

Einreichung zum

Call for Papers zur Tagung der Ad-hoc-Gruppe Mediensport und Sportkommunikation in der DGPK zu „Medien und Sport“, 5. und 6. Oktober 2015 in München

Sicherheit? Sicherheit! Zur Wirkung von sportpolitischer Printberichterstattung und visuellen Fußballfan-Stereotypen

Sarah Dorsch, Klaus Kamps, Natalie Raida & Anne Reinhardt¹

Hintergrund und Forschungsfragen

Am 12. Dezember 2012 verabschiedete die Deutsche Fußball Liga (DFL) das Konzept „Sicheres Stadionerlebnis“ und reagierte damit auf die Ergebnisse einer Sicherheitskonferenz (17. Juli) und Innenministerkonferenz vom 17. und 23. Juli. Begleitet wurde das Eckpunktepapier nicht nur von einer medialen Debatte um Ausschreitungen im Fußball, sondern auch von Fan-Protesten in den Stadien. Auffällig war dabei eine durch Negativismus und Konflikt geprägte Medienberichterstattung, die im Kontrast stand zu einer Problemwahrnehmung in der deutschen Fankultur, die dem Papier äußerst kritisch begegnete.

Insofern stellt sich einerseits die Frage, ob medial vermittelte Stereotype „der Fans“ auch sportpolitische Entscheidungen beeinflussen (Pilz, 2002; Stiehler & Marr, 2001). Andererseits ist von kommunikationswissenschaftlichem Interesse, welche stereotypen Vorstellungen von Fußballfans in der Bevölkerung bestehen und inwiefern sie Einfluss auf die Rezeption von (print-)medialer Berichterstattung über die Problematik haben könnten. Dieser Punkt stand im Fokus der eingereichten Studie: Ziel war, stereotype Vorstellungen von Fußballfans in der Bevölkerung zu systematisieren und zu untersuchen, ob und wie diese Stereotype – konkretisiert als Bild-Stereotype – die Wahrnehmung der Printberichterstattung beeinflussen:

FF1: *Welche stereotypen Darstellungen von Fußballfans existieren in der Bevölkerung?*

FF2: *Welche Auswirkungen haben visuelle (Fan-)Stereotype auf die Rezeption von print-medialer Berichterstattung über Sportpolitik?*

¹ Unter Mitarbeit von *Kevin Krenkel, Chris Lugert, Tessa Wosgien und Martin Zenge*

Theoretische Perspektiven und Hypothesengenerierung

Theoretisch stützte sich die Studie auf die Stereotypen- und Vorurteilsforschung und auf Arbeiten zur Sportkommunikation, die sich mit Typologien von Fußballfans und medialer Berichterstattung beschäftigten (u. a. Giulianotti, 2002; Pilz, 2002; Schmalriede, 2004; Stiehler & Marr, 2001; Strauß, 2002). Mit Blick auf die Informationsverarbeitung wurde auf das Elaboration-Likelihood-Modell rekurriert, das wiederum in Hinsicht auf Voreinstellungen und den Grad des Involvements durch konsistenz- und dissonanztheoretische Ansätze ergänzt wurde (u. a. Festinger, 1957; Kepplinger, 2010; Matthes, 2007; Petty & Cacioppo, 1986; Price & Tewksbury, 1997; Scheufele, 2003).

Darauf basierend gingen wir (u. a.) davon aus, dass Rezipienten mit geringem Involvement (Interesse für den Sport) ihre Einstellung hinsichtlich der Fans und der Sportpolitik der Medienberichterstattung anpassen. Bei Hochinvolvierten wären hingegen keine oder nur leichte Änderungen zu erwarten, abhängig vom Tenor (visuelle Stereotype) der medialen Darstellung.

Methode

Die Studie wurde als 3-stufiges Mehrmethodendesign realisiert: Fokusgruppenbefragung, Bildsortierstudie, Online-Experiment.

1) Die kognitiven Fußballfan-Stereotype wurden mithilfe von *Fokusgruppenbefragungen* ermittelt. Abgeleitet wurde eine Typologie mit sieben Stereotypen, die sich in den Dimensionen ‚Aggression‘, ‚Verhalten‘ und ‚Aussehen‘ unterscheiden.

2) Mit Blick auf die Visualisierung solcher Stereotype wurde eine systematische Internetrecherche von relevanten Online-Printmedien durchgeführt. Die Bilder wurden mit den Merkmalen der Stereotype abgeglichen und zugeordnet. Jeweils sechs zufällig ausgewählte Fotografien pro Stereotyp bildeten das Material für die *Bildsortierstudie*. Dabei nahmen die Teilnehmer eine offene Sortierung vor und bestimmten einen Repräsentanten für jede Bildergruppe; dieser Repräsentant diente wiederum als Teil des Stimulus-Materials des folgenden Experiments. Vier *visuelle* Fan-Stereotype der Medienberichterstattung konnten

bestätigt werden: *Der rechte Fan*, *Der aggressive Fan*, *Der aggressive Bengalozünder* und *Der friedliche Fan*.

