

Blinder Fleck und die Schuld der anderen!

Online-Umfrage zur Selbstwahrnehmung und Fremdeinschätzung
zur Mitverantwortung von Sportjournalist*innen für Doping

Michael Schaffrath

Zusammenfassung

Bei Doping handelt es sich nicht nur um einen eklatanten Normverstoß einzelner Spitzensportler*innen, sondern um einen Konstellationseffekt, der durch eine Vielzahl von Akteuren generiert wird. In diesem Beitrag wird untersucht, welche Akteursgruppen aus Sicht von Sportjournalist*innen und Trainer*innen am Konstellationseffekt Doping mitbeteiligt sind. Zudem wird gefragt, inwiefern Sportjournalist*innen ihre Mitverantwortung für Doping erkennen (Selbstwahrnehmung) und wie Trainer*innen die Mitverantwortung von Sportjournalist*innen für Doping sehen (Fremdeinschätzung). Es wurden zwei Online-Befragungen durchgeführt, an denen sich 906 Sportjournalist*innen (Rücklaufquote 26,5 %) und 822 Trainer*innen (Rücklaufquote 33,6 %) beteiligten. Von beiden Befragtegruppen werden die Athlet*innen als Hauptverantwortliche, aber nicht als Alleinschuldige für Doping identifiziert. Die Mitverantwortung anderer Akteure wird in abgestufter Intensität wahrgenommen. Dabei konzedieren die Trainer*innen die Mitverantwortung ihrer Berufsgruppe eindeutiger als die Sportjournalist*innen, von denen die überwiegende Mehrheit einen blinden Fleck bezüglich der eigenen Verstrickung aufweist.

Abstract

Doping is not just a blatant violation of norms by individual top athletes, but a constellation effect generated by a large number of actors. This article examines which groups of actors are involved in the constellation effect of doping from the perspective of sports journalists and coaches. In addition, it asks to what extent sports journalists recognize their co-responsibility for doping (self-perception) and how coaches assess the co-responsibility of sports journalists for doping (external assessment). Two online surveys were conducted, in which 906 sports journalists (response rate 26.5 %) and 822 coaches (response rate 33.6 %) participated. Both groups of respondents identified athletes as the main, but not the only culprits for doping. Other groups are perceived to be jointly responsible to a varying degree of intensity. The coaches concede the joint responsibility of their professional group more clearly than the sports journalists, the vast majority of whom have a blind spot regarding their groups' own responsibility.

Prof. Dr. Michael Schaffrath, M.A.
Arbeitsbereich für Medien und Kommunikation
Fakultät für Sport- und Gesundheitswissenschaften,
Technische Universität München
Georg Brauchle Ring 60-62; 80992 München
E-Mail: michael.schaffrath@tum.de

