

SPORTKOMMUNIKATION

Christiana Schallhorn

Kultivierung durch Sportgroßereignisse

Zum Einfluss der Medienberichterstattung über die
Fußballweltmeisterschaft 2014 auf die
Wahrnehmung des Gastgeberlandes Brasilien

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Christiana Schallhorn

*Kultivierung durch Sportgroßereignisse.
Zum Einfluss der Medienberichterstattung
über die Fußballweltmeisterschaft 2014
auf die Wahrnehmung des Gastgeberlandes Brasilien*
Sportkommunikation, 14
Köln: Halem, 2017

Die Reihe *Sportkommunikation* wird herausgegeben von Thomas Horky, Thomas Schierl und Hans-Jörg Stiehler.

ISSN 1863-7833

Christiana Schallhorn ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut Mensch-Computer-Medien an der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation, Julius-Maximilians-Universität Würzburg. 2016 promovierte sie mit vorliegender Arbeit.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-250-7
ISBN (PDF): 978-3-86962-251-4

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
LEKTORAT: Rabea Wolf
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Dank	11
1. EINFÜHRUNG	12
2. KULTIVIERUNGSFORSCHUNG	18
2.1 Ursprung der Kultivierungsforschung	19
2.2 Weiterentwicklungen in der Kultivierungsforschung	25
2.3 Internationale und interkulturelle Perspektiven in der Kultivierungsforschung	29
2.4 Status quo	39
2.4.1 <i>Selbstverständnis der Kultivierungsforschung</i>	39
2.4.2 <i>Methoden der Kultivierungsforschung</i>	46
2.4.3 <i>Gültigkeit der Kultivierungsforschung</i>	47
2.4.4 <i>Fazit zum Status quo der Kultivierungsforschung</i>	51
3. DIE BERICHTERSTATTUNG BEI MEDIALEN SPORTGROSSEREIGNISSEN UND IHRE WIRKUNG	54
3.1 Darstellung und Wirkung von Geschlecht	57
3.2 Darstellung und Wirkung von Ethnien	66
3.3 Darstellung nationaler Identität und Wirkung auf den Nationalstolz	70
3.4 Darstellung der Gastgeberländer und Wirkung auf ihr Image	78
3.4.1 <i>Länderimage</i>	79
3.4.2 <i>Mediale Sichtbarkeit von Ländern außerhalb von Sportgroßereignissen (Exkurs)</i>	80

3.4.3	<i>Die Rolle der Medien für die Image-Bildung</i>	81
3.4.4	<i>Forschungsstand</i>	83
4.	ZUSAMMENFASSUNG, FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN	91
5.	VORSTUDIE	99
5.1	Ziele	99
5.2	Methode	100
5.3	Ergebnisse	103
6.	HAUPTSTUDIE: METHODE	108
6.1	Studiendesign und Untersuchungsmethoden	108
6.1.1	<i>Ausgangspunkt der Wahl der Forschungsmethode und des Forschungsdesigns</i>	108
6.1.2	<i>Methodenkombination aus Inhaltsanalyse und Befragung</i>	109
6.1.3	<i>Zusammenfassung der Implikationen für Studiendesign und Erhebungsinstrumente</i>	114
6.2	Befragung	117
6.2.1	<i>Konzeption der Fragebögen</i>	117
6.2.2	<i>Inhaltliche Strukturierung der Fragebögen</i>	117
6.2.3	<i>Rekrutierung</i>	124
6.2.4	<i>Datenerhebung und Datenrücklauf</i>	126
6.2.5	<i>Stichprobe</i>	128
6.3	Inhaltsanalyse	130
6.3.1	<i>Untersuchungszeitraum und -material</i>	130
6.3.2	<i>Codebuch</i>	132
6.3.3	<i>Codiererschulung und Intercoder-Reliabilitätstest</i>	136
6.3.4	<i>Durchführung der Inhaltsanalyse</i>	137
6.3.5	<i>Stichprobe</i>	139

7.	HAUPTSTUDIE: ERGEBNISSE	140
7.1	Inhaltsanalyse	140
7.1.1	<i>Analyse der Medienberichterstattung im Aggregat</i>	140
7.1.2	<i>Zwischenfazit I</i>	145
7.1.3	<i>Analyse der Berichterstattung auf Individualebene</i>	146
7.1.4	<i>Zwischenfazit II</i>	154
7.2	Befragung	155
7.2.1	<i>Analyse der Veränderungen der Themenbewertung</i>	155
7.2.2	<i>Zwischenfazit III</i>	158
7.3	Kombinierte Betrachtung aus Inhaltsanalyse- und Befragungsdaten	158
7.3.1	<i>Kombinierte Betrachtung im Aggregat I</i>	158
7.3.2	<i>Zwischenfazit IV</i>	163
7.3.3	<i>Kombinierte Betrachtung im Aggregat II</i>	165
7.3.4	<i>Zwischenfazit V</i>	171
7.3.5	<i>Kombinierte Betrachtung auf Individualebene</i>	172
7.3.6	<i>Zwischenfazit VI</i>	181
7.3.7	<i>Reiseabsicht</i>	182
8.	FAZIT UND AUSBLICK	184
8.1	Zusammenfassung und abschließende Ergebnisdiskussion	184
8.2	Methodenkritik und Implikationen für zukünftige Studien	193
8.2.1	<i>Befragung</i>	193
8.2.2	<i>Inhaltsanalyse</i>	196
8.2.3	<i>Kombinierte Betrachtung</i>	199
8.3	Implikationen für die Kultivierungstheorie	202
8.4	Implikationen für die Austragung von medialen Sportgroßereignissen	204
Literatur		208