3) Schließlich wurde in einem *Online-Experiment* die Wirkung stereotyper Fan-Bilder auf die Wahrnehmung fußballpolitischer Berichterstattung untersucht. Als Treatment dienten die vier Gruppenrepräsentanten der Bildsortierstudie in Kombination mit einem Zeitungsartikel über das DFL-Konzeptpapier „Sicheres Stadionerlebnis“ aus einer überregionalen Tageszeitung. Der Artikel wurde zuvor auf seine Neutralität und Verständlichkeit von einem studentischen Sample validiert: Der Text war neutral und sachlich gehalten, ein zugeordnetes Foto variierte nach Stereotyp. Eine Kontrollgruppe erhielt den Artikel mit einer Fotografie, die eine Luftaufnahme eines ausländischen Stadions zeigte.

Ergebnisse

Die *Fokusgruppenbefragung* (n = 31) und die Bildsortierstudie (n = 32) zeigten, dass die Mehrheit der Befragten zwar den *friedlichen Fan* als „Durchschnitt“ wahrnimmt, jedoch ein recht differenziertes Bild hinsichtlich der *aggressiven „Seite“* besitzt.

Das *Online-Experiment* (n = 1195) ergab, dass stereotype Bilder eher zu einer Einstellungsänderung bezüglich Fußballfans, Sportpolitik, Sicherheitssituation und dem DFL-Papier führen als das neutrale Bild eines Fußballstadions. Die verschiedenen stereotypen Stimuli unterscheiden sich allerdings *kaum* in ihrem Einfluss auf die Probanden. Unsere Annahme ist, dass der validiert ‚neutrale‘ Artikel die Problematik der Sicherheitssituation in den Fußballstadien oft erst in das Bewusstsein vieler Probanden bringt (Sicherheit? Sicherheit!), so dass deren (in der unmittelbaren Befragung geäußerte) Einstellung unabhängig vom erhaltenen (visuellen) Fußballfan-Stereotyp negativ geprägt wird. Wichtige intervenierende Variablen, die diesen Prozess beeinflussen, sind das Involvement und das Vorwissen der Probanden: Hochinvolvierte Teilnehmer besitzen eine positivere Einstellung zu Fußballfans und der Sicherheitssituation in deutschen Stadien, gleichzeitig jedoch eine erheblich schlechtere gegenüber Sportpolitik sowie dem DFL-Papier. Kommunikationswissenschaftlich betrachtet unterstreicht die Studie damit u. a. die Bedeutung des Faktors Involvement für die Rezeption von Printberichterstattung.

Die Studie ist abgeschlossen, ihre Ergebnisse würden im Rahmen der Münchener Tagung erstmals der wissenschaftlichen Öffentlichkeit präsentiert.

Literatur

- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: University Press.
- Giulianotti, R. (2002). Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs. A Taxonomy of Spectator Identities in Football. *Journal of Sport and Social Issues*, 26, 25-46.
- Kepplinger, H. M. (2010). *Medieneffekte*. Wiesbaden: Springer VS.
- Matthes, J. (2007). *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten*. München: R. Fischer.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion. Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer.
- Pilz, G. A. (2002). Sport, Medien und Gewalt. In J. Schwier (Hrsg.), *Mediensport. Ein einführendes Handbuch* (S. 243-262). Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren.
- Price, V. & Tewksbury, D. (1997). News Values and Public Opinion. A Theoretical Account of media priming and framing. In G. Barnett & F. J. Boster (Hrsg.), *Progress in the communication sciences. Volume XIII* (S. 173-212). Greenwich: Ablex Publishing Corporation.
- Scheufele, B. (2003). *Frames – Framing – Framing-Effekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schmalriede, M. (2004). Zwischen Dokumentation und Inszenierung. Sportfotografie im Wandel. In T. Schierl (Hrsg.), *Die Visualisierung des Sports in den Medien* (S. 11-39). Köln: Von Halem.
- Stiehler, H.-J. & Marr, M. (2001). Das Ende der Ausreden. Mediale Diskurse zum Scheitern im Sport. In G. Roters (Hrsg.), *Sport und Sportrezeption* (S. 111-132). Baden-Baden: Nomos.
- Strauß, B. (2002). Zuschauer und Mediensport. In J. Schwier (Hrsg.), *Mediensport. Ein einführendes Handbuch* (S. 151-172). Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren.