellschaft prägen. In der Auseinandersetzung mit heterogenen Handlungskontexten soll herausgearbeitet werden, wie durch Differenzierung Geschlechter konstruiert und zugleich naturalisiert werden (vgl. Wetterer, 2004, S.123.).

Im Zusammenhang mit dem konstruktivistischen Ansatz der Geschlechterforschung muss auch das Konzept des „doing gender“ erwähnt werden. Damit ist jener soziale

Prozess gemeint, in dem Geschlecht sozial folgenreiche Unterscheidung hervorgebracht und reproduziert wird. Das Konzept setzt dabei am konstruktivistischen Ansatz an und betrachtet das biologische Geschlecht nicht als natürlich Vorgabe und die kulturelle Ausprägung des sozialen Geschlechts lediglich als Reaktion darauf. Die Konstruktion des Geschlechts wird als dauerhafter und fortlaufender Herstellungsprozess gewertet, die in faktisch jeder menschlichen Aktivität vollzogen wird (vgl. Gildemeister, 2004, S. 132).

3.5 Konstruktion von Geschlecht im Sport

„Der Sport stellt ein Subsystem der jeweiligen Gesellschaft dar. In ihm spiegeln sich ihre Normen und Werte wieder. Als gesellschaftlicher Bereich dient er der Stabilisierung sozialer Verhältnisse sowie der Bewahrung des hierarchischen Geschlechterverhältnisses.“ (Steinberger, 2007, S. 57)

Besonders im Sport halten sich geschlechtsspezifische Stereotype und Ordnungsmuster und stellen kein Abbild der Geschlechter in der Gesellschaft dar. Vielmehr muss gesagt werden, dass das Bild der Geschlechter im Sport dem der Gesellschaft hinterherhinkt. Grund dafür ist die Zentrierung des Sports auf den Körper. Die Unterschiede der Geschlechter können offensichtlich an dessen anatomischen Ungleichheiten festgemacht werden. Im Handlungssystem Sport, in dem diese Ungleichheit in Anatomie, Physiologie und Leistungsfähigkeit derart präsent ist, fällt es besonders schwer, sich vom „Augenscheinlichen“ abzuwenden und das Geschlecht nicht als scheinbar natürlich vorgegebenen zu deuten, sondern als soziales Konstrukt zu erkennen (vgl. Hartmann-Tews, 2006, S. 41). Die Wirkung des Sports im Hinblick auf die Stabilisierung von Geschlechterverhältnissen und Hierarchisierung der Geschlechter ist in unterschiedlichen Studien, in Bezug auf die mediale Darstellung von Männern und Frauen in der Sportberichterstattung, eindeutig bestätigt. Im Kapitel 4.1.1 wird ein Überblick über den Stand der Forschung gegeben. Sport ist ein Feld, das nicht nur Geschlechterverhältnisse widerspiegelt, sondern auch „machtvolle Reproduktions- und Inszenierungsstätte[n] traditioneller Geschlechterstereotypen.“ (Hartmann-Tews, 2003, S.14)

3.6 Konstruktion von Geschlecht in den Medien

Die mediale Darstellung der Geschlechter in den Medien ist Teil der Konstruktion des sozialen Geschlechts. Die Medien fungieren dabei als Mittel der Kommunikation. Aspekte der sozialen Konstruktion von Wirklichkeit, unter die auch das Konstrukt des sozialen Geschlechts zu zählen ist, werden damit kommuniziert. Die Medien erfüllen

dabei eine grundlegende Aufgabe in der Gesellschaft: Sie sichern, dass die der Gesellschaft zugrunde liegende Wirklichkeitskonstruktion in ausreichendem Maße intersubjektiv geteilt wird. Sie vermitteln Normen, Werthaltungen und Rollenzuschreibungen (vgl. Bregenstroth, 2003, S.19).

3.7 Einfluss auf die RezipientInnen

Aus der Untersuchung stellt sich die Frage, wie stark der Einfluss der Sportmedienberichterstattung oder allgemein der Medien auf das Bild vom Mann ist. Inwieweit werden Rollenerwartungen durch die Berichterstattung beeinflusst und bestimmte Stereotype konstruiert? Die Frage ist bedeutend, da Sportler oft als Vorbilder herangezogen und als solche von den Medien inszeniert werden.

Die Forschung ist sich in dieser Frage uneins. Ausgehend von der Anlage-Umwelt-Problematik kann gesagt werden, dass sowohl genetische als auch umweltbedingte Einflüsse existieren. Wie stark deren Einfluss auf das Bild der Geschlechter ist oder welchem Bereich mehr Bedeutung zukommt, ist jedoch umstritten.

Des Weiteren muss erwähnt werden, dass die Wirkung des Inhalts auch von den RezipientInnen abhängig ist. Nach einer Studie von Paseka (2004) kann gesagt werden, dass der gleiche Inhalt von unterschiedlichen Personen auch unterschiedlich rezipiert werden kann. Damit ist die Wirkung der Medien in Hinblick auf den Inhalt schwer fest zu machen.

In Bezug auf die unterschiedlichen Bildinhalte der Analysekatoren der folgenden empirischen Untersuchung bestehen nur zum Teil weiterführende Forschungen, die sich mit der Wirkung der Bildinhalte beschäftigen. Aus den folgenden Bereichen können Rückschlüsse auf die Wirkung auf RezipientInnen gezogen werden, da Analysekatoren aus bereits bestehenden Arbeiten übernommen wurden und die Wirkung auf RezipientInnen bekannt ist.

- Konstruktion von Macht im Bild durch Bildausschnitt, Perspektive. Angewandt in der Analysekatoren "Machtposition des Akteurs", „Männer in Bezug zu Frauen“ und „Männergruppe“

(Archer, Iritani, Kimes & Barrios, 1989, S71)

- Gefühlsausdruck über die Mimik und deren Wirkung auf den Betrachter. Festgelegt im Facial Action Code System (FACS) nach Ekman (2004) – Angewandt in der Analysekatoren „Darstellung von Emotion“
- Blickrichtung, Kopf- und Körperhaltung und Zusammenhang von Machtdemonstration (Henly, 1989)
- Darstellung von Aktivität und Dominanz (Henly, 1989)

Angewandt in der Analysekategorie „Machtposition des Akteurs“

- Zusammenhang und Wirkung von Körpergrößenrelationen und Dominanz (Goffman, 1981). Angewandt in der Analysekategorie „Machtposition des Akteurs“, „Männer in Bezug zu Frauen“ und „Männergruppe“
- Dargestellter Umgang von Personen und die Wirkung in Bezug auf Machtverhältnisse (Goffman, 1971 & 1981).

4 Männerforschung

Im folgenden Kapitel soll ein Einblick in den Bereich der Männerforschung gegeben werden. Dabei wird das Forschungsgebiet definiert und kurz auf die Geschichte und den Bezug zur Frauen- und Geschlechterforschung eingegangen.

Bord definiert in einem der ersten Reader zur Männerforschung diese wie folgt:

„The most general definition of man's studies is that it is the study of masculinities and male experiences as specific and varying social-historical-cultural formations. Such studies situate masculinities as object of study on a par with femininities, instead of elevating them to universal norms“ (Brod, 1987, S. 40).

Der Bereich der Männerforschung kann als relativ junges Forschungsgebiet bezeichnet werden. Das Interesse zur Erforschung der Soziologie der Männlichkeit entwickelte sich Mitte der 70er Jahre aus der Frauenforschung und war zu Beginn stark in dieser verankert. Die Forschungen finden sich oft in diesem Kontext und beziehen sich auf weibliche Lebenszusammenhänge, Geschlechterverhältnisse und Geschlechterbeziehungen. Zentrale Forschungsbereiche waren der Wandel der Geschlechterverhältnisse und deren Auswirkung auf den Mann. Dabei stand der negative Aspekt der Männerrolle, wie Rollenkonflikte und Rollenstress, im Zentrum der Forschung.

Entstehungskontexte der Männerforschung waren die sozialpsychologische Geschlechterrollentheorie und die feministische Patriarchatskritik. Beispiele in Richtung der sozialpsychologischen Geschlechterrollentheorie sind Untersuchungen zur Männergesundheit, die an die männlicheren Geschlechterrollen anknüpfen. Im Hinblick auf den zweiten Strang der Männerforschung, der aus der feministischen Patriarchatskritik entstand, können Auseinandersetzungen von Connell und Hearn erwähnt werden. Diese setzen sich vor allem mit patriarchalen Herrschaftsverhältnissen und deren Einflüssen auf Gesellschaft und Männlichkeit auseinander (vgl. Berreswill, Meuser, Scholz, 2009, S. 9). Im Rahmen der Literaturrecherche zum Thema Medien, Geschlecht und Sport wurden die

Verflechtungen bzw. die Abstammung aus dem Forschungsgebiet der Frauen- und Geschlechterforschung deutlich. Der Großteil der Literatur verortete sich in der Tradition der Kritik an hegemonialer Männlichkeit bzw. der Darstellung des Geschlechterverhältnisses, das sich in der medialen Darstellung widerspiegelt.

4.1. Stand der Geschlechterforschung im Bereich Sportmedien

Die in Folge angeführten Ergebnisse der Geschlechterforschung, im Bereich Medien und Sport, teilen sich in zwei Bereiche. Es werden dabei die Erkenntnisse zusammengefasst, die sich hauptsächlich im Zuge der Geschlechterforschung ergaben. Weiter zu erwähnen ist, dass der Großteil der Ergebnisse aus Untersuchungen stammt, die einen differenzierungstheoretischen Blick auf die Medien und Präsentation der Geschlechter werfen. Der Großteil der Arbeiten vergleicht dabei die Berichterstattung über weibliche Sportlerinnen mit der über deren männliche Kollegen und arbeitet die Unterschiede heraus.

4.1.1 Erkenntnisse zur Darstellung von Sportlerinnen in der Sportberichterstattung

Die unterschiedlichen Arbeiten bestätigen sich meist gegenseitig in ihren Aussagen. Folgende grundlegenden Ergebnisse können übergreifend formuliert werden:

- Eine Unterrepräsentation von Frauensport in der Sportberichterstattung allgemein (vgl. Koivula 1999, Eastman & Billings 2002, Pedersen 2002).
- Bei der Berichterstattung wird häufiger das Aussehen weiblicher Sportler thematisiert (vgl. Rulofs 2003).
- Die mediale Anerkennung für Leistungen von Sportlerinnen ist wesentlich geringer.
- Im Rahmen der Berichterstattung kommt es zur Stereotypisierung von Frauen (vgl. Jelinek, 2001, S. 128).

4.1.2 Erkenntnisse zur Darstellung von männlichen Sportlern in der Sportberichterstattung

Zu Beginn ist zu bemerken, dass die Ergebnisse hauptsächlich aus Studien stammen, bei denen Sportlerinnen im Zentrum der Untersuchung standen. Die Ergebnisse der Darstellung von männlichen Sportlern fielen oft als Nebenprodukt an, da sie lediglich als Vergleichsobjekte herangezogen wurden.

In der Klein-Foge-Studie, durchgeführt und präsentiert von Hartmann-Tews und Rulofs, wurde die Berichterstattung über Sportler und Sportlerinnen untersucht.

Hartmann-Tews und Rulofs knüpften an die Studie von Klein (1986) an und übernahmen das standardisierte Kategoriensystem (vgl. Hartmann-Tews & Rulofs, 2003, S. 43).

Ergebnis der Studie bezüglich der Darstellung von männlichen Sportlern war:

- Alle Medien rekurren in einem hohen Grad auf einen Semiotik.
- Abbildungen sind geprägt von einer stereotypen Männlichkeitsvorstellung.
- Die Körper der Sportler werden als mächtig und aktiv dargestellt. Dabei werden extra Fotomotive und sprachliche Bilder verwendet.
- Das Bild der Sportler wird auf Körperkraft und männliche Aktivität fokussiert.

(vgl. Hartmann-Tews & Rulofs, 2003, S. 56)

4.1.3. Defizite in der Männerforschung gegenüber Frauenforschung

Im Rahmen der emanzipatorischen Frauenbewegung entwickelte sich in den 1960er eine feministische Wissenschaftskritik, die sich mit der Thematik Männlichkeit bzw. mit der Kritik an männlichen Herrschaftsstrukturen befasste. Ein Anliegen der Forschung war, die Strukturen, die auf Geschlechtlichkeit aufgebaut waren, zu entlarven und die darauf gestützte Legitimation von männlicher Vorherrschaft anzuprangern (vgl. Bregenstroth, 2003, S. 10-11). Untersucht wurden dabei eher die Geschlechterbeziehung und das Geschlechterverhältnis, in dem das Patriarchat angeprangert wurde. In der Mitte der 1970er Jahre entwickelte sich eine intensive Auseinandersetzung, die sich mit dem sozialen Wandel und dessen Auswirkungen auf das Geschlechterverhältnis für den Mann beschäftigte (vgl. Bereswill, Meuser & Scholz, 2009, S.9). Eine Männerforschung, die als eigenständige Forschung definiert werden kann, sich von Frauen- und Geschlechterforschung löst und außerhalb der feministischen Diskussion steht, besteht erst seit Anfang der 90er Jahre. Da sich die Männerforschung aus der Frauenforschung heraus entwickelt hat und am Beginn eher als Ergänzung dieser zu sehen war, hinkt sie in allen Bereichen der Frauenforschung hinterher und kann lediglich als mangelhaft bezeichnet werden.

Brandes meint, dass Männerforschung auch heute noch ein extrem junger und geradezu exotischer Randbereich der Wissenschaft ist. Im Vergleich zur Frauenforschung steht die Männerforschung eher am Anfang und ist gerade erst dabei, sich als Forschungsrichtung zu etablieren (vgl. Brandes, 2002, S14).

5 Männlichkeit

Im folgenden Kapitel wird auf das Konzept Mann eingegangen und die damit in Verbindung stehenden Geschlechtsstereotype werden beleuchtet. Besonderes

Augenmerk wird auf männliche Stereotype gelegt, die Teil der Grundlage für die Analysekatoren sind.

5.1 Konzept Männlichkeit

Das Konzept der Männlichkeit definiert sich über bestimmte Eigenschaften und Zuschreibungen, welche die Zuordnung zu einem Geschlecht ermöglichen. Diese orientieren sich an festgelegten Stereotypen, die gesellschaftlich unterschiedlich sind.

Im 18. Jahrhundert wurden die zwei Geschlechter zwar getrennt wahrgenommen, man wies ihnen jedoch ähnliche charakterliche Eigenschaften zu. Die Frau wurde dabei aber als eher minderwertig und charakterschwach klassifiziert. Erst ab dem 19. Jahrhundert wurde damit begonnen, Frauen und Männer als Träger qualitativ unterschiedlicher Charaktere zu klassifizieren. Das Konzept der Männlichkeit kann, so betrachtet, nur in einem Gegenpol, in einer Abgrenzung zum Weiblichen, bestehen (vgl. Connell 2006 S.87).

Boudieur sieht den Begriff der Männlichkeit als Mittel zur Abgrenzung, der von Männern und für Männer kreiert und aus der Grundlage einer Art Angst vor dem Weiblichen heraus konstruiert wurde (vgl. Bourdieu,2005, S.96).

Das Konzept der Männlichkeit dient in erster Linie als ein Gegenkonzept zur Weiblichkeit. Über die Sozialisation wird dieses dualistische System verinnerlicht und es können klare Zuschreibungen gemacht werden. Diese Verinnerlichung von männlichen und weiblichen Eigenschaften passiert auch in der gegenwärtigen Informationsgesellschaft, vor allem über die Medien.

5.2 Geschlechtsspezifische Stereotype

Geschlechterstereotype bezeichnen Zuschreibungen der Gesellschaft, die sich am biologischen Geschlecht orientieren. Die Zuschreibungen werden im Rahmen der Sozialisation verinnerlicht. Sie prägen das Verhalten und die Sicht auf sich selbst als auch auf das Gegenüber. Nach der Definition des Wörterbuchs der Psychologie sind Stereotype

„schablonenhafte, vorgefertigte vereinfachte und verallgemeinerte Meinungen über Objekte, bestimmte Menschen oder Gruppen, die nicht vom erforderlichen Wissen getragen werden, also den Keim des Irrtums bereits in sich tragen. Sie schaffen die Grundlage für unsere Einstellung und beeinflussen erheblich unsere Urteilsfähigkeit und Wahrnehmungen. Stets werden Stereotypen von einer großen Anzahl von Menschen vertreten.[...]. Stereotypen sind weit verbreitet und erfüllen in unserer

immer komplexeren Welt, die niemand mehr vollständig erfassen und verstehen kann, durch ihre Vereinfachung und Verallgemeinerung eine wichtige Orientierungshilfe.“ (Leibold, 1988 S. 398)

Im folgenden Absatz werden unterschiedliche Geschlechtsstereotype aufgelistet, die in der Literatur zu finden sind:

Tabelle 1: Geschlechtertypus nach Leitner (2009)

Männlicher Stereotypus/Charaktereigenschaften	Weiblicher Stereotypus/Charaktereigenschaften
<ul style="list-style-type: none"> • Durchsetzungskraft • Selbstbewusstsein • Ehrgeiz • Aktivität 	<ul style="list-style-type: none"> • emotional • hohe soziale Kompetenz • Passivität • kultiviert

Quelle:(Leitner 2009 S. 109-110)

Tabelle 2: Stereotype geschlechtsspezifische Eigenschaften laut Bierhoff-Alfermann (1983)

Männlich	Weiblich
unabhängig	-
aktiv	
wettbewerbsorientiert	
aggressiv	
dominant	
rau	
ehrgeizig	
risikofreudig	
sportlich	

wenig einfühlsam unfähig, Gefühle auszudrücken achten wenig auf Äußerlichkeiten	
---	--

Quelle:(Bierhoff-Alfermann, 1983, S.21)

Tabelle 3: Geschlechtsstereotypen nach Bachmann (1998)

Männlich	Weiblich
aktiv	passiv
abenteuerlustig	sanft
aggressiv	gefühlbetont
hat Ambitionen	ihre Sprache verletzt nicht
konkurrierend, ehrgeizig	wettbewerbsvermeidend
handelt wie ein Führer	drückt zärtliche Gefühle aus
direkt	taktvoll
entscheidungsfreudig	in Entscheidungen vom Mann abhängig
dominant	unterordnend
objektiv	gefühlbetont
selbstvertrauend	sicherheitsbedürftig
nicht so schnell verletzbar	sensibel
versteckt Emotionen	geschwätzig
unabhängig	abhängig
mag Mathematik und Naturwissenschaften	mag Kunst und Literatur
denkt logisch	ist religiös
Intelligenz und Aussehen wichtig	Intelligenz und Aussehen nicht so wichtig
dominant	anpassungsfähig
Beruf primärer Lebensbereich, zahlreiche	Haushalt und Kinder sind

Außenkontakte	Hauptaufgabenbereich
Aussehen und Alter sekundär	Aussehen und Jugend wichtig
kreativ	unkreativ
wettbewerbsorientiert	wenig ehrgeizig
ehrgeizig	selbstunsicher
risikofreudig	risikovermeidend

Quelle:(Bachmann, 1998, S.131)

Tabelle 4: Geschlechtsstereotypen nach Alfermann (2006)

Männlich	Weiblich
unabhängig	einfühlsam
aktiv	gefühlbetont
entscheidungsfreudig	hilfreich
selbstsicher, durchsetzungsfähig	freundlich
nicht leicht aufgebend	verständnisvoll
sich überlegen fühlend	weinerlich
intelligent	nörglerisch
zynisch	klagsam
überheblich	ängstlich
Emotionen unterdrücken	abhängig
riskantes und aggressives Verhalten	

Quelle:(Alfermann, 2006, S. 70)

Teilweise gibt es Überschneidungen in den einzelnen Auflistungen. Es lässt sich erkennen, dass sich die Zuordnungen hauptsächlich auf Charaktereigenschaften der Geschlechter beziehen. In allen Fällen sind die Stereotype jedoch konträr angelegt. Dies beruht auf dem dichotomen Bild der Geschlechter, das auf Betonung der Differenz der Geschlechter ausgelegt ist. Dabei werden bestimmte, sich ergänzende Eigenschaften den Geschlechtern zugeordnet. Die Zuschreibungen sind sehr konkret

und lassen wenig Spielraum für Abweichungen. Sie konstruieren das Bild der Geschlechter und geben Vorlieben und Charaktereigenschaften vor. Grundlage der klaren konträren Stereotype ist die der Lebensatmosphären der Geschlechter um die Jahrhundertwende. Dabei wurde der häusliche Bereich als Lebens- und Tätigkeitsfeld der Frau zugeschrieben. Politische und ökonomische Aktivitäten waren einst männlich besetzt. Die für die unterschiedlichen Betätigungsfelder nötigen Eigenschaften wurden den Geschlechtern zugeschrieben (vgl. Dietzen, 1993, S.55).

Es muss gesagt werden, dass sich das Modell der Trennung der Lebens- und Tätigkeitsfelder der Geschlechter in Auflösung befindet. In der gegenwärtigen Gesellschaft vermischen sich die Lebensbereiche und eine eindeutige Trennung ist nicht mehr auszumachen. Eine Folge davon ist, dass das Geschlecht als Ordnungsstruktur in der Gesellschaft an Bedeutung verliert. Inwieweit sich dieser Bedeutungsverlust auch auf die Lockerung bzw. Auflösung von Stereotypen bezieht, ist noch nicht erforscht.

Geschlechtsstereotype wirken wie sich selbst erfüllende Prophezeiungen, sind aus diesem Grund schwer zu widerlegen und der Art nach stark in unseren Rollenvorstellungen der Geschlechter verankert. Sie beeinflussen die Aufnahme und Verarbeitung von Informationen. Ankommende Informationen werden hinsichtlich der stereotypen Erwartungen eingeordnet. Des Weiteren beeinflussen Stereotype soziale Interaktionen. D.h., das Verhalten orientiert sich an bestimmten Erwartungen. Allein der Glaube daran, dass eine bestimmte Erwartung in einem Gesetz wird, verändert das Verhalten und bewirkt die Orientierung an dieser Erwartung. Wenn eine Frau glaubt, dass ihr Gesprächspartner erwartet, dass sie fürsorglich ist, dann wird sie diese Erwartung erfüllen und sich fürsorglich verhalten. Geschlechtsstereotype tragen bedingt einen wahren Kern in sich. D.h., die Geschlechter schreiben sich selbst stereotype Eigenschaften zu. In Persönlichkeitstest schreiben sich Männer eher die Eigenschaft Durchsetzungsvermögen und Frauen eher die Eigenschaft fürsorglich zu (vgl. Alfermann, 2006, S. 71).

5.3 Stereotypisierter Sport

Hartmann-Tews spricht in dem Artikel „Soziale Konstruktion von Geschlecht: Neue Perspektiven der Geschlechterforschung in der Sportwissenschaft“ die diskursive Einordnung der Sportarten in männliche oder weibliche Bewegungsarten an. Die Zuweisung basiert dabei auf dem Charakter der Sportart, der in Verbindung mit klassischen Stereotypen steht. Die Erwartungen der Gesellschaft an die Geschlechter werden auch mit der Wahl der Sportart erfüllt. So bevorzugen Männer eher kampfbetonte, risikofreudige und aggressive und Frauen eher individuelle,

ästhetische und kompositorische Sportarten. Als Beispiele typisch männlicher Sportarten werden unter anderem Fußball, Boxen, Rugby und Eishockey genannt, die mit männlichen Eigenschaften wie aggressiv, Durchsetzungsfähigkeit und kräftig verbunden werden. Beispiele für Sportarten, die mit eher weiblichen Eigenschaften belegt sind, wie ästhetisch, zart und sozial, sind Gymnastik, Reiten/Voltigieren und Turnen. Aufgrund des Charakters der Sportart werden die Sportarten in eher männliche/weibliche Bewegungsart eingeteilt. Durch Vermittlung des Sports in den Medien können diese Stereotype verfestigt, aber auch aufgelöst werden (vgl. Hartmann-Tews, 2003, S.25).

