

Inhalt

1	Einleitung	17
2	Reziproke Effekte	23
2.1	Reziproke Effekte in der Medienwirkungsforschung	23
2.2	Definition und Wirkungsmodell	25
2.2.1	Unabhängige Variablen	27
2.2.2	Intervenierende Variablen	28
2.2.3	Abhängige Variablen	29
2.2.3.1	Reaktive, interaktive und pro-aktive Effekte	31
2.2.4	Zusammenfassung	32
2.3	Erklärungsansätze	33
2.3.1	Persönliche Relevanz	33
2.3.2	Geringe Selektion	34
2.3.3	Attribution	35
2.3.4	Wahrgenommene und vermutete Reaktionen Dritter	36
2.4	Forschungsstand	37
2.4.1	Reziproke Effekte in Politik, Wirtschaft, Justiz und Medien	37
2.4.2	Reziproke Effekte im Sport	41
3	Sportberichterstattung	47
3.1	Zum Verhältnis von Sport, Medien und Wirtschaft	47
3.2	Sport in den Medien – Die Mediensportrealität	51
3.2.1	Umfang	52
3.2.2	Inhaltliche Schwerpunkte	53
3.2.3	Formale Aspekte	56
3.2.4	Zusammenfassung	57

3.3	Akteure	58
3.3.1	Sportjournalisten.....	58
3.3.1.1	Allgemeine Merkmale	58
3.3.2	Einstellung zu Sportlern	60
3.3.3	Spitzensportler	62
3.3.3.1	Begriffsbestimmung	62
3.3.3.2	Das Bild der Sportler in den Medien	64
4	Zum Forschungsprojekt.....	67
4.1	Forschungsziel und Forschungsfragen.....	67
4.2	Forschungsansatz.....	70
4.2.1	Das qualitative Interview	72
4.2.2	Verlässlichkeit der Aussagen.....	74
4.3	Durchführung.....	76
4.3.1	Auswahl und Rekrutierung der Gesprächspartner	76
4.3.2	Leitfaden und Gesprächsführung.....	78
4.4	Auswertungsstrategie.....	80
5	Ergebnisse.....	85
5.1	Befragte	85
5.2	Mediennutzung	89
5.2.1	Mediennutzungsverhalten allgemein	89
5.2.2	Interesse an Berichterstattung über die eigene Person.....	91
5.3	Reaktive Phase.....	95
5.3.1	Einstellung zu Medien	95
5.3.1.1	Wahrnehmung des Medieninteresses.....	95
5.3.1.2	Bewertung von Sportberichterstattung	99
5.3.1.3	Einschätzung des Medieneinflusses im Sport.....	101
5.3.2	Verhältnis zu Sportjournalisten	103
5.3.2.1	Bewertung der Arbeitsweise.....	104
5.3.2.2	Konfrontation mit Journalisten nach Berichterstattung	107

5.3.3	Einflüsse im Privatleben	109
5.3.3.1	Schule, Universität und Beruf.....	109
5.3.3.2	Familie, Freunde und Bekannte	112
5.3.3.3	Unbekannte.....	115
5.3.3.4	Persönliche Entwicklung	117
5.3.4	Einflüsse im sportlichen Bereich	119
5.3.4.1	Wissen um Leistungsbewertung, Erwartungen und Stimmungen .	120
5.3.4.2	Wissen um die Bewertung der Leistung anderer	122
5.3.4.3	Emotionale Verfassung.....	123
5.3.4.4	Druck und Motivation.....	126
5.3.4.5	Trainingsablauf.....	128
5.3.4.6	Wettkampfablauf	130
5.3.5	Zusammenfassung und Wirkungsmodell.....	132
5.4	Interaktive Phase.....	135
5.4.1	Anwesenheit von Medienvertretern.....	135
5.4.2	Interviews und andere Medientermine.....	138
5.4.2.1	Einflüsse durch Sportlermerkmale.....	139
5.4.2.2	Einflüsse durch Journalistenmerkmale	141
5.4.2.3	Äußere Umstände	142
5.4.3	Folgen der Interaktion für die Sportler	144
5.4.4	Zusammenfassung und Wirkungsmodell.....	147
5.5	Pro-aktive Phase	150
5.5.1	Professionelle Unterstützung	150
5.5.2	Institutionalisierte Interaktion.....	153
5.5.3	Konkrete Beeinflussung der Berichterstattung	155
5.5.3.1	Zurückhaltung.....	155
5.5.3.2	Aktive Themensetzung	157
5.5.3.3	Aktive Imagebildung	160
5.5.4	Zusammenfassung und Wirkungsmodell.....	163
6	Fazit	167
7	Literaturverzeichnis	175
8	Zeitungsartikel und Homepages.....	185
Anhang	189