1. Einleitung

Doping gehört zu den negativsten Begleiterscheinungen des Spitzensports und ist gerade deshalb der Stoff „aus dem Medienträume sind“ (Bette & Schimank, 2006a, S. 30). Im systemtheoretischen Sinne ist das Thema Doping an die Selbstreferentialität der Massenmedien besonders anschlussfähig, weil es den existentiellen prozessoralen Automatismus massenmedialen Operierens initiiert und damit einen wichtigen Beitrag zur Systemstabilisierung der Massenmedien leistet. Die mediale Beschäftigung mit dem Thema Doping ist für die Sportberichterstattung aber auch deshalb notwendig, weil Kritik und Kontrolle zum normativen Anforderungskatalog der Medien zählen. In den Landespressegesetzen werden die Pflicht „zu wahrheitsgemäßer Berichterstattung“ (siehe z. B. Bayerisches Pressegesetz, 2020) und die Forderung „Kritik zu üben“ (siehe z. B. Pressegesetz für das Land Nordrhein-Westfalen, 2021) als „öffentliche Aufgaben der Presse“ fixiert. Dementsprechend gehört zur einer „wahrheitsgemäße Sportberichterstattung“ auch „Kritik an Doping zu üben“ und das nicht erst seit 2015, als Doping durch das Anti-Doping-Gesetz zur Straftat geworden ist. Darüber hinaus verpflichten sich die Mitglieder des Verbandes Deutscher Sportjournalist*innen (VDS) nach den Leitlinien des Sportjournalismus (2022) in Ziffer 3 selbst aktiv zum Einsatz gegen Doping: „Sportjournalist*innen bearbeiten und bewerten alle Bereiche des Sports. Sie üben damit eine öffentliche Kontrollfunktion aus. Sportjournalist*innen setzen sich für einen humanen, von Korruption und Doping freien Sport ein.“ Schließlich gehört, „Kritik an Missständen zu üben“, was den Missstand Doping im Sport ebenfalls inkludiert, zum Rollenselbstverständnis von Sportjournalist*innen, wie nahezu alle bisherigen Berufsfeldstudien gezeigt haben (vgl. Weischenberg, 1994a, S. 445; Görner, 1995, S. 246; Ehl & Fey, 2004, S. 100; Weischenberg, Malik & Scholl, 2006a, S. 278; Thielemann, 2008, S. 79; Schaffrath, 2010, S. 260; Helm, 2013, S. 182-184; Schaffrath, 2020, S. 61). Trotz dieser normativen Anforderungen und journalistischen Selbstansprüche hat sich der Sportjournalismus lange Zeit nur „wenig mit der Dopingproblematik beschäftigt“ (Ihle & Nieland 2013, S. 156) oder das Thema „nur dann aufgegriffen, wenn es sich aufgrund der Beweislage, der Brisanz oder der möglichen Tragweite eines Vorgangs nicht vermeiden“ ließ (Schauerte & Schwier 2015, S. 234). Diese „weit verbreitete journalistische Selektivität“ und der „opportunistische Umgang mit dem Dopingthema“ (Bette & Schimank, 2006, S. 30-31) werden vor allem mit strukturellen Aspekten erklärt (z. B. Ressourcenknappheit, Kosten- und Zeitdruck) und liegen darüber hinaus in persönlichen Gründen (z. B. Kompetenzdefizite, mangelnde Ausbildung bzgl. der komplexen Dopingproblematik). Dies haben Befragungen von Sportjournalist*innen deutlich gemacht (vgl. Schaffrath, Olson & Schulz, 2022; Olson, Schulz, Kautz & Schaffrath, 2020; Schaffrath, Schulz & Kautz, 2018).

Ausgehend von den Überlegungen von Bette und Schimank (2006a, 2006b), dass Doping ein Konstellationseffekt ist, der durch eine Vielzahl von Akteuren erzeugt wird, und rekurrend auf der Vermutung von Bette (2007), dass sich Massenmedien „noch nicht als Mitverursacher des Dopingproblems“ entdeckt haben, lautet die zentrale Forschungsfrage in diesem Beitrag, ob und inwieweit sich Sportjournalist*innen als Mitverantwortliche für Doping erkennen (Selbstwahrnehmung) und ob und inwieweit Trainer*innen die Mitverantwortung von Sportjournalist*innen für Doping sehen (Fremdeinschätzung). Dass das Thema Doping für Medien von besonderem Interesse ist bzw. sein sollte, liegt u.a. daran, dass das Thema eine ganze Reihe von Nachrichtenfaktoren erfüllt und somit einen hohen Nachrichtenwert besitzt.

2. Zentrale Nachrichtenfaktoren beim Thema Doping

Von den verschiedenen „Katalogen“ an Nachrichtenfaktoren, die im Journalismus im Allgemeinen (vgl. Galung & Ruge, 1965; Staab, 1990; Schulz, 1990; Eilders, 1997; Fretwurst, 2008) oder im Sportjournalismus im

Speziellen (vgl. Becker, 1983; Emig, 1987; Loosen, 1998) erarbeitet worden sind, besitzen beim Thema Doping insbesondere drei Nachrichtenfaktoren eine hohe Relevanz.