Da Männersportarten ein deutlich höheres Ansehen genießen, ist ein Eindringen von Sportlerinnen als Prestigegewinn zu sehen. Umgekehrt ist die Teilnahme von Männern bei Sportarten, die von Frauen dominiert werden, problematisch und wird wenig akzeptiert. Die Folgen sind Spott und Hohn, die durch die Medien kommuniziert werden. Bachmann führt als Beispiel den Synchronschwimmwettbewerb bei den Weltmeisterschaften in Lausanne 1997 an. Dabei nahm ein Sportler aufgrund einer Lücke im Regelwerk am durchgehend weiblich besetzten Wettkampf teil. Die Reaktion in den Medien war durchgehend negativ (vgl. Bachmann, 1998, S. 205). Aus diesem Beispiel ist ersichtlich, wie stark vor allem männliche Stereotype in der Gesellschaft verankert sind. Die Medien tragen durch eine derartige Berichterstattung zur Festigung dieser Stereotype bei.

6 Medien, Sport und Konstruktion von Männlichkeit

Im folgenden Kapitel wird das Augenmerk auf die Rolle der Sportmedienberichterstattung und deren Einfluss auf die Konstruktion vom Sozialen Geschlecht gelegt. Des Weiteren wird näher auf die spezielle Bedeutung von Abbildungen im Rahmen der Berichterstattung eingegangen. Diese bezieht sich einerseits auf das Medium Fotografie und dessen Wirkung, andererseits aber auch auf die Verwendung desselben im Rahmen der Berichterstattung.

6.1 Mediensport

Die Berichterstattung über Sport lässt sich zwischen den Bereichen der Unterhaltung und der Information einordnen. Die Gestaltung der Berichterstattung unterliegt einerseits den Prinzipien des Journalismus, Informationen zu übermitteln, will andererseits aber auch unterhalten. Informationen werden speziell aufbereitet und in

einen Rahmen gestellt, um dem Bereich der Unterhaltung gerecht zu werden. Laut Rulofs ist eine Tendenz erkennbar, dass immer stärker Elemente der Unterhaltung in die Sportberichterstattung einfließen. Dabei wird vor allem die Person des Sportlers ins Blickfeld genommen. Neben den Leistungen sind dabei die Persönlichkeit und der Charakter des Sportlers interessant (vgl. Rulofs, 2002, S. 47).

Die Sportfotographie kann man ebenfalls zwischen den beiden Bereichen Information und Unterhaltung verorten. Sie ist einerseits in einem zweckgebundenen Kontext veröffentlicht und trägt dem Aspekt der Information Rechnung. Sie dient „der Information und Dokumentation. Funktionsgerechte Zeitungsfotos müssen daher, ähnlich wie die geschriebene Nachricht, Aufschluss über die Fragen nach den journalistischen W's geben können (wer, was, wann...)“ (Schulze, 1997, S. 154).

Andererseits orientieren sich die Berichterstattung und somit auch die Darstellung des Sportereignisses und der Sportler an den Richtlinien der Unterhaltung. Den Grund dafür sieht Rulofs in der Ausrichtung der Medien auf kommerziellen Erfolg.

„Massenmedien sind darauf ausgerichtet, die Aufmerksamkeit der RezipientInnen zu gewinnen. Sie arbeiten unter dem Diktat der Steigerung von Einschaltquoten und Auflagezahlen, und diese lassen sich nur erhöhen, wenn die Medien das Interesse der RezipientInnen stetig wecken können.“ (Rulofs, 2002, S. 40)

Um dieses Interesse zu wecken, sind Attraktion und Sensation die vorrangigen Kriterien in der Berichterstattung. Im Vergleich zu andern Sparten der Medien wird die Sportberichterstattung eher als Unterhaltung denn als Informationsträger angesehen.

Die Auswahl der Abbildungen orientiert sich an diesem Trend. Die Folge dieses Trends ist eine einseitige Auswahl hinsichtlich der Abbildungen. Die Sportler werden in eher aktionsreichen, emotionalen Situationen gezeigt. Der Informationsgehalt ist eher gering, jedoch erregen diese Bilder Aufmerksamkeit und haben eine stärkere emotionale Wirkung auf die Rezipienten. Schmalried meint dazu: „Attraktion und Sensation, die die Aufmerksamkeit auf die Sportseiten lenken, sodass es mehr Kriterien der Ästhetik und der Dramaturgie sind als solche, die der Präsentation von Informationen dienen.“ (vgl. Schmalriede, 2004, S.16)

Diese Einseitigkeit der Abbildung hat Folgen auf die Welt des Sports und das Bild der Sportler. Da die Fotografie eine mediale Wirklichkeit des Sports erzeugt, bezieht sich mögliche Authentizität nicht allein auf die Wirklichkeit, sondern wesentlich auf unsere Vorstellung von Sport. Als typische Darstellung von

Ereignissen schaffen die Sportbilder eine Symbolwelt innerhalb der Visual Culture. „So erzeugen sie unser Bild vom Sport.“ (vgl. Schimalriede, 2004, S.17)

6.2 Medienwirklichkeit

Im alltäglichen Erscheinungsbild unserer Umwelt sind fotografische Abbildungen omnipräsent. Teils sind diese inszeniert und bearbeitet, teils unverfälscht. Sie repräsentieren eine nicht reale Wirklichkeit, die als Konstrukt der Medien bezeichnet werden kann.

Die Medienwirklichkeit ist ein Produkt der Kommunikation und lässt daher keinen direkten Bezug zu einer irgendwie gearteten Objektivität zu (vgl. Schimalriede, 2004, S.19).

Im Rahmen der Produktion einer neuen Wirklichkeit hat diese einen nicht zu unterschätzenden Anteil an der Wahrnehmung der Geschlechter in der Öffentlichkeit. Ausgegangen wird dabei von einer sozialkonstruktivistischen Theorie, die sich sowohl auf die Realität der Geschlechter als auch auf die Realität der Medien bezieht. Keinesfalls kann man diese Medienrealität als Abbild der Wirklichkeit deuten. Sie ist vielmehr ein Konstrukt, das durch Kondensierung, publikumsgerechte Aufbereitung und willkürliche Auswahl ein bestenfalls verzerrtes Bild der Wirklichkeit abgibt (vgl. Hartmann-Tews & Rulofs, 2004, S. 122). Nicht zu unterschätzen ist jedoch der Einfluss dieser Medienrealität auf unsere Gesellschaft bzw. auf Teilbereiche unserer Gesellschaft, wie den Sport.

„Da die Fotografie die Fotografie eine mediale Wirklichkeit des Sports erzeugt, bezieht sich mögliche Authentizität nicht allein auf Wirklichkeit, sondern wesentlich auf unsere Vorstellung von Sport.“ (vgl. Schimalriede, 2004, S.17)

Man kann also sagen, dass die visuelle Kultur die Vorstellung von Sport konstruiert. Diese Konstruktion einer medialen Wirklichkeit ist nicht nur auf Teilbereiche der Gesellschaft beschränkt, sondern hat auch Einfluss auf soziale Strukturen wie das Geschlecht. Durch die Wiederholung von stereotypen Darstellungsformen wird die Rolle der Geschlechter in der Gesellschaft beeinflusst. Es kommt zu einer Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Kommunikation.

6.3 Das Foto

Die Fotografie als wichtiger Teil der Berichterstattung nimmt eine besondere Stellung in der Konstruktion der medialen Wirklichkeit ein. „Bilder sind perspektivisch und aspekthaft, soll heißen, dass sie immer nur aus einer bestimmten Perspektive

oder unter einem bestimmtesten Aspekt gemacht werden.“ (Schimalriede, 2004, S.19) Das Bild hat zwar einen direkten Bezug zur Wirklichkeit, zeigt aber nur einen bestimmten Ausschnitt. Daher ist es nur ein Teil der Wirklichkeit und kann durch Auswahl und Inszenierung den Eindruck, der für den Rezipienten entstehen soll, steuern. Durch die Art der Produktion, des fotografischen Prozesses und des direkten Bezugs auf die Wirklichkeit erweckt die Fotografie den Anschein von Objektivität (vgl. Schmalrieder, 2004, S.19).

6.4 Bedeutung der Abbildung in den Printmedien

Fotos nehmen einen besonderen Stellenwert in der Berichterstattung in den Printmedien ein. „Sie lenken die Aufmerksamkeit der RezipientInnen in höherem Masse als Text oder Ton dies vermögen und schaffen einen direkten visuellen Eindruck vom Ereignis. Die in den Medien enthaltenen Bilder sind aus diesen Gründen von besonderer Wichtigkeit für unsere Wahrnehmung von Sportlerinnen und Sportlern.“ (Hartmann-Tews, 2003, S. 48)

Schmalreiter schreibt zum Thema Abbildungen in der Sportberichterstattung, dass die Bedeutung von Fotos stetig zunimmt. Als Beispiel wird die Frankfurter Rundschau angeführt, die in der Vorankündigung zu einem Relaunch der Zeitung vor allem im Sportteil den Anteil der Abbildungen in Anzahl und Größe steigern will (vgl. Schimalriede, 2004, S.16).

6.5 Sportjournalismus – Mann konstruiert Mann

Sportjournalismus ist ein Berufsfeld, das zum Großteil mit Männern besetzt ist. Die Studie zum Geschlechterverhältnis in österreichischen Sportredaktionen von Kaltenbrunner aus dem Jahr 2007 kommt auf 10 % Frauenanteil in den Print- und Onlinemedien sowie Agenturen. Im Bereich der Sportresorts von Radio und Fernsehen sind ähnlich niedrige Zahlen zu finden (vgl. Kaltenbrunner u.a. 2007, S. 119). Rulofs stellt in ihrem Internetartikel „Wir stellen die Frauen anders dar...“ in Bezug auf die Ergebnisse der vorher genannten Studie die Frage nach dem Einfluss der Darstellung des Geschlechterverhältnisses.

In Bezug auf die Konstruktion von Männlichkeit in der Sportmedienberichterstattung lässt sich die Zahl der Untersuchung weiter interpretieren. Man kann sagen, dass das Bild des Mannes in der Sportberichterstattung zum größten Teil von Männern erschaffen wird. In welcher Weise der männliche Sportler in der Öffentlichkeit präsentiert wird, liegt in den

Händen von Männern. Man kann sagen, Männer kreieren ihr eigenes Bild in der Öffentlichkeit.

„Sportjournalismus ist ein Männerberuf. In noch viel stärkerem Maß als in anderen Ressorts sind Frauen hier in der Minderzahl“ (Weischenberg 1983 S. 126).

Das Bild der männlichen Sportler in der Tageszeitung wird also von Männern konstruiert. Die Darstellung durch weibliche Journalisten ist eher weniger gegeben.

Auffällig ist zunächst das ungleiche Geschlechterverhältnis in den Sportredaktionen. In Österreich beträgt der Frauenanteil in den Sportredaktionen von Print- und Onlinemedien sowie Agenturen lediglich 10 % und in den Sportressorts von Radio und Fernsehen lediglich 9 % (vgl. Kaltenbrunner u.a., 2007, 119). In Deutschland ist der Frauenanteil ähnlich niedrig (vgl. Lubrich, 2004, 34; Lünenborg, 1997). Offensichtlich sind Männer also bei der Produktion von Sportberichten dominant, und es drängt sich die Frage auf, ob durch einen höheren Anteil an Sportjournalistinnen auch eine Veränderung in der inhaltlichen Darstellung des Geschlechterverhältnisses zu erreichen wäre. Diese Frage kann nur mit großer Zurückhaltung beantwortet werden. Generell ist eher davon auszugehen, dass „mehr Frauen im Journalismus [...] noch nicht automatisch eine geschlechtergerechte Berichterstattung“ bedeutet (Dorer, 2006, S.96). Vielmehr sind die journalistischen Produktionsregeln über Jahrzehnte in den Redaktionen gefestigt worden und lassen sich auch in Bezug auf die Darstellung von Männern und Frauen nicht einfach verändern.

7. Empirischer Teil

7.1 Forschungsfrage

Das zentrale Augenmerk der Arbeit liegt auf der Auseinandersetzung mit der bildlichen Darstellung von männlichen Sportlern in österreichischen Magazinen. Es wird untersucht, ob und welche Stereotype von Männlichkeit im Rahmen der Berichterstattung hergestellt werden. In der Arbeit wird, anhand einer Analyse des Lifestyle-Magazins „The Redbulletin“, diese Darstellung von männlichen Sportlern und die damit verbundene Stereotypisierung untersucht. „Stereotypisierung reduziert Menschen auf einige wenige einfache Wesenseigenschaften, die als durch die Natur festgeschrieben dargestellt werden.“ (Hall, 2004, S.143) In der Auseinandersetzung mit dem Bildmaterial gilt das Interesse dieser, laut Hall, „einfachen Wesenseigenschaften“. Im Rahmen der Analyse der Abbildung wird versucht,

zentrale Bereiche zu bearbeiten, die dazu beitragen, männliche Stereotype zu produzieren. Einerseits beziehen sich diese direkt auf zentrale männliche Stereotype, die im Kapitel 5.2 festgelegt wurden, aber auch auf soziale Bereiche, wie Familie und das Verhältnis zum anderen Geschlecht, die den Mann, seine Aufgaben und die damit verbundenen Eigenschaften im sozialen Umfeld darstellen. Des Weiteren werden Mechanismen der Bildgestaltung, wie die Darstellung des männlichen Körpers, Ausgrenzungsmechanismen, Machtverhältnisse und eine geschlechtsspezifische Berichterstattung, untersucht, die eine einseitige, stereotype Darstellung festigen oder auflösen.

7.2 Analysekategorien

7.2.1 Männer im Vergleich zu Frauen

„Ein zentraler Aspekt des männlichen Habitus betrifft das Verhältnis zur Frau.“ (Brandes, 2001, S.47) Laut Brandes sind Männer zumindest unterschwellig damit beschäftigt, wie sie auf Frauen wirken. In welcher Art und Weise sich der Mann in Bezug zur Frau setzt, gibt sowohl Auskunft über die Stellung und das Verhältnis zum anderen Geschlecht als auch über die eigene männliche Identität (vgl. Brandes, 2001, S.47). Im Hinblick auf die Analyse des Bildmaterials kann festgestellt werden, dass die Art, wie männliche und weibliche Sportler zueinander in Bezug gesetzt werden, eine Aussage über männliche Identität zulässt. Im Rahmen des Analysebogens soll eruiert werden, in welchen Bezug die Sportler zu Frauen gestellt werden. Durch folgende Programmfrage soll dies geklärt werden:

In welcher Rolle werden Frauen dargestellt?



Abbildung 1: Beispiel für eine Darstellung mit einer weiblichen Person im Zentrum der Abbildung, mit sportlicher Rolle (RedBulletin GmbH, 2011/10, S.44).

7.2.2 Männergruppe

Die Kategorie stützt sich auf den Begriff „Partner Gegner“ von Bourdieu, der den Wettbewerb nur teilweise als Mittel zur Hierarchisierung von Männern untereinander ansieht. Sport ist, laut Bourdieu, ein Feld, in dem sich ausschließlich Männer im Wettkampf gegenüberstehen, um sich zu messen. Er dient aber auch als Bereich, in dem man sich von anderen Gruppen abgrenzt bzw. den Zusammenhalt der eigenen Gruppe stärkt. Vor allem im Sport wird durch die Trennung der Geschlechter dieser Ausgrenzungsmechanismus gefördert (vgl. Bourdieu, 2005, S. 83).

Im Rahmen der Kategorie „Männergruppe“ soll untersucht werden, inwieweit dieses Prinzip der Stärkung der eigenen Gruppe im Rahmen der Bildproduktion kommuniziert wird, oder ob durch Abbildung von gruppenfremden Personen, wie Frauen und/oder Kinder, diese Stärkung der eigenen Gruppe entschärft wird. Es können folgende Programmfragen formuliert werden:

Inwieweit kommt es zu einer Aufweichung der Männergruppe durch die Abbildung gruppenfremder Personen im Rahmen der Sportberichterstattung? In welchen Bezug wird der Sportler zu den gruppenfremden Personen gesetzt?



Abbildung 2: Beispiel – homogene Darstellung einer Männergruppe (The RedBulletin GmbH, 2011/07, S.14).

7.2.3 Mann als Einzelkämpfer

Wird der Sportler alleine dargestellt, so werden bestimmte männliche Stereotype bedient. Die vereinzelt Darstellung in der Tätigkeit vermittelt Unabhängigkeit, Kompetenz, Zielstrebigkeit und Selbstvertrauen. Dies sind, laut Bierhoff-Alfermann (1983), Leitner (2009) und Bachmann (1998), eindeutig männliche Stereotype. Wird der Sportler mehrfach vereinzelt dargestellt, so werden die oben genannten Stereotype gefestigt. (Zitat: Vereinzelung – Vermittlung Bildeindruck)

Programmfrage:

Werden Sportler vermehrt vereinzelt dargestellt und dadurch mit bestimmten Stereotypen in Verbindung gebracht?

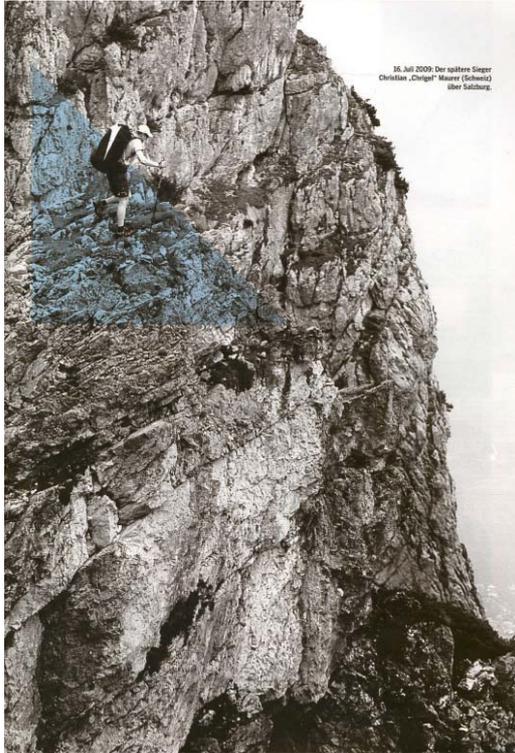


Abbildung 3: Beispiel – Vereinzelung eines Sportlers (vgl. RedBulletin GmbH, 2011/07, S.61).

7.2.4 Männerkörper

Bourdieu begreift den Körper und dessen offensichtliche biologische Unterschiede als Grundlage und unanfechtbare Rechtfertigung der gesellschaftlich konstruierten Unterschiede der Geschlechter (vgl. Bourdieu, 1997, S.168). Trevoren (2009) versteht den Körper „als Basis der gesellschaftlichen Geschlechterdifferenz“. Durch eine Konzentration auf den Körper als Thema der Abbildung werden die biologischen Unterschiede hervorgehoben und somit die herrschenden Stereotype der Geschlechter gefestigt.

“Mit Attributen wie „der Muskelberg“, „das Muskelpaket“ oder „sein mächtiger Oberkörper“, aber auch mit imposanten Fotos, die die Größe und Kraft der Sportlerkörper eindrucksvoll in Szene setzen, werden Sportler im Hinblick auf die im Sport zu erbringenden Leistungen als von Natur aus kompetente Akteure gezeigt.” (Rulofs, 2010, S.4)

Stehen der Körper und vor allem die äußerlichen, geschlechtsdifferenzierenden Merkmale im Vordergrund von Abbildungen, so kommt es zu einer Verfestigung und Neutralisierung von Geschlechtsunterschieden und der damit verbundenen Geschlechtsstereotypen. Merkmale wie Haarschnitt, Körperbehaarung und Kleidung sind äußerliche Differenzierungskriterien der Geschlechter. Durch eine

Naturalisierung dieser äußerlichen Merkmale wird die Argumentation hinsichtlich einer eindeutigen Geschlechtertrennung vereinfacht; dies bietet ebenfalls die Grundlage für eine stereotype Sichtweise (vgl. Alfermann, 1996, S. 20).

Es soll untersucht werden, ob im Rahmen der Abbildung eine Fokussierung auf den männlichen Körper bzw. auf eindeutige, geschlechtsdifferenzierende Merkmale besteht. Des Weiteren ist von Interesse, ob ein weniger fokussierter Blick oder eine Verschleierung der Merkmale, durch die Kleidung oder die Art der Darstellung, die Geschlechtsdifferenzierung aufhebt bzw., ob die Bildaussage zwingend an ein Geschlecht gekoppelt wird.

Programmfrage:

Kommt es zu einer Verfestigung der Geschlechtertrennung durch eindeutige, äußerliche Differenzierungsmerkmale?



Abbildung 4: Beispiel – stark männliche Darstellung von Geschlechtsmerkmalen (RedBulletin, 2011/08, S.71).

7.2.5 Geschlechtsstereotypisierung durch Sportartenfokussierung

Durch die Zuordnung von Sportarten in männliche oder weibliche Bewegungsarten, die mit dem Charakter der Sportart in Verbindung steht, wird die Häufigkeit der typisierten Sportart als Festigung von Stereotypen beurteilt. Die Medien können durch eine Berichterstattung, die stereotype Sportarten bestätigt, ebenfalls zu einer Festigung von Geschlechtsstereotypen beitragen. Durch einen Bruch besteht jedoch die Möglichkeit, die festgesetzten Zuschreibungen aufzubrechen.

Der Großteil der Studien, die sich mit der medialen Darstellung der Geschlechter in den Medien befassen, kommt zu dem Schluss, dass Sportlerinnen und Sportler in geschlechtsstereotypen Sportarten dargestellt werden.

„So dominieren in der Berichterstattung männliche Sportler und Sportarten, die dem männlichen Stereotyp der aggressiven körperlichen Auseinandersetzung entsprechen, wie zum Beispiel Boxen oder Fußball, oder Sportarten, die die risikoreiche Handhabung von Fahrzeugen beinhalten (z. B. Motorsport). Der Schwerpunkt der Berichterstattung über Sportlerinnen liegt hingegen bei den Individualsportarten, die keinen direkten Körperkontakt zur Gegnerin erfordern (z. B. Tennis, Schwimmen, ...) oder eine ästhetische Inszenierung beinhalten (z. B. Turnen)“ (Rulofs, 2010, S.2)

In neueren Studien lässt sich im Hinblick auf weibliche Sportlerinnen eine Aufweichung dieser stereotypisierten Berichterstattung erkennen. Im Bereich des Männersports ist dies jedoch kaum der Fall (vgl. Rulofs, 2010, S.2).

Im Rahmen der Analyse des Bildmaterials soll untersucht werden, ob sich die Aussagen von Rulofs hinsichtlich der männlichen Stereotypisierung durch Sportartenfokussierung auch für das Lifestyle-Magazin „The Redbulletin“ bestätigen lassen.

Programmfrage:

Kommt es im Rahmen der Berichterstattung zu einer Geschlechtsstereotypisierung durch eine Fokussierung auf bestimmte Sportarten?



Abbildung 5: Beispiel – Darstellung typisch männlicher Sportart (Red Bulletin GmbH, 2011/06, S. 49).