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1	Vereinfachte Darstellung der Messinstrumente und des zeitlichen Ablaufs der Datenerhebungen	116
Abb. 2	Vereinfachte Darstellung des Codierablaufs	134
Abb. 3	Anteil der Berichte in der Medienberichterstattung nach inhaltlichen Schwerpunkten	141
Abb. 4	Themen und Subthemen in der Medienberichterstattung	144
Abb. 5	Anzahl und Valenz der Themen in der Berichterstattung	145
Abb. 6	Vorstellungen über die Attraktivität der Natur Brasiliens von Viel- und Wenignutzern vor und nach der WM	166
Abb. 7	Vorstellungen über die Stadien in Brasilien von Viel- und Wenignutzern vor und nach der WM	167
Abb. 8	Vorstellungen über die Sicherheit in Brasilien von Viel- und Wenignutzern vor und nach der WM	168
Abb. 9	Vorstellungen über den Lebensstandard Brasiliens von Viel- und Wenignutzern vor und nach der WM	168
Abb. 10	Vorstellungen über die Zukunftschancen Brasiliens von Viel- und Wenignutzern vor und nach der WM	169
Abb. 11	Vorstellungen über die Hotels Brasiliens von Viel- und Wenignutzern vor und nach der WM	170
Abb. 12	Das Interesse Brasiliens zu bereisen von Viel- und Wenignutzern vor und nach der WM	183
Abb. 13	Brauner Rasen im Stadion von Manaus wird grün gefärbt	188
Abb. 14	Brückeneinsturz in Belo Horizonte	189

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1	Vorher- und Nachher-Bewertung der Themen	105
Tab. 2	Zusammensetzung der Stichprobe	128
Tab. 3	Top 15 der meistgenannten Medien aller Befragten (aus Welle 1), die zur Informationssuche genutzt werden	130
Tab. 4	Anzahl wm-bezogener Beiträge und Anteil brasilienbezogener Beiträge in den einzelnen Medien	148
Tab. 5	Rangliste der Themen in den einzelnen Medien	150
Tab. 6	Durchschnittliche Valenz der Themen in den einzelnen Medien	153
Tab. 7	Vorher- und Nachher-Bewertung der Themen	157
Tab. 8	Kombinierte Betrachtung aus Inhaltsanalyse- und Befragungsdaten (im Aggregat)	160
Tab. 9	Prädiktoren für die Veränderung der Vorstellungen von der Arbeitsmoral der Brasilianer	175
Tab. 10	Prädiktoren für die Veränderung der Vorstellungen vom Temperament der Brasilianer	177
Tab. 11	Kombinierte Betrachtung der Tendenz der Darstellung der Brasilianer in den Medien und die Richtung der Vorstellungsänderungen	178
Tab. 12	Die 20 Sendungen mit den höchsten Einschaltquoten im Jahr 2014	198

Sportkommunikation



CHRISTIANA SCHALLHORN

**Kultivierung durch Sportgroßereignisse.
Zum Einfluss der Medienberichterstattung über die Fußballweltmeisterschaft 2014 auf die Wahrnehmung des Gastgeberlandes Brasilien**

Sportkommunikation, 14

2017, 240 S., 14 Abb., 12 Tab.,

Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-250-7

Sportgroßereignisse wie die Fußballweltmeisterschaft oder die Olympischen Spiele erzeugen weltweit große mediale Aufmerksamkeit. Im Fokus der begleitenden Berichterstattung während der Sportevents stehen aber nicht nur die Sportler selbst, sondern auch das Gastgeberland, das sich durch die Ausrichtung ein positives Image verspricht. Vor dem Hintergrund der Kultivierungstheorie, nach der Medieninhalte unsere Wahrnehmung von der Realität beeinflussen und dies im besonderen Maße bei Themen, die fern der eigenen Lebenswelt liegen, stellt sich deshalb folgende Frage: Welchen Einfluss hat die Medienberichterstattung während eines Sportgroßereignisses auf die Wahrnehmung des Gastgeberlandes?

Im Rahmen der Fußballweltmeisterschaft 2014 in Brasilien wurde deshalb eine umfangreiche quantitative Inhaltsanalyse reichweitenstarker Medienangebote aus den Bereichen Print, Fernsehen und Online im WM-Zeitraum durchgeführt. Dabei wurden die Häufigkeit und Valenz ausgewählter Themen medienpezifisch und medienübergreifend analysiert. Außerdem fand eine schriftliche Panel-Befragung vor und nach der WM statt, um Veränderungen in den Vorstellungen über Brasilien nach der WM im Vergleich zu vor der WM zu erfassen. Abschließend wurden die Ergebnisse beider Analysen kombiniert betrachtet, um zu überprüfen, inwiefern sich die Tendenzen in der Medienberichterstattung in den (veränderten) Vorstellungen von Brasilien bei den Rezipienten nach der WM widerspiegeln.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de