

Thomas Horky

Die Inszenierung des Sports in der Massen- kommunikation

**Theoretische Grundlagen und Analyse von
Medienberichterstattung**

Hamburg, 2001

INHALTSVERZEICHNIS

Seite

	VORWORT	3
0	EINLEITUNG	11
0.1	Problemstellung	14
0.2	Zum Begriff: Inszenierung	18
0.3	Aufbau der Arbeit.....	21
1	MASSENKOMMUNIKATION	22
1.1	Definition von Kommunikation und Massenkommunikation.....	22
1.2	Modelle der Massenkommunikation.....	24
1.3	Wirklichkeitskonstruktion durch Massenkommunikation.....	26
	1.3.1 Stereotypen	30
	1.3.2 Gatekeeper	31
	1.3.3 Nachrichtenfaktoren	33
1.4	Massenkommunikation als System.....	36
	1.4.1 Themen	36
	1.4.2 Codierung	38
	1.4.3 Programmierung	38
1.5	Massenkommunikation und Inszenierung.....	40
	1.5.1 Nachrichtenproduktion.....	46
	1.5.2 Thematische Inszenierung	48
	1.5.3 Inszenierung als Reformulierungshandlung	51
	1.5.4 Inszenierung des Fernsehens	53
	1.5.5 Beschleunigung, Fiktionalisierung, Entertainisierung und Kommerzialisierung	57
	1.5.6 Inszenierungen im Medienverbund	60
	1.5.7 Politische Kommunikation/Wirkungskonstellationen.....	62
1.6	Ausdifferenzierung des Systems Massenkommunikation.....	64
	1.6.1 Printmedien.....	66
	1.6.2 Fernsehen.....	67
	1.6.3 Hörfunk	69
	1.6.4 Mediäre Systemreferenzen	70
1.7	Zusammenfassung.....	77
2	SPORT	79
2.1	Definitionen von Sport.....	80
2.2	Modelle des Sports	88
	2.2.1 Konstitutive Variablen.....	89
	2.2.2 Strukturprägende Variablen.....	90
	2.2.3 Einwirkende Variablen	90
	2.2.4 Begleitende Variablen	91
2.3	Sport als soziales Konstrukt.....	92
2.4	Sport als System.....	95
	2.4.1 Codierung	95

	2.4.2	Spannung	96
	2.4.3	Programmierung	101
2.5		Sport und Inszenierung	101
	2.5.1	Inszenierungsmodell des Sports	102
	2.5.2	Inszenierungsprozesse des Sports.....	108
		2.5.2.1 Inszenierung der sportlichen Handlung.....	108
		2.5.2.2 Inszenierung der Sportler.....	112
		2.5.2.3 Inszenierung der Sportarten	114
		2.5.2.4 Inszenierung von Duellen	116
		2.5.2.5 Inszenierung von Sportveranstaltungen.....	117
2.6		Ausdifferenzierung des Systems Sport	120
	2.6.1	Breitensportorientierter Wettkampfsport	120
	2.6.2	Staatlich geförderter Leistungssport	121
	2.6.3	Dienstleistungsorientierter Freizeitsport im Verein	122
	2.6.4	Kommerzielle Sportangebote.....	123
	2.6.5	Privater Sport	123
	2.6.6	Medialorientierter Spitzensport.....	124
2.7		Zusammenfassung	125
3		SPORT UND MASSENKOMMUNIKATION.....	127
3.1		Forschungsstand.....	128
	3.1.1	Kommunikatorforschung.....	129
	3.1.2	Printmedien	133
		3.1.2.1 Sportzeitschriften.....	136
		3.1.2.2 Agenturen	137
	3.1.3	Fernsehen	139
	3.1.4	Hörfunk	141
	3.1.5	Publikumsforschung	145
	3.1.6	Systemreferenzen	146
3.2		Mediensportwirklichkeit.....	148
3.3		Qualität der Mediensportwirklichkeit	153
	3.3.1	Leistung	154
	3.3.2	Sprache.....	155
	3.3.3	Nationalismus	156
	3.3.4	Idolisierung	156
	3.3.5	Gewalt.....	157
	3.3.6	Unterhaltung/Show	158
	3.3.7	Frauen.....	159
	3.3.8	Farbige.....	161
	3.3.9	Kommerzialisierung	162
3.4		Systemkopplungen von Sport und Massenkommunikation.....	164
	3.4.1	Systemkopplung Spannung.....	165
	3.4.2	Systemkopplung Körper.....	167
	3.4.3	Systemkopplung Geld.....	169
	3.4.4	Systemkopplung Zeit.....	170
	3.4.5	Systemkopplung Raum.....	173