7.2.6. Darstellung von Emotionen

Laut Bierhoff-Alfermann (1983) und Bachmann (1998) entspricht es dem männlichen Stereotyp, eher wenige bis gar keine Gefühle zu zeigen. Dem Mann wird teilweise auch abgesprochen, überhaupt Gefühle zeigen zu können. Kommt es trotz der zugesprochenen Kälte dennoch zu einer Gefühlsregung, so ist diese sehr eingeschränkt und bedient männliche Stereotype. Laut Bierhoff-Alfermann (1983) sind männliche Gefühle begrenzt auf Wut, Ärger und Stress. Hilflosigkeit/Ohnmacht, Trauer, Scham und Unsicherheit gelten als typisch weibliche Gefühlsregungen.

Durch die Untersuchung der Darstellung von Emotionen wird erforscht, ob und wie stark eine Stereotypisierung der Sportler durch die geschlechtstypische Gefühlsdarstellung erfolgt.

Programmfragen:

Werden männlichen Sportler eher gefühlslos dargestellt?

Kommt es zu einer einseitigen emotionalen Darstellung von männlichen Sportlern?



Abbildung 6: Beispiel – Darstellung von positiven Emotionen (Red Bulletin GmbH, 2011/06, S. 59).

7.2.7 Gefahr und Risiko

Bierhoff-Alfermann (1983), Bachmann (1998) und Alfermann (1996) stimmen in ihrer Festlegung von geschlechtsspezifischen Stereotypen darin überein, dass die Eigenschaften Risikofreude bzw. Abenteuerlust eindeutig männlich besetzt sind. In der Kategorie „Gefahr und Risiko“ soll untersucht werden, inwieweit und ob diese Zuschreibungen im Rahmen der bildlichen Darstellung der Sportberichterstattung weitergeführt, verstärkt oder durch gegensätzliche Darstellung aufgeweicht werden.

Die Anbindung einer Eigenschaft an die abgebildete Person geschieht durch Image-Flächen. Die Person wird mit bestimmten Gegenständen oder in einer bestimmten Situation dargestellt, um ihr gezielt Eigenschaften zuzuweisen.

Programmfrage:

Werden männliche Sportler im Rahmen der Abbildungen verstärkt mit Gefahr und Risiko in Verbindung gebracht?



Abbildung 7: Beispiel – Darstellung eines männlichen Sportlers mit Risiko und Gefahr als zentralem Bildinhalt (RedBulletin GmbH, 2011/10, S.8).

7.2.8 Harte Männer

Ähnlich wie Risiko und Gefahr sind Härte und Disziplin gegenüber sich selbst und anderen sowie zäh und robust sein typisch männliche Attribute. In der Kategorie „Harte Männer“ soll durch die Analyse des Bildmaterials untersucht werden, inwieweit durch die Darstellung von Erschöpfung oder Abbildungen von sich quälenden Athleten diese Stereotype gefestigt oder durch gegensätzliche Darstellung entkräftet werden.

Programmfrage:

Werden durch bestimmte Bildinhalte geschlechtsspezifische Stereotype, wie Disziplin und Härte, vermittelt?



Beispiel – Darstellung von männlichen Sportlern in Verbindung mit Disziplin und Härte als Bildinhalt (RedBulletin, 2011/07, S. 60).

7.2.9 Umfeld

Die Trennung der Lebensbereiche gilt als eine der grundlegenden Mechanismen der Geschlechtsstereotypisierung. Dabei sind Bereiche, die mit Familie und Heim identifiziert werden können, stark weiblich besetzt. Im Gegensatz dazu sind Bereiche, die dem Beruf und der Profession zugeordnet werden, dem männlichen Geschlecht zugeteilt. Diese Trennung der Lebensbereiche geht auf die Geschlechterrollen um die Jahrhundertwende zurück. Dabei wurde der häusliche Bereich als Lebens- und Tätigkeitsfeld der Frau zugeschrieben. Politische und ökonomische Aktivitäten waren männlich besetzt. Die für die unterschiedlichen Betätigungsfelder nötigen Eigenschaften wurden den Geschlechtern zugeschrieben (vgl. Bachmann, 1998, S. 149).

In der Kategorie „Umfeld“ soll untersucht werden, wie stark diese Trennung der Lebensbereiche im Rahmen der Berichterstattung verfestigt oder aufgelöst wird. Das Augenmerk wird dabei auf das Umfeld des Sportlers im Rahmen der Abbildung gelegt.

Programmfrage:

Werden männliche Sportler eher in beruflichen und weniger in familiären Umfeldern abgebildet?



Abbildung 8: Beispiel – Darstellung eines männlichen Sportlers in familiärem Umfeld (RedBulletin GmbH, 2011/07, S. 53).

7.2.10 Machtpositionen

Im Rahmen der Fragestellung soll festgestellt werden, ob und welche Machtposition der abgebildete Sportler einnimmt bzw. ob vermehrt Abbildungen entstehen, in denen der Mann in Zweikämpfen und Konfliktsituationen dargestellt wird. Durch die Häufung von Darstellungen, in denen eindeutige Machtpositionen oder der Kampf um Machtpositionen gezeigt werden, können Rückschlüsse auf Stereotype wie Ehrgeiz, Durchsetzungskraft und Dominanz gezogen werden. In der Abbildung wird dabei die Macht des Akteurs durch interne, formale Bildkategorien kommuniziert (vgl. quantitative Inhaltsanalyse Kapitel ...).

Des Weiteren kann im Rahmen der bildlichen Darstellung die Körperhaltung als Mittel zur Präsentation von Macht angesehen werden. So werden Personen mit stabilem, aufrechtem und breitem Stand als stark und bedrohlich wahrgenommen. Personen, die mit labilem Stand oder verrenktem Körper abgebildet werden, werden eher als schwach gewertet (vgl. Kinnebock & Knieper, 2008, S.93).

Programmfrage:

Kommt es zur Häufung von Darstellungen, in denen deutliche Machtpositionen erkennbar sind?

Werden Sportler eher in Körperhaltungen dargestellt, die vorrangig Macht und Stärke und weniger Labilität und Schwäche vermitteln?

Werden Sportler häufig in Konfliktsituationen dargestellt?

Werden Sportler eher handlungsaktiv dargestellt?



Abbildung 9: Beispiel – Darstellung von männlichen Sportlern in einer Konfliktsituation (Red Bulletin GmbH, 2011/08, S. 22).

7.2.11 Perspektive

Durch die Darstellungen von Personen in unterschiedlichen perspektivischen Blickwinkeln ergibt sich die Möglichkeit, Aussagen über die interaktive Beziehung zwischen der abgebildeten Person und dem Betrachter vorzunehmen. Entscheidend für die Darstellung von Machtverhältnissen ist die vertikale Perspektive (vgl. Kress und Leeuwen, 2006, S.140).

Hier wird zwischen „high angle“ (Vogelperspektive), „low angle“ (Froschperspektive) und „eye angle“ (gleiche Augenhöhe) differenziert. Der Betrachter steht außerhalb des Bildes und nimmt die dargestellten Teilnehmer, je nach Perspektive, von oben herab als klein und unbedeutend („high angle“) oder von unten herauf als imposant und herausragend („low angle“) wahr. Die *Vogelperspektive* verringert die Individualität der dargestellten Person, indem sie sie auf die untere Ebene reduziert und sie in einer unüberwindbaren Vorherbestimmung festhält. Der Betrachtende befindet sich in der höhergestellten Position und ist damit im Besitz der Macht. In der Froschperspektive hingegen begibt sich der Betrachter selbst auf die Position des Untergebenen, wodurch dem dargestellten Teilnehmer die Macht zukommt. Er erscheint übermächtig, erhaben und glorreich. Stehen sich Bildproduzent bzw. Betrachter und dargestellte Person auf gleicher Augenhöhe gegenüber, nehmen sie eine gleichberechtigte Stellung ohne Machtunterschiede ein (Schleicher, 2009, S.301).

Programmfrage:

Wird durch eine gehäufte einseitige perspektivische Darstellung ein bestimmtes Bild von männlichen Sportlern vermittelt?



Abbildung 10: Beispiel – Darstellung Frontalperspektive (Red Bulletin GmbH, 2011/12, S.17).

7.3 Grundannahmen

In Bezug auf die grundlegende Fragestellung („Werden in der bildlichen Darstellung im Rahmen der Sportberichterstattung bestimmte männliche Stereotype produziert?“) lassen sich folgende Grundannahmen formulieren:

G1: Im Rahmen der bildlichen Darstellung der Sportberichterstattung werden männliche Stereotype produziert.

Um eine komplexere Betrachtung der Fragestellung zu gewährleisten, wurden Kategorien festgelegt, die sich einerseits direkt auf die Darstellung von Stereotypen beziehen, andererseits aber auch die Darstellung in sozialen Gruppen und die Darstellung des Sportlers in Bezug zum anderen Geschlecht untersuchen, da dies ebenfalls Aufschluss über eine stereotype Darstellung geben könnte. Des Weiteren

werden die einseitige, sportbezogene Berichterstattung und die Naturalisierung des Geschlechts über den Körper untersucht, durch die ebenfalls Stereotype produziert werden können.

B) Männer im Vergleich zu Frauen

G2: *Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so werden diese eher in einer familiären als in einer sportlichen/beruflichen Rolle dargestellt.*

G3: *Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so werden diese eher als „bewundernde Fan/s“ und „Symbol/e des Triumphs“ als in Form gleichgestellter Akteurinnen in einer sportlichen/beruflichen Rolle dargestellt.*

G4: *Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so werden diese eher als „bewundernde Fan/s“ und „Symbol/e des Triumphs“ als in familiärer Rolle dargestellt.*

G5: *Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so nimmt der Sportler meistens eine höhergestellte Machtposition ein.*

C) Männergruppe

G6: *Männliche Sportler werden eher mit gruppenhomogenen Geschlechtsgenossen als mit gruppenfremden Personen dargestellt.*

G7: *Wird ein männlicher Sportler mit einer gruppenfremden Person abgebildet, so nimmt er meist eine mächtigere, höhergestellte, wichtigere Position ein.*

D) Mann als Einzelkämpfer

G8: *Im Rahmen der bildlichen Darstellung werden männliche Sportler eher vereinzelt dargestellt.*

E) Männerkörper

G9: *Die abgebildeten Personen sind immer eindeutig einem Geschlecht zuzuordnen.*

G10: *Die Geschlechtsmerkmale werden eher „stark männlich“ und „männlich“ als „gemischt“ dargestellt.*

F) Geschlechtsstereotypisierung durch Sportartenfokussierung

G11: *Männliche Sportler werden häufiger in der Ausübung von risikoreichen Sportarten und/oder in solchen mit direktem körperlichen Kontakt als in Individualsportarten und/oder Sportarten mit ästhetischer, körperbetonter Inszenierung dargestellt.*

G) Darstellung von Emotion

G12: *Männliche Sportler werden eher emotionslos dargestellt.*

G13: *Werden Emotionen dargestellt, so sind dies in erster Linie Wut, Ärger und Zorn.*

H) Gefahr und Risiko

G14: *Im Rahmen der bildlichen Darstellung werden männliche Sportler häufig mit Gefahr und Risiko in Verbindung gebracht.*

I) Harte Männer

G15: *Im Rahmen der bildlichen Darstellung werden männliche Sportler häufig mit Disziplin und Härte in Verbindung gebracht.*

G16: *Darstellungen von Sportlern, die Aufgabe, Zusammenbruch, Schwäche oder Niederlage vermitteln, sind eher selten.*

J) Umfeld

G17: *Der Sportler wird ausschließlich im beruflichen Umfeld abgebildet.*

K) Machtpositionen des Akteurs

G18: *In der Abbildung sind häufig eindeutige Machtpositionierungen erkennbar.*

G19: *In den Abbildungen nehmen die Sportler meist eine mächtige, höhergestellte oder wichtigere Machtposition ein.*

G20: *Die Sportler werden häufiger in Körperhaltungen abgebildet, die Macht und Stärke vermitteln, als in Körperhaltungen, die Labilität und Schwäche ausdrücken.*

G21: *Sportler werden häufig in Konfliktsituationen dargestellt.*

G22: *Der Sportler wird hauptsächlich handlungsaktiv abgebildet.*

G23: *Sportler werden meist aus der Froschperspektive/low angle dargestellt.*

7.4 Studiendesign

Die Darstellungsweise von männlichen Sportlern in Österreich und deren mögliche Stereotypisierung im Rahmen der Bildberichterstattung soll anhand einer quantitativen Bildinhaltsanalyse untersucht werden. Es handelt sich dabei um eine eher beschreibende (deskriptive) Vorgehensweise, die sich auf den Medieninhalt konzentriert und damit die Repräsentation im Blick hat. Die quantitative Herangehensweise bietet die Möglichkeit, eine große Anzahl von Bildmaterial zu untersuchen. In bisherigen Forschungen, die sich mit dem Themenbereich der medialen Präsentation der Geschlechter (vgl.) befassten, wurde das Augenmerk größtenteils auf den Text gelegt und die bildliche Darstellung eher vernachlässigt. Aus diesem Grund möchte ich in der Auseinandersetzung den Schwerpunkt auf die Analyse des Bildmaterials legen.

Die Untersuchung basiert auf einem Kategoriensystem, das eine quantitative Bearbeitung des Bildmaterials ermöglicht. Die Kategorien wurden teils auf der Basis von theoretischen Erkenntnissen aus bestehender Literatur erstellt und teils aus bestehenden Bildanalysebogen entnommen (vgl. Schleicher, 2009). Sie beziehen sich in erster Linie auf männliche Stereotype und deren Konstruktion im Rahmen der Massenmedien. Die Fragestellungen konzentrieren sich auf Vorurteile und Stereotype, die im Kapitel 5.2 genauer definiert werden. Ergänzt wurden Kategorien, die weitere Dimensionen des Bildes von Männlichkeit zulassen. Dies sind die Darstellung mit dem anderen Geschlecht, die Darstellung des männlichen Körpers, die Konstruktion von Macht im Rahmen der Bildberichterstattung und die Geschlechtskonstruktion durch eine Sportartenfokussierung. Die Bewertung des Materials wird mithilfe eines standardisierten Bildanalysebogens durchgeführt. Dieser bezieht sich teilweise auf die Arbeit von Schleicher aus dem Jahre 2009, die sich mit der Reproduktion von Stereotypen über Pressefotografien auseinandergesetzt hat. Zur Überprüfung der Grundannahmen werden die Ergebnisse aus der quantitativen Analyse des Bildmaterials herangezogen.

Die erhobenen Daten werden mit SPSS 10.0.7 ausgewertet. Da im Rahmen der Untersuchung keine Probanden befragt werden, welche die Wirkung des Bildmaterials bestätigen oder verneinen, kann lediglich auf Tendenzen und mögliche Wirkungen des Bildmaterials auf RezipientenInnen geschlossen werden. Diese beruhen auf theoretischen Ansätzen zur Bildkommunikation und -linguistik laut Kapitel 2.

7.4.1 Quantitative Inhaltsanalyse

Die quantitative Inhaltsanalyse kann als medienspezifische Variante der Inhaltsanalyse gewertet werden. Für diese spezielle Forschungsmethode gelten grundsätzlich dieselben Anforderungen wie für eine klassische Inhaltsanalyse (vgl. Petersen, 2011, S. 149). Früh definiert die quantitative Inhaltsanalyse als „quantitative Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung formaler und inhaltlicher Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten Inferenz auf Mitteilung externen Sachverhalts“ (Früh, 2007, S. 29).

Im Gegensatz zur qualitativen Inhaltsanalyse, die versucht, nach wissenschaftlich begründbaren Schemata das Material zu dekodieren und Inhalte offenzulegen, basiert die quantitative Inhaltsanalyse auf Hypothesen. Nicht der Inhalt des Untersuchungsmaterials, sondern speziell isolierte Aspekte, die mit Hilfe empirischer Methoden ausgewertet werden, sind von Interesse. Die entscheidenden Besonderheiten sind die auf das Untersuchungsmaterial abgestimmten, bildspezifischen Analysekatoren (vgl. Petersen, 2011, S. 150).

7.4.2 Analysekatoren

Im Rahmen der Schaffung von Analysekatoren werden in erster Linie Begrifflichkeiten definiert, deren Relevanz für die Forschungsfrage darzulegen ist und die einen direkten Bezug zu der empirischen Untersuchung herstellen. Abstrakte Begrifflichkeiten werden durch Indikatoren definiert, die nach intersubjektiver Vereinbarung einen Beobachtungsbezug ermöglichen und beobachtbar werden. Es handelt sich um optionale Definitionen von Begriffen, mit dem Ziel, diese messbar zu machen (vgl. Petersen, 2011, S. 150). Die genauen Begriffsdefinitionen sind die Grundlage der quantitativen Bildanalyse, die im Rahmen der Analysekatoren im Kapitel 7.4.2 festgelegt wurden.

Die Analysekatoren beschäftigen sich mit allen drei Kategorietypen, die laut Petersen in formal, inhaltlich und wertend gegliedert werden können.

Formale Bildkatoren

Formale Bildkatoren beziehen sich auf die Darstellungsart und können zudem in bildexterne und bildinterne formale Bildkatoren gegliedert werden. Im Rahmen der Untersuchung wurden bildexterne Faktoren, wie Bildgröße und Position im Medienkontext, eher vernachlässigt, da sie in Bezug auf die Fragestellung keine bis geringe Aussagekraft haben. Entscheidend für die Beantwortung der

Forschungsfrage ist die Untersuchung bildinterner formaler Faktoren. Diese beziehen sich auf darstellungsästhetische Mittel, welche die Bildwirkung beeinflussen (vgl. Petersen, 2011, S. 153).

Beispiele Analysekatgorie: Frage B3, B4, K1.

Inhaltliche Bildkategorien

Inhaltliche Bildkategorien beziehen sich auf das, was im Bild dargestellt wird. Die Fragestellungen orientieren sich dabei am Erkenntnisinteresse. Die inhaltlichen Kategorien fragen nach Thema, Ereignis, Motiv und Bezugsort der Abbildung. Sie erheben insgesamt das „Wer? Was? Wo? Wann?“ (vgl. Petersen, 2011, S. 156-157). „Gerade stereotype visuelle Geschlechts- und Machtcodierungen zeigen sich nicht nur in formalen, sondern gerade in inhaltlichen Aspekten“ (Petersen, 2011, S. 157). Aus diesem Grund bezieht sich ein Großteil der Fragen auf inhaltliche Bereiche der Abbildungen.

Beispiele Analysekatgorie: Frage B1, C1, F1, J1.

Wertende Bildkategorien

„Wertende Kategorien dienen der Erfassung propositionaler Codiereinheiten [...], die sachliche oder wertende Fragestellungen über Personen, Tatsachen oder Vorgänge treffen,“ (Rössler, 2005, S.146). Um genaue Aussagen machen zu können, sind besonders genaue Erklärungen und Definitionen vonnöten.

Beispiele Analysekatgorie: Frage G2.

7.5 Untersuchungsgegenstand

Als Untersuchungsgegenstand dient die Zeitschrift „The RedBulletin“, die als Lifestyle-Magazin gewertet werden kann. Es besteht besonderes Interesse, da es sich um ein relativ „junges“ Medium handelt. Einerseits hinsichtlich der Inhalte, die einen neuen Sport in Verbindung mit einem neuen, jungen Lebensstil setzen, andererseits besteht das Magazin erst seit dem Jahr 2007. Im Rahmen der Untersuchung soll erarbeitet werden, ob das Medium alte männliche Stereotype aufbricht oder ob diese im Rahmen der Bildberichterstattung reproduziert, verstärkt und gefestigt werden.

Hauptaugenmerk wird dabei auf die Darstellung von Sportlern gelegt. Somit werden Berichterstattungen nicht gewertet, die sich nicht direkt oder indirekt auf den Bereich Sport beziehen.

7.5.1 Allgemeine Daten zum Magazin „The RedBulletin“

Die Zeitschrift „The RedBulletin“ kann in die Sparte Lifestyle-Magazin eingeordnet werden. Die Schwerpunkte sind Sport, aber auch Kultur und Kunst. Laut dem Herausgeber umfasst es die neuesten Nachrichten aus der Welt von Red Bull.

Die Bezeichnung „Welt von Red Bull“ deutet auf das konkrete Image der Marke, das zu einem großen Teil durch bestimmte, von Red Bull gesponserte, Sportarten getragen wird. Dabei werden vor allem Sportarten gesponsert, die das Image der Marke verkörpern und die genau definiert sind (siehe Abbildung 11). Das Magazin ist damit Teil des Marketings. Durch eine Berichterstattung, die sich im Bereich des Sports ausschließlich um Sportarten kümmert, die das Image der Marke repräsentieren, verbreitet es dieses Image. Durch eine derart strikte Vorgabe kann die Berichterstattung als eingeschränkt bezeichnet werden. Die Pflege des Images beschränkt sich nicht nur auf den Sport. Sie beeinflusst auch die Berichterstattung in den anderen Themenfeldern. Thomas Matteme schreibt im Rahmen eines Bloggs zum Thema Magazinkritik: The Redbulletin:

“ob so die Zukunft auf dem Magazinmarkt aussieht? Marken machen künftig Medien? Der Gedankengang dahinter ist schlicht, Unternehmen müssten nicht mehr den Umweg über Anzeigenbudgets bzw. dem Entzug von Anzeigenbudgets gehen, um Artikel nach ihrem Gusto zu veröffentlichen. Sie würden künftig ihre Artikel gleich selbst veröffentlichen” (Matterne, 2011).

7.5.2 Geschichte

Das Magazin hat seine Wurzeln in der Formel 1. Im Mai 2005 erschien die erste Ausgabe beim Grand Prix von Monaco. Danach war es ein Fixpunkt in der Formel 1. 2007 erschien The RedBulletin monatlich und wurde in Österreich vertrieben.

2009: The RedBulletin wird in Großbritannien, Deutschland und Irland gelauncht. 2010 folgen Neuseeland, Südafrika und Kuwait. 2011: In den USA, der Schweiz, Frankreich und Mexiko startet The RedBulletin.

The RedBulletin ist nun in 4 Sprachen und 11 Ländern erhältlich. Ein weiterer großer Schritt wurde mit der Veröffentlichung der RedBulletin App gemacht. Die App ist für iPads in Deutsch, Englisch, Spanisch und Französisch erhältlich. Seit kurzem ist The RedBulletin auch auf Facebook vertreten (vgl. CAWi,2011).

7.5.3 Konzept

Das Magazin setzt sich in den unterschiedlichen Bereichen (Sport, Kultur, Kunst Lifestyle, Musik etc.) mit außergewöhnlichen Themen auseinander. Es positioniert

und benennt sich als „Das Magazin abseits des Alltäglichen“ und erschafft sich damit einen klar definierten Bereich, der im Rahmen des Konzeptes treffend in einer Grafik dargestellt wird (Abbildung). Diese Grafik umschreibt Inhalte, Themen, Medien und Eigenschaften des Magazins und reiht sich damit in das Gesamtkonzept der Marke ein.

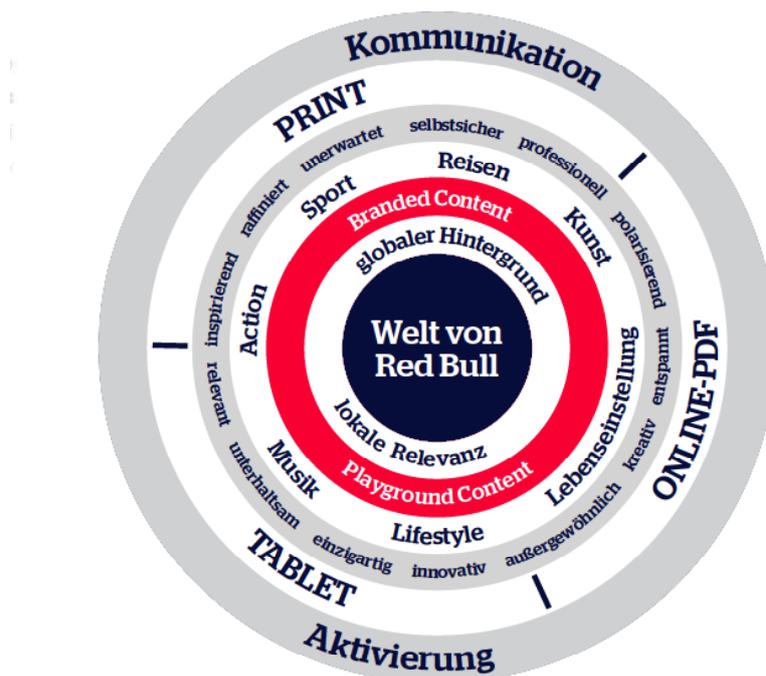


Abbildung 11: Grafische Darstellung Red Bull – Konzept (The RedBulletin, 2012).

Die Konzentration des Magazins auf das Außergewöhnliche beeinflusst die Auswahl der Inhalte. In Bezug auf die Berichterstattung im Bereich Sport ist dies vor allem an der Auswahl der Sportarten zu erkennen. Gezeigt werden hauptsächlich Sportarten, die von Redbull gesponsert und mit den Attributen verbunden werden, die zum Image der Marke passen. Das Heftkonzept drückt es wie folgt aus: „BASE-Jumper und Spitzenköche, Hip-Hop-Musiker und Neurologen, Triathleten, Formel-1-Stars, Piloten historischer Fluggeräte: Die Welt von Red Bull, eine Welt voller Kreativität und Abenteuer, Mut und Lebenslust, gibt all diesen einzigartigen Helden ein Zuhause.“ (The Redbulletin, 2012) Die Ausrichtung auf die Hauptzielgruppe (Männer

zwischen 20 und 29) verbindet sich nahtlos mit dem Image des Magazins bzw. dem Produkt und bildet somit ein rundes Gesamtkonzept.

7.5.4 Auflage

Das Magazin „The RedBulletin“ erscheint seit dem Jahr 2007 in der Red Bulletin GmbH und wird in Österreich und in acht weiteren Ländern publiziert. Die Gesamtauflage des Hochglanzmagazins beläuft sich auf 4,6 Millionen Stück; es zählt damit zu den auflagenstärksten Magazinen weltweit. Die Auflage in Österreich beträgt 873.000 inkl. Kiosks, Abonnements, alternative Distribution und Beilage (vgl. CAWI, 2011).

7.5.5 Zielgruppen

KERNZIELGRUPPE

20 – 29

Fokus auf Männern, aber auch Frauen lesen abseits des Alltäglichen.

ERWEITERTE ZIELGRUPPE

Print: 20 – 39

App: 12 – 29

PLUS: geistig und körperlich aktive Menschen mit Lust am Leben (vgl. CAWI, 2011).

7.5.6 „The RedBulletin“ im Vergleich

Der größte Unterschied des Magazins „The RedBulletin“ zu anderen Sportmagazinen ist die Anknüpfung an bzw. Einbindung in ein Marketingkonzept. Diese Positionierung kann als Grund für zahlreiche Unterschiede in den verschiedenen Bereichen festgemacht werden.

Die Berichterstattung beinhaltet zum größten Teil Sportarten, die von der Marke Red Bull gesponsert werden und dem Image der Marke entsprechen. Im Gegensatz zu anderen Sportmagazinen verzichtet Redbull größtenteils auf sexuell aufgeladene Bilder. In ähnlichen Zeitschriften werden, aufgrund der eindeutigen Orientierung an der männlichen Zielgruppe, vor allem Frauen in sexuell aufgeladenen Bildern dargestellt. Dies ist im Magazin von Red Bull nicht der Fall.

7.6 Stichprobe

Als Untersuchungszeitraum für die quantitative Analyse wird der Zeitraum Juli bis Dezember 2011 festgelegt; er umfasst somit sechs Ausgaben des Magazins. Der Zeitraum wurde gewählt, um die Bildberichterstattung von Sommer- als auch Wintersportarten untersuchen zu können.

Unter Berücksichtigung der in der Codieranleitung festgelegten Voraussetzungen ergibt sich eine Auswahl oder eine Grundgesamtheit von n=231.

7.7 Codieranleitung zu Analysekatogorien

Die Codieranleitung zu den Analysekatogorien wurde teils aus einer bereits bestehenden Untersuchung übernommen, teils durch eigene Kategorien ergänzt.

Forschungsarbeiten, die bei der Erarbeitung der Analysekatogorien und der Codieranleitung zu den Analysekatogorien herangezogen wurden, sind Schleicher (2009) und Kinnebock und Knieper (2008).

Abbildungen müssen einen direkten oder indirekten Bezug zum Sport haben. Abbildungen zu Berichten, die keinen sportlichen Bezug haben, werden nicht in die Stichprobe aufgenommen.

Erläuterung: Sport bzw. sportliche Handlung wird durch folgende Grundsätze festgelegt und orientiert sich an der Definition nach Röthing (2003):

- motorische Aktivitäten, die auf den Erwerb und das Verbessern spez. koordinativer und konditioneller Fähigkeiten abzielen
- in der Regel motorische Handlungen, die im Erreichen bzw. Übertreffen weitgehend künstlich gesteckter Ziele ihren Sinn haben
- einen charakteristischen und verbindlichen Handlungskodex, mit dem sportliche Aktivitäten hinsichtlich der Abläufe, der Organisationsstrukturen und der Handlungsnormen geregelt sind

die künstliche Erzeugung einer Ebene, auf der motorische Aktivitäten von Aspekten des produktiven Nutzhandelns freigesetzt sind und sich überwiegend konsequenzlos, also spielerisch, vollziehen können

Grundsätzlich wird ausschließlich Bildmaterial behandelt, in dem männliche Sportler dargestellt werden. Kann das Geschlecht anhand der Abbildung nicht eindeutig zugeordnet werden, wird der Text als Orientierungshilfe herangezogen.

Zur Analyse werden nur Fotos herangezogen, die eine Mindestgröße von 30 cm² haben.

Pro Abbildung wird ein Analysebogen ausgefüllt. Befinden sich mehrere Sportler auf einer Abbildung, so wird der Sportler ausgewählt, der aufgrund verschiedener Faktoren die höchste Saliency (Auffälligkeit) im Bild besitzt.

Anmerkung zu Saliency:

Die Saliency ergibt sich aus der komplexen Interaktion mehrerer verschiedener Faktoren (vgl. Kress & Leeuwen, 2006, S.202). Für die folgenden Faktoren gilt: je stärker die Ausprägung, desto stärker die Saliency.

Größe - je größer, desto auffälliger

Schärfe des Fokus - je stärker der Kontrast, desto auffälliger

Farbkontrast zwischen Schwarz und Weiß/Rot und Blau/gesättigten und ungesättigten Farben

Platzierung - eher oben und links platzierte Objekte wirken wichtiger

Perspektive - Objekte im Vordergrund sind auffälliger

(vgl. Schleicher, 2009, S.302)

Abbildungen, die den Charakter einer Kollage haben, in denen also mehrere Sportler aus unterschiedlichen Abbildungen ohne gemeinsamen Kontext zusammengebracht wurden, werden nicht gewertet.

Bei der Codierung des Bildmaterials werden bestimmte Merkmale den Kategorien zugeordnet. Für die Bestimmung einer Kategorie zählt der vorherrschende Bildeindruck, den einzelne Aspekte des Bildes beim Betrachter hervorrufen.

Mehrfachnennungen sind möglich, wenn diese im Rahmen der Codieranleitung angegeben werden. Es werden alle zutreffenden Möglichkeiten angekreuzt.

Können keine genauen Angaben zur Fragestellung gemacht werden, da diese nicht ersichtlich ist, so wird diese als „nicht zuzuordnen“ eingestuft.

Ist eine Kategorie nicht angegeben, so wird sie als „nicht zuzuordnen“ klassifiziert.

Sind Fragen mit „Ja“ oder „Nein“ zu beantworten, wird bei der Antwortmöglichkeit „Ja“ die folgende Frage beantwortet, die als eine nähere Erläuterung angesehen werden kann. Wird die Frage mit „Nein“ beantwortet, kann die folgende Frage übersprungen werden.

Portraits (frontale Brustbilder in Augenhöhe) bilden lediglich eine einzelne Person ab. Dies dient als formale Kennzeichnung mit geringem inhaltlichen Bezug. Sie werden nicht behandelt, da sie für die Fragestellungen nicht relevant sind.

Abbildungen, in denen keine Einzelperson identifiziert werden kann (Abbildungen von Menschenmassen), werden nicht gewertet.

A Rahmenbedingungen zum Bildmaterial

A1) Nummer des Fotos _____

Abbildungen werden fortlaufend nummeriert.

A2) Ausgabe _____

Der Erscheinungsmonat wird notiert.

B Männer in Bezug zur Frau

B1) Wird der Sportler auf dem Foto mit einer Frau abgebildet?

Erläuterung: Der Sportler wird mit mindestens einer weiblichen Person abgebildet.
Kinder werden dabei nicht gewertet.

- 0 Ja
- 1 Nein
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung: Als „nicht zuzuordnen“ werden Abbildungen gewertet, in denen die Person, die mit dem Sportler gezeigt wird, keinem Geschlecht zugeordnet werden kann.

B2) Wenn Frage B1 „Ja“ – Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?

Die Rolle der Personen wird anhand des Bildthemas festgelegt. Erkennbar ist dieses anhand der abgebildeten Situation, Interaktion und Beziehungsebene der Personen.

- 0 sportliche Rolle
- 1 familiäre/private Rolle
- 2 bewundernder Fan
- 3 Symbol des Triumphes
- 99 nicht zuzuordnen

sportliche Rolle (Trainingspartner – Gegner im Wettkampf):

Die weibliche Person ist durch Kleidung, Gegenstände und Tätigkeit derselben Sportart zuzuordnen. Die abgebildeten Personen üben dieselbe Sportart aus.

Des Weiteren fallen alle Frauen, die in einem beruflichen Verhältnis zu den Sportlern stehen, in diese Kategorie (Reporterinnen, Visagistinnen, Models, Kellnerinnen etc.).

familiäre Rolle (liebevolle Ehegattin/Freundin, Mutter, Tochter):

Die weibliche Person ist aufgrund von Interaktion mit der abgebildeten Person als Familienmitglied zu identifizieren.

bewundernder Fan:

Durch Gestik, Bildaufbau und/oder Bildinhalt wird Bewunderung für den Sportler zum Ausdruck gebracht.

Symbol des Triumphes

Die weibliche Person wird im Rahmen einer sportlichen Inszenierung an der Seite des Sportlers abgebildet. Sie hat keine Funktion, die im direkten Bezug zur Sportart steht. Erotische Attribute werden durch Kleidung und Make-up hervorgehoben.

Als „nicht zuzuordnen“ werden Abbildungen gewertet, die den vorgegebenen Kategorien nicht entsprechen oder wenn im Bildaufbau kein Bezug von der zu bewertenden Person zu der Frau hergestellt wird.

B3) Wenn Frage B1 „Ja“ – Welche Position nimmt die Frau in der Abbildung ein?

Positionierung der weiblichen Person in der Abbildung:

- 0 am Rand
- 1 eher am Rand
- 2 eher im Zentrum
- 3 im Zentrum
- 99 nicht zuzuordnen

00	000	00
01	111	10
01	222	10
01	232	10
01	222	10
01	111	10
00	000	00

Abbildung 12: Raster zur Festlegung der Position von weiblichen Personen in Abbildungen.

Anmerkung: Die Position einer Person im Bild bezieht sich auf den Informationswert und die damit verbundene Wertschätzung. Das Wesentliche wird dabei im Zentrum platziert und bildet den Kern der Information. Objekte oder Personen am Rand stellen Abhängigkeitsverhältnisse bzw. abhängige Elemente dar (vgl. Kress & Leeuwen, 2006, S.196).

C) Männergruppe

C1) Wird der Sportler mit gruppenfremden Personen dargestellt?

- 0 Ja
- 1 Nein
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung: Wird der Sportler allein abgebildet, so wird dies als „nicht zuzuordnen“ gewertet.

Als gruppenfremde Personen gelten Frauen und Kinder. Die Frage kann mit „Nein“ beantwortet werden, wenn der Sportler mit gruppenhomogenen Geschlechtsgenossen abgebildet wird. Diese müssen durch äußerliche Merkmale oder durch den Bildinhalt eindeutig der gleichen Sportart (Fan, Sportler, Betreuer, Trainer) zugeordnet werden können.

C2) Wenn C1 „Ja“ – Welche gruppenfremden Personen werden dargestellt?

0 Frau(en) mit sportlichem Bezug:

Die weibliche Person ist durch Kleidung und Tätigkeit derselben Sportart zuzuordnen. Die abgebildeten Personen üben dieselbe Sportart aus und/oder sind Fans, Teil des Trainerstabes oder stehen in einem beruflichen Verhältnis zum Sportler.

1 Frau(en) privater Bezug (Ehefrau, Mutter; Freundin):

Die weibliche Person ist durch Interaktion der abgebildeten Personen als Familienmitglied zu identifizieren.

2 Kind(er)

Erläuterung: Es geht hier nicht um das tatsächliche Alter, sondern darum, ob es sich um eine eher jüngere Person handelt. Indikatoren für die Schätzung sind Körpergröße, Gesichtsfalten, Körperhaltung, Körperformen. Entscheidend sind die Erscheinung und Wirkung der Person auf den Betrachtenden (Schleicher, 2009, S. 308).

3 Frau(en) und Kinder

99 Nicht zuzuordnen

Erläuterung: Wird der Sportler allein abgebildet, wird dies als „nicht zuzuordnen“ gewertet. Des Weiteren werden Abbildungen als „nicht zuzuordnen“ gewertet, die den vorgegebenen Kategorien nicht entsprechen oder im Bildaufbau kein Bezug zu der zu bewertenden Person und der Frau hergestellt werden kann.

C3) Wenn C1 „Ja“ – Welche Machtposition nimmt der Sportler in Bezug zur gruppenfremden Person ein?

0 mächtig/höhergestellt/wichtig

1 ohnmächtig/unterwürfig/minderwertig/unwichtig

2 gleichberechtigt/gleichrangig

99 nicht zuzuordnen

Erläuterung:

mächtig/höhergestellt/wichtig:

Im Vordergrund, aufrechte Haltung, Augen sind geradeaus oder abschätzig auf jemand anderen nach unten gerichtet; höhergestellte Position, scharfer Fokus, frontale oder Froschperspektive, aktiv, agierend, handlungsfähig, Überdeckungen.

(vgl. Schleicher, 2009, S.313-314)

ohnmächtig/unterwürfig/minderwertig/unwichtig:

Z.B. gebeugte Körperhaltung, auf den Boden blickend, so dass man die Augen nicht sieht, von oben herab betrachtet (Vogelperspektive), handlungsunfähig (nicht in Bewegung, reagierend), im Hintergrund und unscharf, untere Position, nur ein Körperteil sichtbar. Fokus liegt nicht auf Person als Individuum (Gesicht), sondern auf Körperteilen der Person.

gleichberechtigt/gleichrangig:

Gleiche Distanz zueinander; gleiche Größe; gleiche Orientierung auf horizontaler und vertikaler Achse; einfacher, neutraler Hintergrund; reduzierte oder nicht vorhandene Tiefe; frontaler und objektiver Blickwinkel.

(vgl. Schleicher, 2009, S.313-314)

D) Mann als Einzelkämpfer

D1) Wird der Sportler vereinzelt dargestellt?

0 Ja

1 Nein

99 nicht zuzuordnen

Erläuterung:

Ein stilistisches Mittel zur Erzeugung eines bestimmten Bildeindrucks ist die Gewichtung der unterschiedlichen Bildelemente. Durch die Abbildung einer Person in Bezug zu einer anderen Person oder in einem relativ großen Umfeld wird der Eindruck von Vereinzelung konstruiert. Die Umwelt erscheint dadurch erdrückend groß und hat durch den eingenommenen Bildraum eine höhere Gewichtung.

Die Frage nach der Vereinzelung des Sportlers ist positiv zu beantworten, wenn die Abbildung die folgenden zwei Kriterien erfüllt: Das Verhältnis der Größe der abgebildeten Person zur Bildgröße beträgt mindestens 5:1.

E) Männerkörper

E1) Kann das Foto durch eindeutige Merkmale einem Geschlecht zugeordnet werden?

- 0 Ja
- 1 Nein
- 99 nicht zuzuordnen

Die Frage ist mit „Ja“ zu beantworten, wenn durch Darstellung der Körperstruktur und/oder des Gesichts der Person eine eindeutige geschlechtsspezifische Zuordnung vorgenommen werden kann.

Die Frage ist mit „Nein“ zu beantworten, wenn durch Kleidung und/oder Darstellungsgröße der Person, Gesicht und Körperstruktur so verschleiert sind, dass eine eindeutige Zuordnung nicht möglich ist.

E2) Wenn E1 „Ja“ – Wie stark sind Geschlechtsmerkmale präsent?

- 0 stark männlich
- 1 männlich
- 2 gemischt
- 99 nicht zuzuordnen

Ist eines der Merkmale vorhanden, ist dies als eine stark männliche Darstellung von Geschlechtsmerkmalen zu werten.

Darstellung nackter Oberkörper:

Bildinhalte, die äußerliche männliche Merkmale besonders hervorheben (z.B. Präsentationsgesten).

Ist eines oder sind mehrere der Merkmale vorhanden, ist dies als männliche Darstellung von Geschlechtsmerkmalen zu werten.

Bart

Haare kurz (männlicher Haarschnitt)

Maskuliner Körperbau

Ist ein Merkmal vorhanden, ist dies als gemischte Darstellung von Geschlechtsmerkmalen zu werten.

Haare lang

Femininer Körperbau

F) Geschlechtsstereotypisierung durch Sportartenfokussierung

F1) Welche Sportart wird abgebildet?

Erläuterung: Die Sportart wird gewertet, sobald ein Bezug zur Sportart hergestellt wird (Sportgerät, Kleidung, Sportstätte etc.).

0 Sportarten, in denen direkter körperlicher Kontakt zustande kommt.

Erläuterungen: Dazu zählen alle Mannschaftssportarten und Ballsportarten.

1 Risikoreiche Sportarten

Erläuterung: Sportarten, in denen sich der Sportler in potentiell gefährliche Situationen begibt. Das Risiko, sich durch die Sportarten zu verletzen, ist hoch. Risiko und Gefahr werden einerseits durch die Umgebung, in der die Sportart ausgeführt wird (unter Wasser, Gebirge etc.), andererseits durch Aktionen, die potenzielle Gefahr vermitteln (z.B. Geschwindigkeit), produziert.

2 Individualsportarten mit keinem direkten Körperkontakt

3 Sportart mit ästhetischer, körperbetonter Inszenierung

4 Risikoreiche Individualsportarten mit keinem direkten Körperkontakt

5 Individualsportarten mit keinem direkten Körperkontakt und ästhetischer, körperbetonter Inszenierung

6 Risikoreiche Sportarten mit ästhetischer, körperbetonter Inszenierung

7 Risikoreiche Sportarten mit direktem körperlichen Kontakt

8 andere Sportarten

Erläuterung: Als „andere Sportarten“ werden Abbildungen von Sportarten gewertet, die nicht in die oben genannten Kategorien fallen.

9 „nicht zuzuordnen“

Erläuterung: Als „nicht zuzuordnen“ werden Abbildungen gewertet, die keinen Bezug zwischen Sportler und Sportart herstellen.

G) Darstellung von Emotionen

G1) Wird eine emotionale Regung dargestellt?

- 0 Ja
- 1 Nein
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung: Die Frage wird mit „Nein“ beantwortet, wenn keine emotionale Regung zu erkennen ist. Die Gesichtsmuskulatur ist entspannt, es ist keine emotionale Tendenz ersichtlich (keine Stirnfalten, keine Falten um die Augen- und Mundpartie, die durch Muskelarbeit hervorgerufen wurden) (vgl. Schleicher, 2009, S.314).

Als „nicht zuzuordnen“ werden Abbildungen gewertet, bei denen aufgrund der Unkenntlichkeit des Gesichtes eine Zuordnung nicht möglich ist.

G2) Wenn G1 „Ja“ – Welche emotionale Regung wird dargestellt?

- 0 Trauer
- 1 Freude
- 2 Angst/Sorge
- 3 Zorn/Ärger
- 4 sonstige Emotionen

Erläuterung: Unter „sonstige Emotionen“ werden Abbildungen gewertet, die den anderen Emotionen nicht zuzuordnen sind.

Anmerkung:

Der Ausdruck der Emotionen wird nach der Beschreibung von Ekman (2004) in Anlehnung an das FACS definiert. Die Auswahl der Emotionen wird damit begründet, dass deren Ausdruck nach dem aktuellen Wissensstand als universell gilt.

Erläuterungen: Es müssen mindestens zwei Indikatoren von den definierten Aspekten vorkommen, um die Emotion zu bestimmen (z.B. eine Träne kann auch

eine Freudenträne sein, aber nicht in Kombination mit hängenden Schultern, hinuntergezogenen Mundwinkeln etc.). Wesentlich für die Bestimmung der Emotion ist die Mimik.

Trauer/Verzweiflung:

„Die Augenblicke der Verzweiflung sind durch Auflehnung gekennzeichnet, die der Trauer eher durch Resignation und Hoffnungslosigkeit. Verzweiflung versucht, aktiv mit der Ursache für den Verlust umzugehen, Trauer ist passiver.“

(Ekman, 2004, S.119)

Zusammenfassung: Erhobene Innenseiten der Augenbrauen, leicht gesenkte Oberlider, nach unten weisende Mundwinkel, leicht angehobene Wangen, die zwei Falten von den Nasenflügeln zu den Mundwinkeln bilden.

Augen und Augenbrauen

Die Augen bilden sehr wichtige und zuverlässige Hinweise auf Traurigkeit. Eine Aufwärtsneigung der Augenbraueninnenseiten bildet meist vertikale Falten zwischen den Brauen, wenn sie hoch- und zusammengezogen werden. Beim Weinen werden die Augenbrauen manchmal nach unten und zusammengezogen. Die Stellung der Augenbrauen verzerrt die Oberlider zu einem Dreieck.

Wangen

Wangen sind hochgezogen. Dabei werden die Mundwinkel ebenfalls nach oben gezogen. Es bilden sich Falten, ausgehend von den Nasenflügeln bis zum Mundwinkel. Die Haut unter den Augen wird nach oben geschoben. Die Stirnhaut wird zur Mitte bewegt. Weitere Kennzeichen sind ein gesenkter Blick, der durch gesenkte Oberlider und ein leicht angespanntes Unterlid entsteht.

Mund

Als Hinweis der Trauer ist der Mund heruntergezogen Die Lippen sind horizontal verzerrt. Die Oberlippe ist hochgezogen, die Unterlippe zittert eventuell. Des Weiteren kann der Mund weit geöffnet sein. Der Kinnmuskel wird nach oben gezogen. Die Haut zwischen Kinns Spitze und Unterlippe ist gerunzelt. Ein weiteres Indiz für Trauer ist die nach oben bewegte Unterlippe. Es entsteht der Schmolmund.

Positive Emotionen – Freude (vgl. Ekman, 2004, S.282-293):

Wird Freude ausgedrückt, so zeigt sich dies durch eine Aktivität des Ringmuskels der Augen und des Jochbeinmuskels. Die Augenbrauen und die Haut zwischen Augenlid und Augenbrauen werden nach unten gezogen. Die Kontraktion des Jochbeinmuskels zieht die Mundwinkel nach oben.

Angst und Sorge (vgl. Ekman, 2004, S.225-233):

Augen und Augenbrauen

Der Ausdruck von Angst und Sorge zeigt sich durch nach oben gezogene Augenlider. Die Augenbrauen sind angehoben und werden zur Mitte gezogen. Es bilden sich Falten zwischen den Brauen.

Lippen und Kiefer

Die Lippen sind horizontal verzerrt. Das Kinn ist zurückgeschoben.

Ärger und Zorn (vgl. Ekman, 2004, S.190-198):

Augenlider und Augenbrauen

Der Ausdruck von Ärger und Zorn zeigt sich durch leicht gesenkte, zusammengezogene Augenbrauen. Die Augenlider sind stark angespannt (stechender Blick)

Lippen und Kiefer

Bei Ärger und Zorn sind die Lippen entweder dreieckig geöffnet oder ganz zusammengepresst. Die Lippen werden dabei schmal. Der Kiefer ist nach vorne verschoben

Sonstige Emotion:

Hier ist eindeutig eine Emotion vorhanden. Sie lässt sich aber nicht den universellen Emotionen zuordnen.

Charakterisierung von Personen in Abbildungen:

Da die Eigenschaften einer Person im Rahmen einer Abbildung nur schwer visualisierbar sind, werden diese indirekt dargestellt. Man bedient sich dabei der sogenannten Image-Flächen. Dabei werden bestimmte Gegenstände oder Situationen dargestellt, die mit der Person verbunden werden. Durch die Darstellung mit dem Gegenstand in der Situation werden ein Bezug und eine bestimmte Assoziation hergestellt und Eigenschaften auf den Akteur übertragen (vgl. Mikunda, 1997, S. 33). Man assoziiert z.B. Brillenträger mit Intelligenz und Geschwindigkeit mit Gefährlichkeit oder mit Effizienz.

H) Gefahr und Risiko ist männlich

H1) Werden Situationen oder Gegenstände abgebildet, die Gefahr oder Risiko assoziieren?

- 0 Ja
- 1 Nein
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung:

Die Frage kann positiv beantwortet werden, wenn Situationen dargestellt werden, in denen eine risikoreiche Handlung ausgeführt wird. Vermittelt wird die Gefahr beispielsweise durch die Darstellung von Geschwindigkeit und Höhe, aber auch durch bestimmte Gegenstände, die mit Gefahr und Risiko in Verbindung gebracht werden, wie Waffen, aber auch Sportgeräte (Fallschirm, Rennwagen etc.), die eine Assoziation zu risikoreichen Sportarten herstellen.

I) Harte Männer

I1) Vermittelt der Bildinhalt die Stereotypen Disziplin und Härte?

- 0 Ja
- 1 Nein
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung:

Die Assoziation von Disziplin und Härte wird meist durch die Darstellung situationsbezogener Handlungen hergestellt. Der Akteur wird in einer Situation

dargestellt, die durch große Belastung über einen längeren Zeitraum geprägt ist. Bildinhalt ist meist die Kontrolle des Körpers bzw. der Sieg des Willens über den Körper. Der Sportler ist in der Ausführung der Sportart dargestellt. Häufig ist dies gekoppelt mit der Darstellung des Sportlers in extremer, lebensfremder Umgebung.

Die Frage ist positiv zu bewerten, wenn eines der beiden Kriterien als Darstellung von Belastung gegeben ist:

- Darstellung des Sportlers in lebensfremder Umgebung, die durch Extreme geprägt ist (Wüsten, Hochgebirge, Eiswüsten etc.)
- Darstellung des Sportlers in der Ausführung einer Sportart, die durch längere, dauerhafte Belastung geprägt ist.

I2) Sind Aufgabe, Zusammenbruch, Schwäche oder Niederlage zentrale Themen der Abbildung?

- 0 Ja
- 1 Nein
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung:

Die Frage kann positiv beantwortet werden, wenn folgende Aspekte in der Abbildung vorkommen:

- Sportler ist handlungspassiv (nähere Erläuterung siehe K5)
- gebeugte, labile Körperhaltung
Gesichtsausdruck/Emotion: Trauer, Angst, Sorge (nähere Erläuterung siehe G2)
- Perspektive: Vogelperspektive (high angle)

Erläuterung:

Konstruktion von Machtverhältnissen durch vertikale Perspektive (vgl. Kress und Leeuwen, 2006, S.140):

Durch die Sicht von oben auf die abgebildete Person wird diese auf die darunter liegende Ebene projiziert. Sie wirkt dadurch klein und unbedeutend. Durch die höhere Position des Betrachters, der auf die dargestellte Person herabblickt, wird dieser zum Besitzer der Macht.

J) Umfeld

J1) In welchen Umfeld wird der Sportler abgebildet?

0 berufliches Umfeld

Erläuterung: Als „berufliches Umfeld“ werden Abbildungen gewertet, auf denen der Sportler im unmittelbaren oder weiteren Bereich seines sportlichen Tätigkeitsfeldes gezeigt wird.

1 privates Umfeld

Erläuterung: Als „privates Umfeld“ werden Abbildungen gewertet, in denen keinerlei Bezug zum sportlichen Tätigkeitsfeld hergestellt werden kann.

99 nicht zuzuordnen

Erläuterung:

Das Umfeld wird durch die Kleidung des Akteurs und weiterer abgebildeter Personen bzw. durch Gegenstände/Objekte, die mit dem Akteur und weiteren abgebildeten Personen dargestellt sind, festgelegt.

K) Machtposition des Akteurs

K1) Sind im formalen Bildaufbau Machtpositionierungen zu erkennen?

0 Ja

1 Nein

99 nicht zuzuordnen

Erläuterung: Frage K1 ist mit „Ja“ zu beantworten, wenn formale Bildinhalte eine Konstruktion von Machtverhältnissen zulassen. Eine bestimmte Person wird bewusst durch Position, Fokus etc. hervorgehoben und dadurch bewusst über die mit ihm abgebildeten Personen gestellt (siehe Kapitel 7.7 Codieranleitung zu Analysekatégorien/ Saliénz).

Als negativ werden Einzeldarstellungen gewertet.

K2) Wenn K1 „Ja“ – Welche Machtposition nimmt der Sportler in Bezug zu(r) anderen Person(en) ein?

0 mächtig/höhergestellt/wichtig

1 ohnmächtig/unterwürfig/minderwertig/unwichtig

- 2 gleichberechtigt/gleichrangig
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung: Siehe C3

K3) Welchen Eindruck vermittelt die Körperhaltung des Sportlers?

- 0 dominant/stabil/stark
- 1 scheu/labil/schwach
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung: Bewertet werden Einzeldarstellungen von Personen. Gruppendarstellungen oder Abbildungen, auf der die Körperhaltung nicht zu erkennen ist, werden mit „nicht zuzuordnen“ gewertet. Des Weiteren werden Abbildungen, die den Kategorien nicht entsprechen, bzw. Darstellungen, in denen sich die Person aufgrund einer sportlichen Handlung in einer instabilen Lage befindet, ebenfalls als „nicht zuzuordnen“ bewertet.

Als dominant/stabil/stark werden Abbildungen von Personen mit einer der folgenden Merkmale gewertet:

- Aufrechte, gerade Haltung
- leicht breitbeinige oder gerade Beinstellung
-

Als scheu/labil/schwach werden Abbildungen von Personen mit einer der folgenden Merkmale gewertet:

- nach hinten ausweichende Körperhaltung
- gebeugte Hüfte
- Körperverschlingung
- enger Stand
- abgewinkeltes Spielbein

(vgl. Henly, 1989, S.197)

K4) Wird der Sportler in einer Konfliktsituation dargestellt?

- 0 ja
- 1 nein
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung:

Als Konfliktsituation werden folgende Darstellungen gewertet:

- mindestens zwei Personen
- Personen befinden sich in einer körperlichen (sportlich) oder verbalen Auseinandersetzung

K5) Handlungsaktivität

- 0 handlungsaktiv
- 1 handlungspassiv
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung:

Handlungspassiv:

- Person handelt nicht aktiv, sie zeigt eine Reaktion auf eine Handlung.
- Person ist nicht in Bewegung, ist handlungsunfähig.

Handlungsaktiv:

- Person agiert aktiv beziehungsweise initiiert eine Bewegung.
- Person ist in Bewegung, ist handlungsfähig.

K6) Perspektive

- 0 Vogelperspektive/high angle
- 1 Kavalierperspektive
- 2 Zentralperspektive/eye angle
- 3 Froschperspektive/low angle
- 99 nicht zuzuordnen

Erläuterung:

Zur Bestimmung des Blickwinkels werden die Fluchtpunkte des Bildes herangezogen. Diese ermöglichen eine Rekonstruktion des Kamerastandpunktes.

Vogelperspektive: Die Fluchtpunkte und der rekonstruierte Standpunkt des Fotografen befinden sich außerhalb der oberen horizontalen Bildgrenzen.

Kavalierperspektive: Befinden sich die Fluchtpunkte außerhalb der oberen horizontalen Bildgrenzen und der rekonstruierte Standpunkt des Fotografen innerhalb der oberen horizontalen Bildgrenzen, so handelt es sich eher um eine Vogelperspektive.

Eye angle/Zentralperspektive: Die Fluchtpunkte befinden sich gerade noch innerhalb der horizontalen Bildgrenzen, können aber außerhalb der vertikalen Grenzen liegen. Wenn lediglich ein Fluchtpunkt existiert, handelt es sich um eine Frontal- oder Zentralperspektive, je nachdem, ob der Fluchtpunkt innerhalb der horizontalen oder der vertikalen Grenzen liegt.

Froschperspektive: Die Fluchtpunkte liegen außerhalb der unteren horizontalen Bildgrenzen und der rekonstruierte Standpunkt des Fotografen befindet sich ebenso außerhalb der unteren horizontalen Bildgrenzen.

(Schleicher, 2009, S.301)

8. Ergebnisdarstellung der empirischen Untersuchung

8.1 Grundgesamtheit allgemein

Im Rahmen der empirischen Auseinandersetzung wurden 231 Abbildungen untersucht (Grundgesamtheit n=231). Das Bildmaterial besteht aus den Abbildungen des Magazins „The RedBulletin“ im Zeitraum Juli bis Dezember 2011. Die Auswahl des Bildmaterials orientiert sich an den Kriterien, die im Rahmen der Codieranleitung zu den Analysekatoren (Kapitel 3.2) festgelegt wurden.

8.2 Überprüfung der Grundannahmen – Interpretation

8.2.1 Männer im Vergleich zu Frauen

Die Grundannahme der Kategorie „Männer im Vergleich zu Frauen“ ist, dass sich der Mann durch sein Verhältnis und den Bezug zum anderen Geschlecht definiert. Diese stützt sich auf eine Aussage von Brandes, die besagt, dass ein zentraler Aspekt des männlichen Habitus das Verhältnis zur Frau ist (vgl. Brandes, 2001, S. 47). Betrachtet man die Grundgesamtheit der Abbildungen, die zur Untersuchung herangezogen werden konnten, also die die Grundvoraussetzung erfüllt und beide Geschlechter auf einer Abbildung gezeigt haben, so ist diese mit n=29 relativ gering. Dies sind 12,6% des gesamten Bildmaterials. Männliche Sportler werden also eher selten mit weiblichen Personen abgebildet.

Wird auf dem Foto der Sportler mit einer Frau abgebildet?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Ja	29	12,6	13,1
	Nein	193	83,5	86,9
	Gesamt	222	96,1	100,0
Fehlend	99	9	3,9	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 5: Häufigkeit – Gemeinsame Abbildungen von männlichen Sportlern und weiblichen Personen

In 50% (n=28) der Abbildungen, die beide Geschlechter zeigen, nehmen Frauen die gleiche Rolle wie der abgebildete Sportler ein und werden in Bezug zum Tätigkeitsfeld des Sportlers gesetzt. Keinesfalls kann jedoch der Schluss gezogen werden, dass Männer Frauen als gleichwertige PartnerInnen in seinem Tätigkeitsfeld

anerkennen, also sich als gleichwertig in Bezug zur Frau präsentieren. Dies zeigt die Tabelle 11, welche die Machtposition der Sportler gegenüber gruppenfremden Personen zeigt. Frauen werden eher als Randfiguren dargestellt, die zum Erfolg des Sportlers in nicht allzu großem Maße beitragen oder ihn bejubeln. Tabelle 3 zeigt, dass in lediglich zwei Abbildung, Frauen in sportlicher Rolledargestellt werden und im Zentrum der Abbildung stehen. Auffällig gering war die Darstellung von Frauen mit familiärer Rolle. In lediglich 2 der 28 (=14,3%) Abbildungen wird ein Bezug zur Familie hergestellt.

Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	sportliche Rolle	14	6,1	50,0
	familiäre / private Rolle	2	,9	7,1
	bewundernder Fan	8	3,5	28,6
	Symbol des Triumphes	4	1,7	14,3
	Gesamt	28	12,1	100,0
Fehlend	99	203	87,9	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 6: Häufigkeit – Dargestellte Rollen von weiblichen Personen.

Zusammenfassung:

Der Mann im Sport positioniert sich deutlich über dem anderen Geschlecht. Ein Bezug zur Familie, eine Positionierung als Familienvater ist so gut wie nicht vorhanden.

Mit Bezug auf Tabelle 6 kann die Grundannahme G2 *„Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so werden diese eher in familiärer als in sportlicher, beruflicher Rolle dargestellt.“* nicht bestätigt werden. In 50% (n=28) der Darstellungen werden Frauen in sportlichen Rollen abgebildet. In 42,9% (n=28) der Darstellungen werden Frauen als „Symbole des Triumphs“ oder als „bewundernder Fans“ zusammen mit dem Sportler gezeigt. Diese können eher als abwertende Darstellungen gesehen werden. Der Schluss, dass Frauen im sportlichen Bereich eher als gleichwertig angesehen werden und dass sich der Mann auf gleicher Augenhöhe positioniert, scheint damit nicht zulässig. Dies zeigen die geringe Anzahl der gemeinsamen Darstellungen und die Wertschätzungen der unterschiedlichen Rollen, die durch die Positionierung im Bild zum Ausdruck gebracht werden (siehe Tabelle 3). Des Weiteren ist in Tabelle 8 zu erkennen, dass auf Abbildungen, in denen beide Geschlechter abgebildet sind und die Frau in

sportlichen Rollen dargestellt wird, also eher gleichwertig gesetzt ist, der Sportler in 57,1% (n=14) der Abbildungen eine mächtigere/höhergestellte/wichtigere Position einnimmt. Die Tabelle 7 zeigt ebenfalls die Geringschätzung der Frau, die sich in den Abbildungen durch ihre Positionierung widerspiegelt. In lediglich 14,3% (n=14) der Abbildungen, in denen weibliche Personen in sportlicher Rolle gezeigt werden, steht diese im Zentrum der Abbildung. 42,9% (n=14) zeigen die weibliche Person eher am Rand in einer Position, die als unwichtig zu werten ist.

Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein? * Positionierung von weiblichen Personen in der Abbildung. Kreuztabelle

			Positionierung von weiblichen Personen in der Abbildung.					Gesamt
			am Rand	eher am Rand	eher im Zentrum	im Zentrum	99	
Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	sportliche Rolle	Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?		6 42,9%	4 28,6%	2 14,3%	2 14,3%	14 100,0%
	familiäre / private Rolle	Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	1 50,0%		1 50,0%			2 100,0%
	bewundernder Fan	Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	5 62,5%		3 37,5%			8 100,0%
	Symbol des Triumphes	Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?			4 100,0%			4 100,0%
Gesamt		Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	6 21,4%	6 21,4%	12 42,9%	2 7,1%	2 7,1%	28 100,0%

Tabelle 7: Kreuztabelle – Positionierung von weiblichen Personen im Bild/ Dargestellte Rolle von weiblichen Personen in der Abbildung

Es kann folgende Hypothese aufgestellt werden:

Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so werden diese eher in sportlichem/beruflichem Bezug dargestellt. Eine Darstellung als „bewundernde/r Fan/s“ und „Symbol/e des Triumphs“ kommt eher seltener vor.

Die Grundannahme G3: „Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so werden diese eher als „bewundernde/r Fan/s“ und „Symbol/e des Triumphs“ dargestellt als in Form gleichgestellter Akteurinnen in einer sportlichen Rolle.“ kann nicht bestätigt werden. Laut Tabelle 2 werden in lediglich 7,1% (n=28) der Darstellungen Frauen in familiärer Rolle gezeigt und somit ein familiärer Bezug zum Sportler hergestellt. Hingegen sind in 50% (n=28) der Darstellungen zumindest indirekte sportliche Bezüge erkennbar. Damit positioniert sich der Sportler außerhalb der Familie. Alte männliche Stereotype, wie die Trennung der Lebensbereiche der Geschlechter, werden gefestigt. Es kann folgende Hypothese aufgestellt werden:

Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so werden diese eher in familiärem als in sportlichem, beruflichem Bezug dargestellt.

**Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein? * Welche Machtposition nimmt der abgebildete Sportler in der Gruppe ein?
Kreuztabelle**

			Welche Machtposition nimmt der abgebildete Sportler in der Gruppe ein?			Gesamt
			Mächtig/ höhergestellt/ wichtig	Ohnmächtig/ unterwürfig/ minderwertig/ unwichtig	Gleichberechtigt/ Gleichrangig	
Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	sportliche Rolle	Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	8 57,1%	1 7,1%	5 35,7%	14 100,0%
	familiäre / private Rolle	Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	1 50,0%		1 50,0%	2 100,0%
	bewundernder Fan	Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	6 75,0%	1 12,5%	1 12,5%	8 100,0%
	Symbol des Triumphes	Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	1 25,0%	1 25,0%	2 50,0%	4 100,0%
Gesamt		Anzahl % von Welche Rolle nimmt die weibliche Person im Bild ein?	16 57,1%	3 10,7%	9 32,1%	28 100,0%

Tabelle 8: Kreuztabelle – Rollendarstellungen von weiblichen Personen/Machtposition des Sportlers

Die Grundannahme G4: „Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so wird/werden diese eher als „bewundernde/r Fan/s“ und „Symbol des Triumphs“ dargestellt, als dass sie in familiärer Rolle dargestellt wird/werden“ kann bestätigt werden. In lediglich 7,1% (n=28) der Abbildungen werden Frauen in familiären Rollen gezeigt und somit ein familiärer Bezug hergestellt. Im Vergleich dazu werden in 42,9% (n=28) Frauen als „bewundernde/r Fan/s“ und „Symbol/e des Triumphs“ dargestellt. Im Rahmen der Darstellungen werden die unterschiedlichen Machtpositionierungen zwischen den Geschlechtern produziert und die hegemoniale Positionierung des Mannes wird somit gefestigt. Die Grundannahme G4 kann als Hypothese übernommen werden.

Durch die Tabelle 11 ist zu erkennen, dass der abgebildete Sportler in 65,7% (n=35) der analysierten Abbildungen eine höhergestellte Machtposition als die mit ihm dargestellte Frau innehat. Die Grundannahme G5 „Wird der Sportler mit einer oder mehreren weiblichen Personen abgebildet, so nimmt der Sportler meistens eine

höhergestellte Machtposition ein.“ kann daher bestätigt werden. Unterstützt wird die Grundannahme durch die Tabelle 9, die die Positionierung und die damit verbundene Machtposition im Bild widerspiegelt. Die Grundannahme G5 kann als Hypothese übernommen werden.

Positionierung von weiblichen Personen in der Abbildung.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig am Rand	7	3,0	3,0
eher am Rand	7	3,0	3,0
eher im Zentrum	12	5,2	5,2
im Zentrum	2	,9	,9
99	203	87,9	87,9
Gesamt	231	100,0	100,0

Tabelle 9: Häufigkeit - Positionierung von weiblichen Personen in der Abbildung.

8.2.2 Männergruppe

Im Rahmen der Kategorie „Männergruppe“ soll untersucht werden, ob es durch eine homogene, geschlechtsspezifische Darstellung zur Stärkung der eigenen Gruppe kommt. Die Erkenntnisse aus der empirischen Untersuchung sind in Tabelle 10 zu zusammengefasst. Diese zeigt, dass männliche Sportler hauptsächlich in homogenen Gruppen abgebildet werden. In 84,4% (n=224) der Abbildungen sind gruppenhomogene männliche Personen mit sportlichem Bezug dargestellt. Lediglich in 15,6% (n=224) der Darstellungen sind gruppenfremde Personen mit dem männlichen Sportler abgebildet. Der männliche, hegemoniale Machtanspruch zeigt sich im Bezug, in den der Sportler gesetzt wird. In Darstellungen mit gruppenfremden Personen nimmt der männliche Sportler in 65,7% (n=196) eine höhere Machtposition ein. In nur 25,7% (n=196) werden Sportler und gruppenfremde Personen, wie Frauen oder Kinder, als gleichwertig oder neutral dargestellt. Darstellungen, in denen der Sportler eine schwächere Position als die gruppenfremde Person einnimmt, sind so gut wie nicht existent (8,6%).

Die formulierte Grundannahme G6 *“Männliche Sportler werden eher mit gruppenhomogenen Geschlechtsgenossen als mit gruppenfremden Personen dargestellt.”* kann bestätigt werden.

Aufgrund der empirischen Untersuchung kann gesagt werden, dass männliche Sportler im Rahmen der bildlichen Darstellung eher in homogenen Gruppen abgebildet werden. Dadurch kommt es zu einer Stärkung der untersuchten

Gruppe. Das Medium Sportmagazin trägt laut den erhobenen Daten zur Stärkung des männlichen Machtanspruchs bei. Die Grundannahme G6 wird als Hypothese übernommen.

Die Grundannahme G7 „Wird ein männlicher Sportler mit einer gruppenfremden Person abgebildet, so nimmt er meist eine mächtigere, höhergestellte, wichtigere Position ein“ kann ebenfalls bestätigt werden. Die Tabelle 11 zeigt, dass in 65,7% (n=35) Männer in höhergestellter Machtposition dargestellt werden. Es zeigt sich, dass die männlichen Sportler lediglich in 25,7% (n=35) gleichwertig gezeigt werden. Eine Positionierung der männlichen Sportler, die als ohnmächtig, unterwürfig, minderwertig oder unwichtig bezeichnet werden kann, ist mit 8,6% (n=35) eher selten zu finden. Die Grundannahme G7 kann als Hypothese übernommen werden.

Wird der Sportler mit gruppenfremden Personen dargestellt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Ja	35	15,2	15,6
	Nein	189	81,8	84,4
	Gesamt	224	97,0	100,0
Fehlend	99	7	3,0	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 10: Häufigkeit – Darstellung des Sportlers mit gruppenfremden Personen.

Welche Machtposition nimmt der abgebildete Sportler in der Gruppe ein?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	mächtig/ höhergestellt/ wichtig	23	10,0	65,7
	ohnmächtig/ unterwürfig/ minderwertig/ unwichtig	3	1,3	8,6
	gleichberechtigt/ gleichrangig	9	3,9	25,7
	Gesamt	35	15,2	100,0
Fehlend	99	196	84,8	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 11: Häufigkeit – Machtposition des Sportlers in der Gruppe.

8.2.3 Mann als Einzelkämpfer

Die Kategorie „Mann als Einzelkämpfer“ untersucht direkt bestimmte männliche Stereotype, die durch eine vereinzelt Darstellung produziert werden. Die vereinzelt

Darstellung des Sportlers vermittelt Unabhängigkeit, Kompetenz, Zielstrebigkeit und Selbstvertrauen.

Aus den Erhebungen (Tabelle 12) geht hervor, dass in 25,5% (n=231) der Abbildungen männliche Sportler vereinzelt dargestellt werden. Man kann daher durchaus von einer Häufung einer bestimmten Darstellungsweise von männlichen Sportlern sprechen. Durch diese Häufung wird der Mann im Sport mit bestimmten Attributen in Verbindung gebracht. Durch eine oftmals einseitige Darstellung werden die Attribute gefestigt und ein bestimmtes Bild von Männlichkeit wird konstruiert. In unserem Fall sind dies klassische männliche Stereotype wie Unabhängigkeit, Kompetenz, Zielstrebigkeit und Selbstvertrauen.

Die Grundannahme G8 *„Im Rahmen der bildlichen Darstellung werden männliche Sportler eher vereinzelt dargestellt.“* kann daher bestätigt und als Hypothese übernommen werden.

Wird der Sportler vereinzelt dargestellt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Ja	59	25,5	25,5
	Nein	172	74,5	74,5
	Gesamt	231	100,0	100,0

Tabelle 12: Häufigkeit – Vereinzelt Darstellung des Sportlers.

8.2.4 Männerkörper

In dieser Kategorie wird der Blick auf den Körper gelegt, der die offensichtlichsten Unterscheidungsmerkmale der Geschlechter aufweist. Er wird als stärkstes Argument und Rechtfertigung für die gesellschaftlich konstruierten Geschlechtsunterschiede herangezogen. Es kann gesagt werden, dass, je stärker sich die Abbildungen auf den Körper bzw. auf dessen offensichtliche Unterschiede konzentrieren, desto intensiver die Rechtfertigung der gesellschaftlich konstruierten Unterschiede mitgetragen wird. Andererseits sind Darstellungen, in denen offensichtliche Geschlechtsmerkmale im Hintergrund stehen, nicht erkennbar oder nicht eindeutig erkennbar sind, als Verstärkung der Tendenz zu sehen, die sich gegen das Argument des naturgegebenen Unterschieds der Geschlechter wendet oder dieses zumindest entkräftet.

Im Rahmen der quantitativen Bildinhaltsanalyse wurde zunächst untersucht, ob eine eindeutige Zuordnung zu einem Geschlecht möglich ist oder nicht. In Tabelle 13 ist ersichtlich, dass 33,3% (n=231) der Bilder keine eindeutige Einordnung zulassen. Durch eine relativ geringe Darstellungsgröße, Sportanzüge oder andere Gegebenheiten wird das Geschlecht der Person verschleiert. Es tritt in den Hintergrund. Die allgegenwärtige Einordnung in männlich oder weiblich wird aufgehoben. Bei einem Drittel der Abbildungen ist dies der Fall. Es kann also gesagt werden, dass im Rahmen der Abbildungen Inhalte, Werte und Eigenschaften zu einem großen Teil vom Geschlecht abgekoppelt werden. Die abgebildete geschlechtslose Person steht über den Geschlechtskategorien und repräsentiert den Menschen an sich. Durch eine Häufung dieser Darstellungsart wird eine der wichtigsten Kategoriensysteme entkräftet und relativiert. Die Grundannahme G8 „Die abgebildeten Personen sind immer eindeutig einem Geschlecht zuzuordnen.“ kann nicht bestätigt werden. Folgende Hypothese wird formuliert: *Die abgebildeten Personen sind häufig nicht eindeutig einem Geschlecht zuzuordnen.*

In einem weiteren Schritt wurde untersucht, ob und wie stark bestimmte Geschlechtsmerkmale vorhanden sind und ob die Abbildungen des untersuchten Magazins durch eine eindeutige Trennung von männlichen und weiblichen Merkmalen zu einer Verfestigung beitragen oder ob es durch eine Vermischung der Merkmale zu einer Relativierung der Kategorie Geschlecht kommt. Die Vermischung der Geschlechtsmerkmale hätte direkte Auswirkung auf die geschlechtsspezifischen Stereotype, da diese die eindeutige Zuordnung von Personen an ein Geschlecht voraussetzen. Die Überhöhung von Geschlechtsmerkmalen hat eine gegengesetzte Wirkung. Sie verfestigt die strikte Festlegung und die Trennung der Geschlechter und die damit verbundenen Stereotype. Das Ergebnis der Untersuchungen (Tabelle 14) auf diesem Gebiet zeigt, dass weder eine übermäßige Vermischung noch eine übermäßige Überhöhung der Geschlechtsmerkmale besteht. Lediglich eine Abbildung aus der Grundgesamtheit n=156 kann als „gemischt“ gewertet werden. Im Gegensatz dazu sind ebenfalls wenige Abbildungen vorhanden (7,1%), die als stark männlich zu werten wären. Der Großteil von 92,3% (n=156) kann als „männlich“ gewertet werden. Die Geschlechtsmerkmale sind eindeutig und werden überhöht oder gemischt dargestellt. Die Grundannahme G10 „Die Geschlechtsmerkmale werden eher „stark männlich“ und „männlich“ als „gemischt“ dargestellt.“ muss verworfen werden. Es kann folgende Hypothese aufgestellt werden:

Die Geschlechtsmerkmale werden eher „stark männlich“ und „männlich“ als „gemischt“ dargestellt.

Kann das Foto durch eindeutige Merkmale einem Geschlecht zugeordnet werden?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig Ja	154	66,7	66,7
Nein	77	33,3	33,3
Gesamt	231	100,0	100,0

Tabelle 13: Häufigkeit – Eindeutige Zuordnung bezüglich des Geschlechts.

Wie stark sind Geschlechtsmerkmale präsent?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig stark männlich	11	4,8	7,1
männlich	144	62,3	92,3
gemischt	1	,4	,6
Gesamt	156	67,5	100,0
Fehlend	99	75	32,5
Gesamt	231	100,0	

Tabelle 14: Häufigkeit – Präsenz der Geschlechtsmerkmale der abgebildeten Personen.

8.2.5 Geschlechtsstereotypisierung durch Sportartenfokussierung

Untersuchungen in der Kategorie „Geschlechtsstereotypisierung durch Sportartenfokussierung“ sollen zeigen, ob männliche Sportler immer wieder in bestimmten Sportarten dargestellt werden. Durch diese einseitige Darstellung kann es zu einer Anbindung des Charakters der Sportart an das Geschlecht kommen. Werden männliche Sportler also eher in risikoreichen Sportarten dargestellt, so werden männliche Stereotype wie Risikobereitschaft, Abenteuerlust und Selbstbewusstsein gefestigt. Als Sportarten, die eher männlich besetzt sind, also als männlich charakterisiert werden und männliche Stereotype verfestigen, wurden folgende Sportarten festgelegt:

- Sportarten mit direktem Körperkontakt
- risikoreiche Sportarten

Folgende Sportarten wurden eher als weiblich besetzt definiert:

- Individualsportarten ohne direkten Körperkontakt
- Sportarten mit ästhetischer, körperbetonter Inszenierung

Die Kategorisierung in Sportarten mit eher männlichen und eher weiblichen Charaktereigenschaften bezieht sich auf die Ausführungen Rulofs (2010).

Die Ergebnisse der Untersuchungen (Tabelle 15) zeigen Folgendes. Ein Großteil der männlichen Sportler (66,1% (n=224) wird in Sportarten abgebildet, die als „risikoreiche Individualsportarten ohne direkten Körperkontakt“ eingestuft werden können. Obwohl die Komponenten ausgeglichen scheinen (risikoreich als männlich definiert und Individualsportart ohne Körperkontakt als weiblich), ist es nicht zulässig, von einer Durchmischung der Sportarten zu reden, die mit einer Aufweichung von männlichen Stereotypen einhergeht. Obwohl die Individualsportarten ohne direkten Körperkontakt von Rulofs als weiblich charakterisiert werden, so sind diese in den Abbildungen mit eindeutig männlichen Stereotypen überformt worden. Individualsportarten vermitteln in den untersuchten Abbildungen Disziplin, Härte, Durchsetzungskraft, Rücksichtslosigkeit gegen sich selbst und Ehrgeiz. Dies sind althergebrachte männliche Stereotype.



Beispiel: Darstellung eines männlichen Sportlers mit Risiko und Gefahr als zentralem Bildinhalt (Bildquelle: „The RedBulletin“, 2012/10, S.8).

Die Untersuchungen zeigen zudem, dass Sportarten, die als risikoreich bezeichnet werden können, 76,3% (n=224) der dargestellten Sportarten ausmachen (zusammengesetzt aus den Kategorien „risikoreiche Sportarten“ mit 2,2%, „risikoreiche Sportarten ohne direkten Körperkontakt“ mit 66,1% und „risikoreiche Sportarten mit direktem Körperkontakt“ mit 8%). Sportarten, die laut Rulofs (2010)

eher als weiblich bezeichnet werden, wie Sportarten mit körperbetonter, ästhetischer Inszenierung, sind mit 7,6% (n=224) eher selten vertreten.

Die Grundannahme G11 „Männliche Sportler werden häufiger in der Ausübung von risikoreichen Sportarten und/oder mit direktem, körperlichem Kontakt als in Individualsportarten und/oder Sportarten mit ästhetischer, körperbetonter Inszenierung dargestellt.“ kann nur teilweise bestätigt werden. Aus den Erkenntnissen der Erhebung kann folgende Hypothese gebildet werden:

Männliche Sportler werden häufig in der Ausübung von Sportarten dargestellt, die männliche Stereotype kommunizieren.

Tabelle 15: Häufigkeit – Sportarten.

Welche Sportart wird abgebildet?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Sportarten mit direkten Körperkontakt	4	1,7	1,8
	risikoreiche Sportarten	5	2,2	2,2
	Individualsportarten mit keinen direkten Körperkontakt	25	10,8	11,2
	Sportart mit ästhetische körperbetonter Inszenierung	17	7,4	7,6
	Risikoreiche Individualsportarten mit keinen direkten Körper	148	64,1	66,1
	Risikoreiche Sportarten mit direkten körperlichen Kontakt	18	7,8	8,0
	andere Sportarten	7	3,0	3,1
	Gesamt	224	97,0	100,0
Fehlend	99	7	3,0	
Gesamt		231	100,0	

8.2.6 Darstellung von Emotionen

In der Kategorie „Darstellung von Emotionen“ wird untersucht, ob Sportler tendenziell gefühlslos oder in bestimmten emotionalen Situationen dargestellt werden. Bierhoff-Alfermann (1983) und Bachmann (1998) definieren Emotionslosigkeit als männliches Stereotyp. Des Weiteren werden die Gefühlsregungen Wut, Ärger und Stress von den Autoren zu den männlichen Stereotypen gezählt. Es wurde untersucht, in welcher Gefühlslage die männlichen Sportler dargestellt werden und ob männliche Stereotype durch eine einseitige Darstellung bestätigt werden.

Tabelle 16 zeigt, dass in 44,7% (n=150) keine emotionale Regung zu erkennen ist. Ein derart hoher Anteil an emotionsloser Darstellung von Sportlern hängt mit den Situationen, in denen die Sportler dargestellt werden, zusammen. Die Sportler werden meist in der Ausübung ihrer Sportart gezeigt. Die Folge ist meist ein Gesichtsausdruck, der als eher emotionslos gewertet wird oder nicht klar zuzuordnen ist. Die Grundannahme G12 *„Männliche Sportler werden eher emotionslos dargestellt.“* kann bestätigt und als Hypothese übernommen werden.

Wird eine emotionale Regung dargestellt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Ja	83	35,9	55,3
	Nein	67	29,0	44,7
	Gesamt	150	64,9	100,0
Fehlend	99	81	35,1	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 16: Häufigkeit – Darstellung einer emotionalen Regung.

In Bezug auf die stereotypen emotionalen Darstellungen wurde zusätzlich untersucht, ob es einseitige emotionale Darstellungen gibt und ob Männlichkeit mit bestimmten Gefühlen besetzt wird. Die Analyse des Bildmaterials wie in, Tabelle 17 ersichtlich, dass als typisch männlich geltende Emotionen nicht gehäuft vorkommen. Lediglich 6,2% (n=81) der Emotionen können als Ausdruck von Sorge und Angst gewertet werden. 7,4% (N=81) können als Regung gewertet werden, die Zorn und Ärger ausdrückt. Die am häufigsten dargestellte Emotion bei männlichen Sportlern ist mit 51,9% (n=81) die Freude. Damit wirken die Darstellungen männlichen Stereotypen entgegen. Die Grundannahme G12 *„Werden Emotionen dargestellt, so sind dies in erster Linie Wut, Ärger und Zorn.“* kann verworfen werden. Es lässt sich folgende Hypothese formulieren:

Werden Sportler in einer emotionalen Regung dargestellt, so ist diese meist Freude.

Welche emotionale Regung wird dargestellt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Freude	42	18,2	51,9
	Angst / Sorge	5	2,2	6,2
	Zorn/Ärger	6	2,6	7,4
	sonstige Emotionen	28	12,1	34,6
	Gesamt	81	35,1	100,0
Fehlend	99	150	64,9	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 17: Häufigkeit unterschiedlicher emotionaler Regungen.

8.2.7 Gefahr und Risiko

Laut Bierhoff-Alfermann (1983) und Bachmann (1998) ist Risikofreude bzw. Abenteuerlust eines der klassischen männlichen Stereotype. Im Rahmen der Kategorie „Gefahr und Risiko“ wird untersucht, ob in den Abbildungen männliche Sportler häufig in risikoreichen Situationen gezeigt werden und somit Männlichkeit mit Gefahr und Risiko in Verbindung gebracht wird.

Tabelle 18 zeigt, dass 46,8% (n=231) Situationen darstellen, in denen sich der Sportler einem gewissen Risiko aussetzt, oder dass mit ihm Gegenstände abgebildet sind, die Gefahr oder Risiko assoziieren. Die Tabelle 15 aus der Kategorie „Geschlechterspezifische Sportarten“ bestätigt diese Aussage. Sie besagt, dass 76,3% (n=224) aller abgebildeten Sportarten als risikoreich bezeichnet werden können (zusammengesetzt aus den Kategorien „risikoreiche Sportarten“ mit 2,2%, „risikoreiche Sportarten ohne direkten Körperkontakt“ mit 66,1% und „risikoreiche Sportarten mit direktem Körperkontakt“ mit 8%).

Die Grundannahme G13 „Im Rahmen der bildlichen Darstellung werden männliche Sportler häufig mit Gefahr und Risiko in Verbindung gebracht.“ kann bestätigt und als Hypothese übernommen werden.

Werden Situationen oder Gegenstände abgebildet, die Gefahr oder Risiko assoziiert?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Ja	108	46,8	46,8
	Nein	123	53,2	53,2
	Gesamt	231	100,0	100,0

Tabelle 18: Häufigkeit –Darstellung von männlichen Sportlern in Abbildungen mit der Assoziation von Gefahr und Risiko.

8.2.8 Harte Männer

„Kommt es zu einer Häufung bestimmter, geschlechtsspezifischer Stereotype wie Disziplin und Härte?“ ist die grundlegende Fragestellung der Kategorie „Harte Männer“. In der Analyse wurde konkret nach Bildinhalten gesucht, die den Sportler in Situationen zeigen, die diese Werte vermitteln. Tabelle 19 zeigt, dass lediglich in 15,6% (n=230) der Darstellungen Disziplin und Härte kommuniziert werden. Die Grundannahme G15 „Im Rahmen der bildlichen Darstellung werden männliche Sportler häufig mit Disziplin und Härte in Verbindung gebracht.“ muss verworfen werden. Es konnte keine Häufung von Bildinhalten wie Disziplin und Härte in Bezug auf das männliche Geschlecht gefunden werden. Es kann folgende Hypothese formuliert werden:

Im Rahmen der bildlichen Darstellung kommt es zu keiner Häufung von Bildinhalten wie Disziplin und Härte in Bezug auf männliche Sportler.

/ermittelt der Bildinhalt die Stereotypen Disziplin und Härte?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Ja	36	15,6	15,7
	Nein	194	84,0	84,3
	Gesamt	230	99,6	100,0
Fehlend	99	1	,4	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 19: Häufigkeit – Abbildungen von männlichen Sportlern in Verbindung mit den Stereotypen Disziplin und Härte.

Die weiterführende Fragestellung der Kategorie beschäftigt sich mit dem Bezug zur Männlichkeit und der Darstellung von Schwäche und Verletzlichkeit. Die Untersuchung (Tabelle 20) zeigt, dass in lediglich 4,3% der Abbildungen Aufgabe, Zusammenbruch, Schwäche oder Niederlage zentrale Bildinhalte der Abbildungen sind. Die Grundannahme G15 *„Darstellungen von Sportlern, die Aufgabe, Zusammenbruch, Schwäche oder Niederlage vermitteln, sind eher selten.“* kann bestätigt und als Hypothese übernommen werden.

Sind Aufgabe, Zusammenbruch, Schwäche oder Niederlage

		Thema der Abbildung?		
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Ja	10	4,3	4,3
	Nein	221	95,7	95,7
	Gesamt	231	100,0	100,0

Tabelle 20: Häufigkeit – Abbildungen von männlichen Sportlern mit den Bildinhalten Aufgabe, Zusammenbruch, Schwäche oder Niederlage.

8.2.9 Umfeld

Die Trennung der Lebensbereiche ist ein grundlegender Aspekt für eine Zuschreibung von Eigenschaften an die Geschlechter. Durch die unterschiedlichen Tätigkeitsfelder wurden den Geschlechtern unterschiedliche Fähigkeiten zuerkannt, die für diese benötigt wurden. Der Mann wurde klar dem beruflichen Bereich zugeteilt. In der Kategorie „Umfeld“ soll untersucht werden, ob durch eine gehäufte Darstellung des Sportlers im beruflichen Umfeld diese Trennung der Lebensbereiche gefestigt wird.

Das untersuchte Bildmaterial, dargestellt in Tabelle 21 zeigt, dass der Sportler in fast allen Abbildungen im Rahmen seiner beruflichen Tätigkeiten gezeigt wird. In 97% (n=228) wird der Mann im beruflichen Umfeld dargestellt. Lediglich 2,6% (n=228) zeigen den Sportler im privaten oder familiären Umfeld. Durch die einseitige Darstellungsweise trägt das Magazin zur Aufrechterhaltung der Trennung der Lebensbereiche der Geschlechter bei und verstärkt die damit in Verbindung zu bringenden Stereotype. Die Grundannahme G17 *„Der Sportler wird ausschließlich im*

beruflichen Umfeld abgebildet.“ kann bestätigt und als Hypothese übernommen werden.

In welchen Umfeld wird der Sportler abgebildet?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	berufliches Umfeld	222	96,1	97,4
	privates Umfeld	6	2,6	2,6
	Gesamt	228	98,7	100,0
Fehlend	99	3	1,3	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 21: Häufigkeit – Darstellungen vom Umfeld des Sportlers.

8.2.10 Machtpositionen

Im Rahmen der Kategorie „Machtpositionen“ soll untersucht werden, ob durch unterschiedliche Darstellungsformen im Rahmen der Abbildung Machtpositionen konstruiert werden. Die Zuschreibung von Macht kann durch unterschiedlichste Aspekte im Bild kommuniziert werden. Im Rahmen der Analyse des Bildmaterials wurden folgende Aspekte in Bezug auf die Konstruktion von Macht im Rahmen der bildlichen Darstellung untersucht:

- Machtpositionen im formalen Bildaufbau
- Körperhaltung
- Darstellung von Handlungsaktivität
- Perspektive

Durch eine oftmals einseitige Darstellung von Sportlern in Machtpositionen werden der Sportler und somit auch der Mann mit Kraft, Stärke und Macht in Verbindung gebracht. Damit werden einerseits bestimmte Stereotype wie Dominanz vermittelt, aber auch das hegemoniale Streben nach Macht wird unterstützt.

Des Weiteren wird untersucht, ob durch eine gehäufte Darstellung von Konfliktsituationen bestimmte männliche Stereotype, wie Ehrgeiz, Durchsetzungskraft etc., produziert werden.

Machtpositionen im formalen Bildaufbau

Durch Konstruktion von Machtpositionen im formalen Bildaufbau werden der Kampf um bzw. das Streben nach einer Machtposition als zentraler Bildinhalt vermittelt. Im Rahmen der Kategorie „Machtpositionen im formalen Bildaufbau“ soll untersucht werden, ob durch eine Häufung von Fotos, in denen eindeutige

Machtpositionierungen im formalen Bildaufbau erkennbar sind, Stereotype wie Ehrgeiz, Durchsetzungskraft und Dominanz verstärkt vermittelt werden.

Die Analyse des Bildmaterials (Tabelle 22) zeigt, dass in 34,2% (n=231) der Abbildungen Machtpositionen im formalen Bildaufbau konstruiert werden. Die Grundannahme G18 *„In der Abbildung werden häufig eindeutige Machtpositionierungen erkennbar.“*

kann bestätigt werden und wird als Hypothese übernommen.

Eine nähere Untersuchung der Fotos, in denen Machtpositionen dargestellt werden (Tabelle 23), zeigt jedoch, dass in 48,8% (n=80) die männlichen Sportler in gleichberechtigt/gleichrangiger Stellung gezeigt werden. Es kann also gesagt werden, dass häufig Gruppendarstellungen von Sportlern gezeigt werden, in denen Machtpositionierungen zu erkennen sind. Zu einem großen Teil werden die Personen jedoch gleichberechtigt nebeneinander positioniert. Darstellungen, in denen der Sportler in einer höheren Position dargestellt wird, sind mit 37,5% (n=80) seltener vertreten als gleichberechtigte/gleichrangige Darstellungen. Abbildungen, in denen der Sportler ohnmächtig, unterwürfig, minderwertig oder unterwürfig dargestellt ist, sind mit 13,8% (n=80) eher selten. Die Grundannahme G19 *„In den Abbildungen nehmen die Sportler meist eine mächtige, höhergestellte oder wichtigere Machtposition ein.“* muss verworfen werden. Die folgende Hypothese kann formuliert werden:

Im Rahmen der formalen Bildgestaltung werden männliche Sportler, in Bezug zu anderen Personen, eher neutral und gleichberechtigt dargestellt.

Sind im formalen Bildaufbau Machtpositionierungen zu erkennen?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig Ja	79	34,2	34,2
Nein	152	65,8	65,8
Gesamt	231	100,0	100,0

Tabelle 22: Häufigkeit – Machtpositionen von männlichen Sportlern im formalen Bildaufbau.

Welche Machtposition nimmt der Sportler ein?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	mächtig/ höhergestellt/ wichtig	30	13,0	37,5
	ohnmächtig/ unterwürfig/ minderwertig/ unwichtig	11	4,8	13,8
	gleichberechtigt/ Gleichrangig	39	16,9	48,8
	Gesamt	80	34,6	100,0
Fehlend	99	151	65,4	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 23: Häufigkeit – Machtpositionen von männlichen Sportlern.

Körperhaltung

Zum Aspekt der Körperhaltung als Mittel der Darstellung von Macht muss gesagt werden, dass aufgrund der strengen Regelungen der Codieranleitung, laut Tabelle 24. lediglich 22,5% (n=231) des Bildmaterials zur Untersuchung herangezogen werden konnten. Davon zeigten 71,2% (n=52) eine dominante, stabile, starke Körperhaltung. In nur 28,8% (n=52) nimmt der Sportler eine Körperhaltung ein, die als scheu, labil oder schwach bezeichnet werden kann. Die Grundannahme G20 „*Die Sportler werden häufiger in Körperhaltungen abgebildet, die Macht und Stärke ausdrücken, als in Körperhaltungen, die Labilität und Schwäche vermitteln.*“ kann bestätigt werden und wird als Hypothese übernommen.

Welche Eindruck vermittelt die Körperhaltung des Sportlers?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	dominant/stabil/stark	37	16,0	71,2
	scheu/labil/schwach	15	6,5	28,8
	Gesamt	52	22,5	100,0
Fehlend	99	179	77,5	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 24: Häufigkeit – Darstellung der Körperhaltungen von männlichen Sportlern.

Konfliktsituationen

Im Rahmen der Kategorie „Konfliktsituationen“ soll untersucht werden, ob durch die Darstellung von Situationen, in denen sich der Sportler in Auseinandersetzung mit anderen befindet, Stereotype wie Ehrgeiz, Durchsetzungskraft und Dominanz

kommuniziert werden. Die Tabelle 25 zeigt, dass lediglich 9,5% (n=217) eine Konfliktsituation darstellen. Eine Häufung von Darstellungen, in denen Kampf und Konflikt zentrale Bildinhalte sind, ist nicht zu erkennen. Es kann daher gesagt werden, dass aufgrund der geringen Darstellung von Konfliktsituationen die genannten Stereotype eher nicht kommuniziert werden. Die Grundannahme G21 „Sportler werden häufig in Konfliktsituationen dargestellt.“ kann nicht bestätigt werden. Folgende Hypothese wird aufgestellt:

Sportler werden eher selten in Konfliktsituationen dargestellt.

Wird der Sportler in einer Konfliktsituation dargestellt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	Ja	22	9,5	10,1
	Nein	195	84,4	89,9
	Gesamt	217	93,9	100,0
Fehlend	99	14	6,1	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 25: Häufigkeit – Darstellung von Konfliktsituationen bei männlichen Sportlern.

Handlungsaktivität

In Bezug auf die Darstellung von Handlungsaktivität ist eine ähnlich eindeutige Tendenz wie bei der Darstellung der Körperhaltung zu erkennen. Die Tabelle 26 zeigt deutlich, dass ein Großteil der Abbildungen, die männlichen Sportler in aktiven und somit mächtigen Positionen zeigt. Die Fähigkeit zu handeln vermittelt die Möglichkeit, sein Leben aktiv zu gestalten und Herr über sein eigenes Schicksal zu sein. In 76,9% (n=229) der im Hinblick auf diesen Aspekt untersuchten Fotos wird dies vermittelt. Abbildungen, in denen der Sportler als Objekt, also als handlungspassiv dargestellt wird, sind eher selten. In lediglich 23,1% der Abbildungen ist der Sportler handlungspassiv dargestellt. Das männliche Stereotyp der Aktivität wird durch die einseitige Darstellung verstärkt und gefestigt. Die Grundannahme G22 „Der Sportler wird hauptsächlich handlungsaktiv abgebildet.“ kann bestätigt und als Hypothese übernommen werden.

Handlungsaktivität des Sportlers?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
Gültig	handlungsaktiv	176	76,2	76,9
	handlungspassiv	53	22,9	23,1
	Gesamt	229	99,1	100,0
Fehlend	99	2	,9	
Gesamt		231	100,0	

Tabelle 26: Häufigkeit – Darstellung von Handlungsaktivität bei männlichen Sportlern.

Perspektive

Die perspektivische Darstellung konstruiert die Macht zwischen Betrachter und abgebildeter Person. Unter dem analysierten Bildmaterial befinden sich Darstellungen in Kavaliere- und Vogelperspektive mit 13,6% bzw. 7% (n=228) eher selten. In 27,6% der Darstellungen ist der Sportler aus der Kavaliereperspektive abgebildet. Diese Art der perspektivischen Darstellung lässt den Sportler mächtig erscheinen. Der Betrachter nimmt die Position des Untergebenen ein. Die häufigste perspektivische Darstellung von Sportlern ist mit 51,8% (n=228), die Zentralperspektive. Sie lässt eine Begegnung zwischen der abgebildeten Person und dem Betrachter auf gleicher Augenhöhe zu und vermittelt Nähe und Vertrautheit.

Aus der Untersuchung der perspektivischen Darstellung der Sportler kann folgender Schluss gezogen werden: Die Abbildungen vermitteln, in Bezug auf die Perspektive, eher seltener Machtpositionen. Das Gestaltungsmittel der Perspektive wird eher dazu verwendet, den RezipientInnen den Sportler als Person näher zu bringen. Die Grundannahme G23 kann nicht bestätigt werden. Folgende Hypothese wird formuliert: *„Sportler werden meist aus der Zentralperspektive (eye angle) dargestellt.“*

Aus welcher Perspektive wird der Sportler dargestellt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Vogelperspektive / high angel	16	6,9	7,0	7,0
	Kavaliersperspektive	31	13,4	13,6	20,6
	Zentralperspektive / eye angel	118	51,1	51,8	72,4
	Forscherperspektive / low angel	63	27,3	27,6	100,0
	Gesamt	228	98,7	100,0	
Fehlend	99	3	1,3		
Gesamt		231	100,0		

Tabelle 27: Häufigkeit – Perspektivische Darstellung von männlichen Sportlern.

Zusammenfassung Machtpositionen

Zu den unterschiedlichen Aspekten, die in Bezug auf die geschlechterspezifische Machtkonstruktion untersucht wurden, kann keine eindeutige Aussage gemacht werden. Die Ergebnisse bezüglich der Körperhaltung (Tabelle 24) zeigen einen eindeutigen Trend zu einer eher mächtigen und starken Präsentation der männlichen Sportler. Diese stützen sich jedoch auf eine relativ kleine Grundgesamtheit (n=52), die die Aussage relativiert. Lediglich die Ergebnisse aus der Untersuchung der Handlungsaktivität sind eindeutig und zeigen Männer in 76,9% (n=229) handlungsaktiv, also in einer Machtposition.

Die Kategorie „Machtkonstruktion im formalen Bildaufbau“ lässt ebenfalls keine eindeutigen Schlüsse zu. In einem Drittel der Abbildungen (34,2% (n=231)) werden Gruppen dargestellt, in denen Machtpositionen zu erkennen sind. Die Hälfte (48,8% (n=80)) dieser ist jedoch als gleichwertig bzw. gleichberechtigt zu werten. Die Betrachtung der Perspektive des Bildmaterials bestätigt die Ergebnisse der Kategorie „Machtkonstruktion im formalen Bildaufbau“ und zeichnet ein eher neutrales bzw. differenziertes Bild der Sportler. Die Ergebnisse der Kategorie „Konfliktsituationen“ weisen ebenfalls gehäufte Darstellungen von Machtkämpfen auf. Darstellungen von Konfliktsituationen sind eher selten.

Durch die inhomogene Darstellung von männlichen Sportlern in Machtpositionen unterstützt das Magazin die herrschenden Machtverhältnisse nicht. Der Sportler wird in unterschiedlichen Machtpositionierungen gezeigt. In Bezug auf die Überprüfung hinsichtlich einer stereotypen Darstellung von männlichen Sportlern kann gesagt werden, dass Stereotype wie Dominanz, Ehrgeiz und Durchsetzungskraft durch eine einseitige Darstellung nicht forciert werden.

In Bezug auf die Vermittlung der Stereotype Ehrgeiz, Durchsetzungskraft und Dominanz kann gesagt werden, dass diese im Rahmen der Darstellungen nicht verstärkt kommuniziert werden. Die Grundannahme G23 kann verworfen werden. Folgende Hypothese kann formuliert werden:

H23: Im Rahmen der Abbildungen werden keine männlichen Stereotype wie Ehrgeiz, Durchsetzungskraft und Dominanz produziert.

8.3 Zusammenfassung

Die Analyse des Magazins „The RedBulletin“ zeigt, dass männliche Sportler in einigen Bereichen einseitig dargestellt, mit klassischen männlichen Stereotypen in Verbindung gebracht sowie in althergebrachten Rollenbildern gezeigt werden. In vielen Kategorien konnte eine einseitige, stereotype Darstellung jedoch nicht nachgewiesen werden. Ein vollkommener Bruch mit dem klassischen Männerbild (Darstellungen, die im Gegensatz zu klassischen Stereotypen stehen) liegt dennoch nicht vor. Es kann jedoch gesagt werden, dass es in vielen Bereichen keine stereotype Darstellung gibt und der Mann im Sport auf unterschiedlichste Arten dargestellt wird. In Bezug auf die grundlegende Frage, ob Stereotype von Männlichkeit im Rahmen der Berichterstattung hergestellt werden, kann keine eindeutige Antwort gegeben werden.

In Abbildungen, in denen der männliche Sportler mit Frauen gezeigt und somit in Bezug zum anderen Geschlecht gesetzt wird, zeigen sich klassische Wertigkeiten. Im Rahmen der Abbildungen positioniert sich der Mann fast immer als über der Frau stehend. Dies zeigt sich durch formale Bildinhalte und Machtverhältnisse, aber auch durch die Rollen, die den Geschlechtern in den Abbildungen zugesprochen werden.

Des Weiteren zeigt sich, dass sich die althergebrachte Trennung der Lebensbereiche in den Abbildungen widerspiegelt und eher verstärkt wird. Darstellungen, in denen ein familiärer Bezug zum Sportler hergestellt wird, sind quasi nicht vorhanden. Der Sportler wird so gut wie immer in der Ausübung seines Berufs oder im Umfeld seines Berufs gezeigt.

Der Körper kann als Grundlage und unanfechtbare Rechtfertigung der gesellschaftlich konstruierten Unterschiede der Geschlechter angesehen werden (vgl. Bourdieu, 1997, S.168). Die Untersuchungen, die sich direkt mit dem Körper beschäftigten, zeigten, dass das Geschlecht vom Inhalt abgekoppelt wird und in den

Hintergrund tritt, da bei einem Drittel der Abbildungen das Geschlecht nicht zu erkennen ist. Der Körper als grundlegendes Argument wird, in den Abbildungen, eher weniger präsentiert. Die genauere Betrachtung von geschlechtsspezifischen Merkmalen lässt zwar keine Vermischung, aber auch keine übermäßige Tendenz einer Überhöhung des Männlichen erkennen.

Beim direkten Blick auf die Konstruktion von Stereotypen kann lediglich in ... Kategorien eine einseitige Darstellungsweise identifiziert werden und männliche Stereotypen reproduzieren:

- Handlungsaktivität
- Gefahr und Risiko

Somit kann gesagt werden, dass stereotype Aktivität sowie, Gefahr und Risiko im Rahmen der Abbildungen verfestigt und reproduziert werden.

In allen anderen Kategorien, in denen direkt nach der Produktion von bestimmten männlichen Stereotypen gefragt wurde, konnte keine Tendenz zu einer einseitigen, gehäuften Darstellung gefunden werden.

- Emotionslosigkeit bzw. gefühlsmäßige Beschränktheit
- Disziplin und Härte
- Konfliktsituationen (Stereotype: Ehrgeiz, Durchsetzungskraft und Dominanz)

Die einseitige Darstellung der Geschlechter in bestimmten Sportarten überträgt den Charakter der Sportart auf die Geschlechter und trägt somit zu einer Stereotypisierung bei. In der Auseinandersetzung mit den geschlechtsspezifischen Sportarten war eine Häufung der Bildberichterstattung in risikoreichen Individualsportarten mit keinerlei Körperkontakt zu erkennen. Dadurch kommt es zu einer Verfestigung von männlichen Stereotypen wie Disziplin, Härte, Aggressivität und Risikobereitschaft.

Konstruktion, Zuschreibung und Erhalt von Macht wurden in mehreren Kategorien untersucht. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen: Im Bild kann Macht durch unterschiedliche stilistische Mittel erzeugt werden. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass männliche Sportler auf der einen Seite häufiger handlungsaktiv und in dominanter/stabiler/starker Körperhaltung gezeigt werden. Jedoch war in den Kategorien, in denen Machtpositionen in Bezug zu anderen Personen untersucht wurden, eher eine neutrale Darstellungsart vorrangig. Die perspektivische Darstellung von männlichen Sportlern ist ebenfalls neutral gehalten. Die verschiedenen Kategorien zeigen, dass der Mann im Sport keineswegs nur als mächtig, dominant und stark dargestellt wird.

Des Weiteren sind Darstellungen von Konfliktsituationen eher selten. Die Stereotype Dominanz, Ehrgeiz und Durchsetzungskraft können durch eine Häufung

derartiger Darstellungen produziert werden. Es zeigt sich, dass die Sportler eher nicht in Situationen dargestellt werden, in denen der Kampf und Konflikt im Vordergrund stehen.

8.4 Bewertung der Befunde vor dem Hintergrund der Genderforschung

Die konstruktivistische Geschlechterforschung untersucht soziale Konstruktionsprozesse, welche die Geschlechter klassifizieren und differenzieren. Das soziale Geschlecht wird als Konstrukt betrachtet, als Ergebnis historischer Entwicklungsprozesse und einer stetig fortlaufenden sozialen Praxis, die das Konzept der Zeitgeschlechtlichkeit immer wieder reproduziert und weiterführt (vgl. Wetter, 2004, S. 122). Die konstruktivistische Geschlechterforschung konzentriert sich auf soziale Strukturen und Systeme, welche die Geschlechter konstruieren und das Bild der Geschlechter in unserer Gesellschaft prägen. Die Untersuchung des Magazins „The RedBulletin“ reiht sich in diese Forschung ein und kann als Teil der konstruktivistischen Geschlechterforschung gesehen werden. Die Verbreitung einseitiger Darstellungen von Sportlern in einem Magazin, kann als Konstruktionsprozess gewertet werden, als Praxis zur Erzeugung von Geschlechterbildern. Das Magazins „The RedBulletin“ ist ein Medium, dass das Bild des Mannes mitgestaltet. Durch seine große Auflage erreicht es weltumspannend Millionen von RezipientInnen und beeinflusst das Bild der Geschlechter. Durch die Analyse des Bildmaterials wurden Inhalte offengelegt und gezeigt welches Bild von Männern in den Darstellungen konstruiert wird.

Ein Teil der Untersuchungen (Kapitel 7.2.10) setzt sich mit dem Bereich der Darstellung von Macht, bzw. der Darstellung von Machtverhältnissen auseinander. In der feministischen Forschung nimmt die Offenlegung von Machtverhältnissen und hegemonialen Gefügen eine wichtige Stellung ein. Die Arbeit legt fest, wie Machtverhältnisse in den Abbildungen produziert werden und untersucht in welchen Machtpositionen männliche Sportler dargestellt werden. Eine gehäufte Darstellung in dieser Form kann als Festigung des hegemonialen männlichen Machtanspruchs gewertet werden. Die Untersuchungen haben gezeigt, dass Männer in den unterschiedlichen Kategorien nicht übermäßig oft mächtig, dominant und stark dargestellt werden. Das Magazin trägt somit nicht zur Festigung der hegemonialen Machtstruktur bei. (vgl. Kapitel 8.2.10)

Ein Großteil der Arbeit erforscht bestimmten Darstellungsarten von Männern und fragt, ob eine Häufung bestimmter Darstellungsweisen besteht und dem Geschlecht bestimmte Eigenschaften zuweisen werden. Diese Zuweisung kann als

Reproduktionsweise von Geschlecht gesehen und fällt unter den Begriff des „doing gender“. Die Untersuchung liefert Erkenntnisse zur Reproduktionsweise des männlichen Geschlechts in Medium Zeitschrift. „In sozialdiagnostischer Absicht und aus methodologischen Gründen fragen die Geschlechterforschung heute durchwegs in zwei Richtungen, nach dem Prozess des „doing gender und des „undoing gender“. (Wetterer, 2006, S.18) Die Frage nach dem „undoing gender“, also der Neutralisierung des Geschlechts in der bildlichen Darstellung wurde in der Kategorie Männerkörper gestellt. Die Abbildungen wurden auf bestimmte Körpermerkmale untersucht, die eine geschlechtsspezifische Zuordnung zulassen. In 33.3% der Abbildungen (vgl. Tabelle 13) konnte die abgebildete Person keinem Geschlecht zugeordnet werden. Die grundlegende Kategorisierung, Geschlecht wurde aufgehoben. Das Magazin trägt damit teilweise zu bei, die Kategorie Geschlecht zu neutralisieren.

Eine weitere Richtung der Frauen und Geschlechterforschung stellt sich die Frage ob das Geschlecht seine ordnende Wirkung in der Gesellschaft verliert und eher zum „Unordnungsprinzip“ wird (Wetterer, 2006, S.18). In der Arbeit wurde diese Fragerichtung in der Kategorie Männerkörper (Kapitel 8.2.4) nachgegangen. Das Bildmaterial wurde untersucht, ob Abbildungen vorkommen, in denen Sportler mit gemischten Geschlechtsmerkmalen gezeigt werden. Darstellungen von Männern mit gemischten Geschlechtsmerkmalen, also teilweise weiblichen Merkmalen irritieren und lockern die strenge Geschlechterkategorie, die eine Einteilung von Personen an ein Geschlecht auf Grundlage von eindeutig definierten Merkmalen zulassen. Die Untersuchungen haben gezeigt, dass eine Vermischung eher selten vorkommt, es also u (vgl. Tabelle14)

Ein Aspekt der Geschlechterforschung ist die Offenlegung von Geschlechtsdifferenzen. Dabei werden nicht nur Differenzen zwischen den Geschlechtern, sondern auch die Differenzierung innerhalb der Geschlechter untersucht. Die Frage nach den Unterschieden innerhalb des Geschlechter ist ein zentraler Punkt der theoretischen Auseinandersetzungen. (vgl. Wetterer, 2006, S.19) Die Intention der Arbeit war es nicht, Männer bzw. deren Darstellungen untereinander zu vergleichen und auf Unterschieden bezüglich gewisser Kriterien zu untersuchen. Die Ergebnisse zeigen jedoch die Darstellung von Männern in einer Zeitschrift mit bestimmter Zielgruppe (Oberschicht bis obere Mittelschicht, vgl. CAWI Print, 2012) und bietet zumindest einen Ausgangspunkt für weitere Forschungen die sich die sich mit den Differenzierung innerhalb der Geschlechter befassen. Eine Perspektive für weitere Forschung wäre eine Untersuchung der Unterschiede in der Darstellung von Sportmagazinen mit unterschiedlichen Zielgruppen.

8.5 Perspektiven für weitere Forschungen

Die Arbeit bietet Grundlagen für verschiedene Perspektiven. Als weiterleitende Forschung bzw. Anschluss an die Arbeit bietet sich an, die Wirkung des Bildmaterials auf RezipientInnen zu untersuchen. Dabei steht die Frage im Zentrum, inwieweit das Bildmaterial die RezipientInnen beeinflussen bzw. ob und auf welche Art eine bestimmte Darstellung von Männern in den Medien das Bild von Männlichkeit in der Gesellschaft beeinflusst.

Weiteres könnten auch andere Bereiche der Medien hinsichtlich der Darstellung von Männern untersucht werden. Dabei kann geklärt werden, ob ein bestimmter Trennt besteht, in dem Männer dargestellt werden und inwieweit dieser Trennt das Bild des Mannes widerspiegelt oder bewusst in eine bestimmte Richtung leitet.

Eine weitere Perspektive eröffnet sich, wenn man das Magazin „The RedBulletin“ und sein Konzept ins Blickfeld nimmt. Die Zeitschrift unterwirft sich nur bedingt journalistischen Grundsätzen. Sie ist eher Plattform einer Marke um ein bestimmtes Image zu kreieren. Eckpunkt einer Auseinandersetzung kann die Frage sein, welche Unterschiede, in Bezug auf das Bild der Geschlechter, im Vergleich zu Zeitschriften bestehen, die keine Markstrategie folgen.

Weiteres können andere Bereiche wie Politik, Kunst und Politik auf die Darstellung von Männern und Männlichkeit untersucht werden. In einem Vergleich der Darstellungen in den unterschiedlichen Bereichen kann gesehen werden, ob ein eher einheitliches Bild von Männern gezeichnet wird oder bereichsabhängige Unterschiede bestehen.

9. Literaturverzeichnis

- Alfermann, D. (2006). Psychosoziale Entwicklung und ihre Bedeutung für die Geschlechterordnung im Sport. In I. Hartmann-Tews & B. Rulofs (Hrsg.), *Handbuch Sport und Geschlecht*. (S. 68-75) Schorndorf: Hofmann – Verlag.
- Alfermann, D. (1996). *Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten*. Stuttgart: Kohlhammer –Verlag.
- Amlacher, S.(2009). *Vermittelte Rollenbilder im Journalismus. Eine Untersuchung der Frauenzeitschrift "Wienerin" und des Männermagazins "Wiener" auf vermittelte Frauen- und Männerbilder sowie auf vermittelte Geschlechtsstereotype*. Wien: Universität Wien.
- Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. & Barrios, M. (1989). Männer-Köpfe, Frauen-Köpfe. Studien zur unterschiedlichen Abbildung von Frauen und Männern auf Pressefotos. In C. Scherl (Hrsg.), *In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien* (S. 53-75). Köln, Wien: Böhlau.
- Athenstaedt, U. (2011). *Geschlechterrollen und ihre Folgen*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Bachmann, A. (1998). *Wie eine Katze schmiegt sie sich an, an die Hochsprunglatte. Geschlechterdifferenzen in der Sportberichterstattung*. Universität Salzburg.
- Barwitzius, C. (2003). *Männerwelt Fußball? Eine psychologische Untersuchung zum Thema Frauen im Fußball und ihre Vorstellung von Weiblichkeit und Körper*. Wien: Universität Wien, Fakultät für Human- und Sozialwissenschaften.
- Beck, K. (2006). Kommunikationsprozesse. In G.Bentele, B.H. Brosius & C. Jewitt (Hrsg.), *Lexikon Kommunikation- und Medienwissenschaft*.(S.131-133) Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Behnke, C. (1999). *Geschlechterforschung und qualitative Methoden*. Opladen: Leske + Budrich.
- Bereswill, M., Meuser, M. & Scholz, S. (2009). Männlichkeit als Gegenstand der Geschlechterforschung. In M. Bereswill (Hrsg.). *Dimensionen der Kategorie Geschlecht: Der Fall Männlichkeit*.(S.7-22) Münster: Verl. Westfälisches Dampfboot.
- Bourdieu, P. (1996). Masculine Domination Revisited. In: *Berkley Journal of Sociology*, (S.189-203).
- Bourdieu, P. (2005). Die männliche Herrschaft. In I. Dölling (Hrsg.), *Ein alltägliches Spiel. Geschlechterkonstruktion in der sozialen Praxis*(S.153-217). Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Brandes, H. (2001). *Der Männliche Habitus. Band 1: Männer unter sich – männergruppen und männliche Identitäten*. Oplade: Verlag Leske + Budrich.
- Brandes, H. (2002). *Der Männliche Habitus. Band 2: Männerforschung und Männerpolitik*. Oplade: Verlag leske + Budrich.
- Brauniza, D. (2005). *Männlichkeitskonzepte in der Gesellschaft und in der Werbung*. Wien: Universität Wien.
- Brod, H. (1987). The Case of Man's Studies. In H. Brod (Hrsg.), *The Making of Masculinity. The new Man's Studies* (S. 39-62). Boston.
- Biehoff-Alfermann, D. (1983). Frauensport aus soziologisch-psychologischer Sicht. In *Deutscher Sportbund – Bundesausschuss Frauensport: Sport für alle – aller Sport für Frauen?* Frankfurt/M.
- Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generation und Konsumentenschutz (BMSG) (2004). Männerpolitische Grundsatzabteilung (Hrsg.), *Männerarbeit in Österreich. Beratung, Bildung, Begegnung*. Wien: Verlag des BMSG.
- CAWI Print. Reichweitenstudie der spezifischen Zeitschriften.(Hrsg.), (2011, September).Zugriff am 25.März.2012 unter http://b2b.redbulletin.com/fileadmin/redbulletin/Media/1_Inhalte_TRB_2012/11_Unterlagen/RB_DE_1202_Onepager.pdf
- Connel, R. W. (2006). *Der gemachte Mann. Konstruktion und Krise von Männlichkeit*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwissenschaften.
- Diezen, A. (1993). *Soziales Geschlecht. Soziale, kulturelle und symbolische Dimensionen des Gender-Konzeptes*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Doll, G. (2008). *Die Konstruktion von Geschlecht in der medialen Inszenierung von Sport*. Wien: Universität Wien, Zentrum für Sportwissenschaften.
- Dorer, J.(2007). *Mediensport und Geschlecht* [Elektronische Version]. Medienimpulse, 62, 25-31. Zugriff am 05.04.2011 unter <http://www2.mediamanual.at/themen/identiaet/62Dorer-Mediensport-und-Geschlecht.pdf>
- Eckes; T. (1997). *Geschlechterstereotype. Frau und Mann in sozialpsychologischer Sicht*. Pfaffenweiler: Zentaurus-Verlag.
- Eco, U. (1972). *Einführung in die Semiotik. Autorisierte deutsche Auflage von Jürgen Trabant*. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Eco, U. (2002). *Einführung in die Semiotik*. München: Fink.
- Eichinger-Wimmer, D.(2005). *Jungenarbeit im Kontext von Mannsein, Männlichkeiten und Geschlechterverhältnissen mit besonderer Berücksichtigung des Unterrichtsfaches Bewegung und Sport*. Wien: Universität Wien.