Negativismus: Nach Luhmann werden bei der Selektion von Information als Information durch die Massenmedien „Konflikte bevorzugt“ (1996, S. 49), weil diese Spannung erzeugen (1996, S. 59). Das journalistische Leitmotiv „bad news are good news“ löst auch die Berichterstattung über Doping aus. Denn Doping ist „konfliktträchtig, weil gedopte Sportler gegen die selbstauferlegte Sportmoral des Sports verstoßen“ (Bette & Schimank, 2006a, S. 28). Doping torpediert konstitutive Sinnprinzipien eines offenen Wettkampfausgangs und setzt die Chancengleichheit im Wettbewerb außer Kraft. Zudem konterkariert Doping die Vorstellung des Publikums hinsichtlich eines sauberen Sports. Dopingsünder demoralisieren ethische Maximen und erzeugen so Erwartungsenttäuschungen beim Publikum, ähnlich wie korrupte Politiker, bestechliche Beamte oder betrügerische Wirtschaftsbosse, die medial nicht nur thematisiert, sondern skandalisiert werden (vgl. Bette & Schimank, 2006a, S. 28-32).

Skandalisierung: Wie Luhmann (1996) dargelegt hat, bevorzugen Medien grundsätzlich Informationen, die sich vom Alltäglichen und Bekannten unterscheiden. Dies kommt in dem publizistischen Prinzip „news is what’s different“ zum Ausdruck. Medien präferieren das Unterscheidbare, das Neue, das Unerwartete. Eine Subkategorie des Unerwarteten ist der Normverstoß, der seinerseits „das konstitutive Element“ jedes Skandals darstellt (vgl. Hauser, 2011, S. 209). Und Normverstöße, bei denen sich das deviante Handeln der Delinquenten dramatisieren und moralisch aburteilen lässt, generieren publizistische Resonanz (vgl. Bette & Schimank, 2006a, S. 26). Deshalb gehören Dopingvergehen „in der Welt des mediatisierten Hochleistungssports zu den Skandalen par excellence“ (Hauser, 2011, S. 207). Skandale sind umso medienattraktiver, je gravierender der Normverstoß einerseits und je höher die Reputation der darin involvierten Delinquenten andererseits ist. Grundsätzlich sind Normverstöße für die Medien immer dann von Interesse, wenn sich das zugrundeliegende Fehlverhalten an einzelnen Personen festmachen lässt (vgl. Bette & Schimank, 2006a, S. 26).

Personalisierung: Für Luhmann (vgl. 1996, S. 65-66) präferieren die Medien eine Zurechnung auf Handelnde, ohne dabei die Kontexte für das Handeln zu durchleuchten. Das ist beim Sport aufgrund seiner speziellen Körper- und Personenorientierung in besonderem Maße der Fall. Der Sport bringt reale Personen ins Spiel. Menschen werden in beobachtbaren Situationen sozial sichtbar (vgl. Bette, 1999, S. 125; Bette, 2001, S. 28). „Als wahrnehmbare Gestalten gelten sie in den Medien als Garanten für Authentizität“ (Bette & Schimank, 2006a, S. 27; Bette, 2001, S. 32). Als „Personalisierung pur“ bezeichnet Bette (2007, S. 192) die Heldenverehrung durch Medien, die gerade in der Sportberichterstattung verbreitet ist. Aber neben der glorifizierenden Heroisierung von Spitzensportler*innen zu Superstars ist auch die Demontage dieser Superstars bzw. der Sturz der Helden medial bedeutsam. „Insofern sind Skandale die Parasiten der Heldenverehrung“ (Bette & Schimank, 2006b, S. 286). Außerdem passt die personalisierte Einzelfallbetrachtung des Sports beim Thema Doping zur Selbstbezüglichkeit der Medien, weil Einzelfälle sich einfach und publikumswirksam präsentieren lassen. Die Komplexität des Dopings wird mittels personalisierter Fokussierungen greifbar. Dopingsünder kann man öffentlich präsentieren oder gar in ihrem Sprechen und Schweigen „vorführen“, wodurch sie für die Öffentlichkeit relativ leicht wahrnehmbar werden. (vgl. Bette & Schimank, 2006a, S. 28). Die Strategie der Personalisierung beim Doping ist für Medien auch deshalb relativ einfach, weil die Verbände und Vereine „routinemäßig“ betonen, dass Doping „ausschließlich der Motivation des abweichenden Sportlers zuzurechnen sei. Gegebenenfalls verweist man auf den schlechten Einfluss einzelner Trainer oder Betreuer. Aber auch dies ist nur eine Personalisierung anderer Art“ (Bette & Schimank, 2006a, S. 23).