3.5	Inszenierung des Sports durch die Massenkommunikation	175
3.5.1	Inszenierungsprozesse.....	177
3.5.1.1	Inszenierungsprozess Thema.....	178
3.5.1.2	Inszenierungsprozess Person	182
3.5.1.3	Inszenierungsprozess Nähe	184
3.5.1.4	Inszenierungsprozess Geschwindigkeit.....	188
3.5.2	Inszenierungstechniken.....	191
3.5.2.1	Inszenierungstechniken in den Printmedien	191
3.5.2.2	Inszenierungstechniken im Fernsehen	195
3.5.2.3	Inszenierungstechniken im Hörfunk.....	201
3.6	Modell der Inszenierung des Sports in der Massen- kommunikation.....	204
3.6.1	Fragestellungen/Hypothesen.....	213
3.7	Zusammenfassung.....	214
4	UNTERSUCHUNG	217
4.1	Untersuchungsgegenstand	217
4.1.1	Bestimmung der untersuchten Medien.....	219
4.1.2	Bestimmung des Untersuchungszeitraumes.....	220
4.1.3	Grundgesamtheit der Untersuchung.....	221
4.1.4	Bestimmung des Untersuchungsthemas	223
4.2	Methode	225
4.2.1	Kodiereinheit.....	229
4.2.2	Kategorien	230
4.2.3	Gradualisierung der Inszenierungsprozesse.....	231
4.3	Kodierbeispiele.....	235
4.3.1	Bild	235
4.3.2	dpa.....	237
4.3.3	NDR 2	238
4.3.4	RTL	240
4.4	Überprüfung des Untersuchungsinstruments.....	245
4.5	Zusammenfassung.....	247
5	ERGEBNISSE	248
5.1	Struktur-Analyse.....	250
5.2	Verlaufs-Analyse	267
5.3	Qualitative Analyse.....	281
5.3.1	Leistung.....	282
5.3.2	Held	290
5.3.3	Gefühl.....	301
5.4	Systemreferenzen.....	306
5.4.1	Intermediäre Systemreferenzen.....	306
5.4.2	Intramediäre Systemreferenzen.....	309
5.5	Überprüfung der Hypothesen.....	312
5.6	Bewertung und Zusammenfassung.....	315

6	ZUSAMMENFASSUNG.....	319
6.1	Diskussion.....	322
6.2	Ausblick	328
7	QUELLEN.....	331
	ANHANG.....	375

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ARD	= Arbeitsgemeinschaft öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten Deutschlands
B	= Bild-Zeitung
BamS	= Bild am Sonntag
BZ	= Bergedorfer Zeitung
dpa	= Deutsche Presse-Agentur
DSF	= Deutsches Sport-Fernsehen
EM	= Europameisterschaft
F	= Focus
FAZ	= Frankfurter Allgemeine Zeitung
HA	= Hamburger Abendblatt
HF	= Hörfunk
K	= Kicker (Sportmagazin)
M	= Hamburger Morgenpost
NDR	= Norddeutscher Rundfunk
PK	= Pressekonferenz
PR	= Public Relations
RHH	= Radio Hamburg
RTL	= Radio Television Luxemburg
SAT 1	= Satelliten Fernsehen GmbH
SB	= Sport-Bild
sid	= Sportinformationsdienst
SP	= Der Spiegel
ST	= Stern
SZ	= Süddeutsche Zeitung
TV	= Fernsehen
WamS	= Welt am Sonntag
WAZ	= Westdeutsche Allgemeine
WDR	= Westdeutscher Rundfunk
WM	= Weltmeisterschaft
ZDF	= Zweites Deutsches Fernsehen