- Ekman, P. (2004). *Gefühle lesen: wie Sie Emotionen erkennen und richtig interpretieren*. Heidelberg: Spektrum Akad. Verlag.
- Fachtutorium (2005). *Methoden der Kommunikationswissenschaften. Sportberichterstattung*. Zugriff am 05.04.2011 unter <http://www.unet.univie.ac.at/~a9807630/STEP4/Index.htm>
- Flick, U. (2003). *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Früh, W. (2007). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. 6. Auflage. Konstanz: UVK-Verl. Ges.
- Gildemeister, R. (2004). Doing Gender: Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung. In B. Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung* (S132- 140). Wiesbaden: GWV Fachverlag GmbH.
- Gottenburgsen, A. (2000). *Stereotype Muster des sprachlichen doing gender*. Wiesbaden: Westdt. Verlag.
- Guggenbühl, A. (2002). *Männer, Mythen, Mächte. Ein Versuch Männer zu verstehen*. Zürich: Kreuz Verlag.
- Günther, M.T.(2000). *Eman(n)zipiert?: eine empirische Studie über den Zusammenhang zwischen dem Männerbild der Zeitschrift Men's health und der Lebensrealität der Leser*. Münster: Lit Verlag.
- Goffmann, E. (1981). *Geschlecht und Werbung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Goffman, E. (1971). *Interaktionrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Henly, N. M. (1989). *Körperstrategien. Geschlecht, macht und nonverbale Kommunikation*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Jelinek, A. (2001). *Wird Journalismus der gesellschaftlichen Entwicklung der Genderverhältnisse im Sport gerecht? Eine Analyse der Text- und Bildberichterstattung der Tageszeitung „Die Presse“ zur Geschlechtsspezifischen Thematisierung von Sport am Beispiel der Olympischen Sommerspiele in den Jahren 1968 und 2000*. Wien: Universität Wien.
- Hall, S. (2000). Das Spektrum des Anderen. In: S. Hall (Hrsg.), *Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften* (S. 108-166). Hamburg: Argument – Verlag.
- Hall, S. (1999). Codierung/Dekodierung. In R. Bromly (Hrsg.), *Cultural Studies. Grundlagentext zur Einführung* (S.92-111). Lühneburg : Klampen – Verlag.
- Hartnund-Tews, I. (2006). *Handbuch Sport und Geschlecht*. Schorndorf: Hofmann–Verlag.

- Hartnund-Tews, I. & Rulofs, B. (2004). Die Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Sportkommunikation. In T. Schierl (Hrsg.), *Die Visualisierung des Sports in den Medien, Sportkommunikation 2* (S. 111-134). Köln: Halem Verlag.
- Hartnund-Tews, I. & Rulofs, B. (2008). Zur Geschlechterforschung in den Sportmedien – Traditionelle Stereotypisierung und Ansatz ihre Auflösung. In: T. Schierl (Hrsg.), *Hanbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S.137-154). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Hartmann-Tews, I. (2003). Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport: Neue Perspektiven der Geschlechterforschung in der Sportwissenschaft .In I. Hartmund-Tews (Hrsg.), *Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport*. (S. 13-29). Opladen: Leske + Budrich.
- Hartmann-Tews, I. & Rulofs, B. (2003). Sport in den Medien- ein Feld semiotischer Markierung von Geschlecht? .In I. Hartmund-Tews (Hrsg.), *Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport* (S. 29-69). Opladen: Leske + Budrich.
- Henly, N. (1989). *Körperstrategien. Geschlecht Macht und nonverbale Kommunikation*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Hogg, M. & Vaughan, G. (2008). *Sozial psychology*. Harlow: Pearson Prentice Hall.
- Jelinek, A. (2001). *Wird Journalismus der gesellschaftlichen Entwicklung der Genderverhältnisse im Sport gerecht? Eine Analyse der Text- und Bildberichterstattung der Tageszeitung „Die Presse“ zur Geschlechtsspezifischen Thematisierung von Sport am Beispiel der Olympischen Sommerspiele in den Jahren 1968 und 2000*. Wien: Universität Wien.
- Kaltenbrunner, A., Karmasin, M., Kraus, D & Zimmermann, A. (2007). *Der Journalisten-Report – Österreichs Medien und ihre Macher. Eine empirische Erhebung*. Wien: Facultas.
- Klaus, E. (1998). *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kinnebock, S. & Knieper. (2008). Männliche Angie und weiblicher Gerd? Visuelle Geschlechter- und Machtkonstruktionen auf den Titelseiten von politischen Nachrichtenmagazinen. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Frauen, Politik und Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klein, M. (1989). *Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen u. bildlichen Präsentation von Frauen in d. Sportberichterstattung*. Bochum: Brockmeyer.

- Koivulva, N. (1999). Gender Stereotyping in Televised Media Sport Coverage. In N. Koivulva, (Hrsg.), *Sex Roles*. Netherlands: Springer.
- Kolb, M. (1994). *Das Bild der Frau in der Sportberichterstattung österreichischer Tageszeitungen*. Wien: Universität Wien.
- König, C. (2007). *Qualität in der Sportzeitschrift: Qualitätsanalyse im Sportjournalismus am Beispiel der österreichischen Wochenzeitschrift "SportWoche"*. Wien: Universität Wien.
- Krammer, S.(2007). *MannsBilder: literarische Konstruktionen von Männlichkeiten*. Wien: Universität Wien.
- Kress, G. & Theo van Leeuwen. (2006). *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. 2. Edition. New York: Routledge.
- Kugelman, C. (1996). *Starke Mädchen - schöne Frauen? Weiblichkeitszwang in Sport und Alltag*. Butzbach-Griedel: AFRA-Verl.
- Kühne, T. (1996). *Männergeschichte - Geschlechtergeschichte: Männlichkeit im Wandel der Moderne*. Frankfurt-Mai: Campus-Verl.
- Leibhold, G. (1988). *Wörterbuch der Psychologie. Handbuch der Fachbegriffe aus der Psychologie*. Wiesbaden: Englisch- Verlag.
- Leitner, S.(2009). *Die Konstruktion von geschlechtsspezifischen Unterschieden in der Sportberichterstattung – Eine Erhebung des Forschungsstands zur medialen Darstellung von Sportlerinnen, zur Situation der Sportjournalistinnen und zur geschlechtsspezifischen Unterschieden in der Rezeption von Sportberichterstattung*. Wien: Universität Wien.
- Nemeth, S. (2009). *Klassische Klischees oder mühsame Modernisierung?: Verändern sich die Konstruktionsmuster der weiblichen Geschlechterdarstellung im Bezug auf das Männerbild?* Wien: Universität Wien.
- Matterne T. (2011, 8. August). *Magazinkritik: The RedBulletin*. <http://mainfrankenweinull.wordpress.com/2011/08/08/magazinkritik-the-red-bulletin/>
- Mikunda, C. (1997). *Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung. Unwiderstehliches Marketing durch strategische Dramaturgie*. 2. Auflage. Düsseldorf: ECON Verlag.
- Moser, A. (2002). *Die beginnende Mediatisierung des Sports am Beispiel der "Allgemeinen Sport-Zeitung" sowie anderer Printmedien in der Habsburgermonarchie*. Wien: Universität Wien.
- Mosse, George L.(1996). *The image of man: the creation of modern masculinity*. New York: Oxford.

- Mrazek, J. (2006). Somatische Kultur, Körperkonzept und Geschlecht. In I. Hartmann-Tews & B. Rulofs (Hrsg.), *Handbuch Sport und Geschlecht* (S. 56-67). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Pedersen, P.M.(2002). Examining Equity in Newspaper Photographs. A Content Analysis of the Print Media Photographic Coverage of Interscholastic Athletics. In *International Review for the Sociology of Sport* (S.303-318). München: Oldenbourg.
- Petersen, T. & Schwender, C. (2011). *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation*. Köln: Herbert von Harlem Verlag.
- Petersen, L. & Six, B. (2008). *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung. Theorien, Befunde und Interventionen*. Weinheim, Basel: Beltz Verlag.
- Pfister, G. (1991). Zur Geschichte des Diskurses über den „weiblichen“ Körper. In B. Palzkill (Hrsg.), *Bewegungs(t)räume. Frauen, Körper, Sport*. München Körper (1880 – 1933). In B. Palzkill (Hrsg.), *Bewegungs(t)räume: Frauen, Körper, Sport*. Verl. Frauenoffensive, München: Frauenoffensive.
- Prenner, A.(1992). *Die Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien. Eine Theoretisch – empirische Studie anhand eines Beispiels*. Wien: Universität Wien.
- RedBulletin-GmbH (Hrsg.), (2011/06) *The RedBulletin: ein fast unabhängiges Monatsmagazin; Neues aus der Welt von Red Bull, 11/06*.
- RedBulletin-GmbH (Hrsg.), (2011/07) *The RedBulletin: ein fast unabhängiges Monatsmagazin; Neues aus der Welt von Red Bull, 11/07*.
- RedBulletin-GmbH (Hrsg.), (2011/08) *The RedBulletin: ein fast unabhängiges Monatsmagazin; Neues aus der Welt von Red Bull, 11/08*.
- RedBulletin-GmbH (Hrsg.), (2011/09) *The RedBulletin: ein fast unabhängiges Monatsmagazin; Neues aus der Welt von Red Bull, 11/09*.
- RedBulletin-GmbH (Hrsg.), (2011/10) *The RedBulletin: ein fast unabhängiges Monatsmagazin; Neues aus der Welt von Red Bull, 11/012*.
- RedBulletin-GmbH (Hrsg.), (2011/11) *The RedBulletin: ein fast unabhängiges Monatsmagazin; Neues aus der Welt von Red Bull, 11/011*.
- RedBulletin-GmbH (Hrsg.), (2011/12) *The RedBulletin: ein fast unabhängiges Monatsmagazin; Neues aus der Welt von Red Bull, 11/12*.
- Rulofs, B. (2003). *Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse. Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999*. Butzbach-Grieder: AFRA-Verlag.
- Rulofs, B. (2010). *Wir zeigen andere Bilder von Frauen...Zur Inszenierung von Geschlechterverhältnissen in den Sportmedien - Österreich im internationalen*

Vergleich. Zugriff am 05.04.2011 unter
www.medienimpulse.at/articles/view/181

- Pürer, H. & Raabe, J. (1996). *Medien in Deutschland.2. korr. Auflage*. Konstanz: UVK Medie.
- Saussure, F. (1967). *Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft*. Berlin: de Gruyter
- Schmalriede, M. (2004). Zwischen Dokumentation und Inszenierung. Sportfotographie im Wandel . In T. Schierl (Hrsg.), *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Köln. Halem.
- Schierl,T. (2007). *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. Schorndorf: Hofmann.
- Schierl, T. (2004). *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Köln: Halem.
- Schleicher, K. E. (2009). *Wie können Stereotype über Pressefotografien reproduziert werden? – Eine Bildanalyse von Pressefotos im Standard anhand der Repräsentation von AfrikanerInnen*. Wien: Universität Wien.
- Schulze, V. (1997). *Medienkundliches Handbuch*. Aachen: Hahn.
- Steinberger, A., (2007). *Körperkonzept und Geschlechterrollenidentität von Fußballerinnen und Balletttänzerinnen im Vergleich eine empirische Studie*. Wien: Universität Wien.
- Tervooren, A. (2009). Männlichkeit und Sozialisation. Die allmähliche Verfertigung der Körper. In M. Bereswill (Hrsg.), *Dimensionen der Kategorie Geschlecht: Der Fall Männlichkeit* (S.84-100). Westfälisches Dampfboot: Münster: Verl.
- The RedBulletin (2012). Zugriff am 25.März 2012 unter http://b2b.redbulletin.com/fileadmin/redbulletin/Media/Ratecard_RB_1107_AT.pdf
- Trettenbrein, C. (2009). *Männlichkeit, Identität und Medien: eine rekonstruktive Untersuchung zum Selbstverständnis einer jungen Männergeneration*. Wien: Universität Wien.
- Wallner, G. (1992). *Das Bild der Frau in der Sportberichterstattung. Analyse und Interpretation einiger Aspekte in der Darstellung des Frauensports in der Tagespresse*. Wien: Universität Wien, Zentrum für Sportwissenschaften.
- Wetter A. (2006). Von der Frauen zur Geschlechterforschung? Kontinuitäten, Ausdifferenzierungen und Perspektivenwechsel. In B. Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung* (S. 14-21). Wiesbaden: GWV Fachverlag GmbH.

- Wetter A. (2004). Konstruktion von Geschlecht: Reproduktion der Zweigeschlechtlichkeit. In B. Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung* (S. 122-131). Wiesbaden: GWV Fachverlag GmbH.
- Weischenberger, S. (1983). Beruf und Rolle des Sportjournalisten. In H. Digi (Hrsg.), *Sportberichterstattung. Arbeitsbücher für Sport*. Reinbeck bei Hamburg.
- Weiß, O. (1999). Einführung in die Sportsoziologie. Institut für Sportwissenschaften, Wien: Abteilung Sportsoziologie.
- Wernecken, J. (2000). *Wir und die anderennationale Stereotypen im Kontext des Mediensports*. Berlin: Vistas.
- Woodward, K. (2007). *Boxing, masculinity and identity: the "I" of the tiger / Kath Woodward*. London: Routledge.

10. Anhang

10.1. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Geschlechtertypus nach Leitner (2009)	23
Tabelle 2: Stereotype geschlechtsspezifische Eigenschaften laut Bierhoff-Alfermann (1983).....	23
Tabelle 3: Geschlechtsstereotypen nach Bachmann (1998)	24
Tabelle 4: Geschlechtsstereotypen nach Alfermann (2006)	25
Tabelle 5: Häufigkeit – Gemeinsame Abbildungen von männlichen Sportlern und weiblichen Personen	72
Tabelle 6: Häufigkeit – Dargestellte Rollen von weiblichen Personen.	73
Tabelle 7: Kreuztabelle – Positionierung von weiblichen Personen im Bild/ Dargestellte Rolle von weiblichen Personen in der Abbildung	74
Tabelle 8: Kreuztabelle – Rollendarstellungen von weiblichen Personen/Machtposition des Sportlers	75
Tabelle 9: Häufigkeit - Positionierung von weiblichen Personen in der Abbildung. ..	76
Tabelle 10: Häufigkeit – Darstellung des Sportlers mit gruppenfremden Personen. 77	
Tabelle 11: Häufigkeit – Machtposition des Sportlers in der Gruppe.	77
Tabelle 12: Häufigkeit – Vereinzelte Darstellung des Sportlers.	78
Tabelle 13: Häufigkeit – Eindeutige Zuordnung bezüglich des Geschlechts.	80
Tabelle 14: Häufigkeit – Präsenz der Geschlechtsmerkmale der abgebildeten Personen.....	80
Tabelle 15: Häufigkeit – Sportarten.....	82
Tabelle 16: Häufigkeit – Darstellung einer emotionalen Regung.....	83
Tabelle 17: Häufigkeit unterschiedlicher emotionaler Regungen.....	84
Tabelle 18: Häufigkeit –Darstellung von männlichen Sportlern in Abbildungen mit der Assoziation von Gefahr und Risiko.	85
Tabelle 19: Häufigkeit – Abbildungen von männlichen Sportlern in Verbindung mit den Stereotypen Disziplin und Härte.....	85
Tabelle 20: Häufigkeit – Abbildungen von männlichen Sportlern mit den Bildinhalten Aufgabe, Zusammenbruch, Schwäche oder Niederlage.....	86
Tabelle 21: Häufigkeit – Darstellungen vom Umfeld des Sportlers.....	87
Tabelle 22: Häufigkeit – Machtpositionen von männlichen Sportlern im formalen Bildaufbau.	88
Tabelle 23: Häufigkeit – Machtpositionen von männlichen Sportlern.	89

Tabelle 24: Häufigkeit – Darstellung der Körperhaltungen von männlichen Sportlern.	89
Tabelle 25: Häufigkeit – Darstellung von Konfliktsituationen bei männlichen Sportlern.	90
Tabelle 26: Häufigkeit – Darstellung von Handlungsaktivität bei männlichen Sportlern.....	91
Tabelle 27: Häufigkeit – Perspektivische Darstellung von männlichen Sportlern.	92

10.2. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Beispiel für eine Darstellung mit einer weiblichen Person im Zentrum der Abbildung, mit sportlichen Rolle.(RedBulletin GmbH,2011/10, S.44).	33
Abbildung 2: Beispiel – homogene Darstellung einer Männergruppe. (The Red Bulletin GmbH,2011/07, S.14).	34
Abbildung 3: Beispiel – Vereinzelung eines Sportlers. (vgl. Red Bulletin GmbH, 2011/07, S.61).....	35
Abbildung 4: Beispiel – stark männlich Darstellung von Geschlechtsmerkmalen. (Red Bulletin, 2011/08, S.71).....	36
Abbildung 5: Beispiel – Darstellung typisch männliche Sportart. (Red Bulletin GmbH,2011/06, S. 49)	38
Abbildung 6: Beispiel – Darstellung von positiven Emotionen. (Red Bulletin GmbH,2011/06, S. 59)	38
Abbildung 7: Beispiel- Darstellung eines männlichen Sportlers mit Risiko und Gefahr als zentraler Bildinhalt. (RedBulletin GmbH, 2011/10, S.8)	39
Abbildung 8: Beispiel- Darstellung eines männlichen Sportlers mit familiären Umfeld. (Red Bulletin GnbH, 2011/07 S. 53).....	41
Abbildung 9: Beispiel- Darstellung von Männlichen Sportlern in Konfliktsituation (Red Bulletin GmbH,2011/08, S. 22)	42
Abbildung 10: Beispiel- Darstellung Frontalperspektive (Red Bulletin GmbH, 2011/12, S.17).....	43
Abbildung 11: Grafische Darstellung Red Bull – Konzept (The Redbulletin,2012) ...	51
Abbildung 12: Raster zur Festlegung der Position von weiblichen Personen in Abbildungen.	58

Abstract Deutsch

Am Beginn der Arbeit steht eine grundlegende theoretische Auseinandersetzung mit dem Themenbereich der visuellen Kommunikation. Die Erkenntnisse in Bezug auf Bildgrammatik, Semiotik gelten als Grundlage für den empirischen Teil und begründen die Auseinandersetzung mit dem Bildmaterial. Sie zeigen, auf welche Weise visuelle Kommunikation funktioniert und wie bestimmte Botschaften über Bilder kommuniziert werden. Kapitel 3 beschäftigt sich mit dem sozialen Geschlecht. Es wird auf die Geschichte der Geschlechterforschung eingegangen und grundlegende Modelle gestreift. Weiteres wird der Bezug zwischen Körper und Geschlechteridentität erläutert, sowie auf die Konstruktion des Geschlechts im Rahmen der Systeme Sport und Medien eingegangen. Kapitel 4 zeigt den aktuellen Stand der Geschlechterforschung im Bereich Medien und Sport. Dabei wird der Bezug zur Frauenforschung hergestellt und die Ergebnisse hinsichtlich Konstruktion von Geschlechterstereotypen dargestellt. Im Kapitel 5 werden männliche Stereotype aus vorausgegangen Studien besprochen. Die Erkenntnisse aus den Studien werden gesammelt dargestellt und gelten als Anhaltspunkte für die empirische Untersuchung. Weiteres werden das Konzept Männlichkeit, geschlechtsspezifische Stereotype, Stereotypisierung im Sport, Stereotypisierung in den Medien behandelt. Kapitel 6 behandelt den Bereich Medien und Sport. Das Augenmerk wird auf die Rolle der Sportmedienberichterstattung und deren Einfluss auf die Konstruktion des sozialen Geschlechts gelegt. Weiteres wird näher auf die spezielle Bedeutung von Abbildungen im Rahmen der Berichterstattung eingegangen. Der empirische Teil der Arbeit setzt sich konkret mit der Analyse des Bildmaterials auseinander. Im Analysebogen werden Inhalte, die männliche Stereotype kommunizieren festgelegt und analysiert. Ziel der Analyse ist es, die (stereotype) Darstellung von männlichen Sportlern im Rahmen der Sportberichterstattung nachzuzeichnen bzw. der Frage nachzugehen, welches Männerbild im Sport durch dieses Medium gezeichnet wird. Des Weiteren wird nach neuen Darstellungsformen von Männlichkeit bzw. neuen Männerbildern jenseits traditioneller Muster gesucht, welche die gesellschaftlichen Stereotype aufweichen.

Lebenslauf

Name	Efler Michael Franz
Wohnadresse	SchleiningerstraÙe 16/1/6, 7503 Großpetersdorf
Geburtsdatum	12.10.1979
Geburtsort	Wien
Staatsbürgerschaft	Österreich
Ausbildung	Volksschule Großpetersdorf 1986-1990 Hauptschule Großpetersdorf 1990-1994 Gewerbegymnasium Güssing 1994-2000
Studium	LA Geschichte und Sozialkunde / LA Geographie u. Wirtschaftskunde 2001 LA Leibeserziehung / LA Geschichte und Sozialkunde 2002-2004 LA Bildnerische Erziehung / LA Leibeserziehung 2004- 2012
Praktikum während des Studiums	
Berufspraxis	Trainer Kinder- und Jugendgruppe Geräteturnverein Rechnitz 03-05/2007 Sportlicher Betreuer ORF - Sport Bodycheck 03/2004
Berufstätigkeit	Servicemitarbeiter, Mandarin 02/ 2004 ÖEP – Catering 02-11/2002 Do&Co 2006 -2012