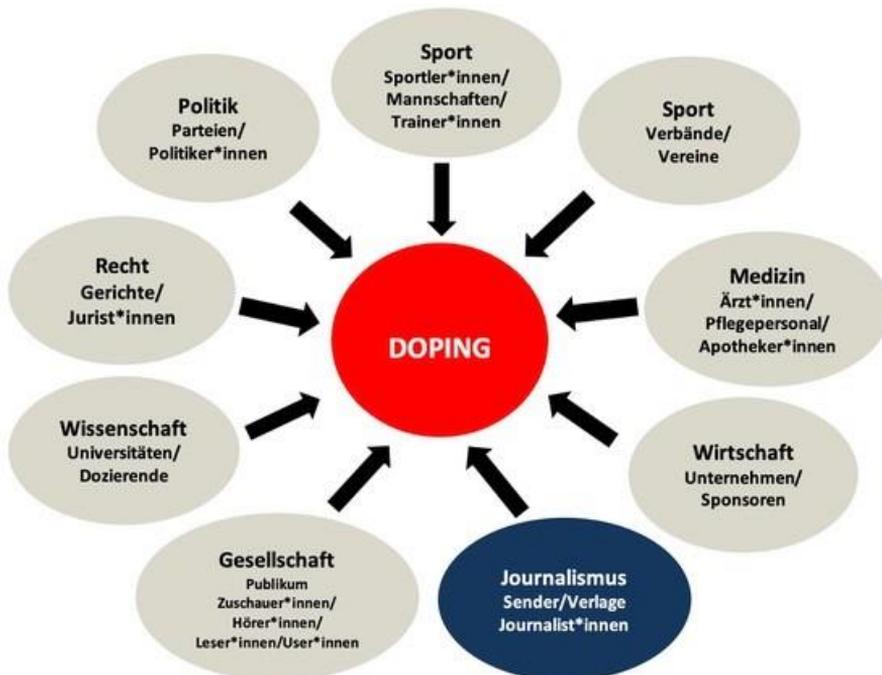
Die mediale Berichterstattung über das russische Staatsdoping (vgl. Seppelt, 2014, 2016a, 2016b) sowie über die sogenannte „Operation Aderlass“ (vgl. Seppelt, 2019) machten deutlich, dass sich die Personalisierung und Skandalisierung der Medien nicht nur an einzelnen Spitzensportler*innen manifestieren muss. Im Zusammenhang mit den grundsätzlichen Überlegungen zu Doping als Konstellationseffekt nennen Bette und Schimank beispielhaft noch folgende Akteure und deren Motive, die auch bei diesen beiden Skandalen eine Rolle spielten: „Es gibt auch die Geschichte der skrupellosen Trainer, Betreuer oder Sportmediziner, die ihre Schützlinge mit deren Zustimmung oder hinter deren Rücken dopen, um als ‚Medaillenmacher‘ gefeiert zu werden; oder das Drama der finsternen Spitzenfunktionäre und Politiker, die zum Ruhme des Vaterlandes ein massenhaftes Dopen der nationalen Athleten beschließen und umsetzen“ (Bette & Schimank, 2006a, S. 29). Es sind also deutlich mehr Akteure für Doping direkt oder indirekt verantwortlich als nur die Sportler*innen. Doch selbst wenn bei der Frage nach der Verantwortung für Doping der mediale Fokus auf einzelne Athlet*innen sukzessive durch den Blick auf einige Umfeldakteure aus dem Spitzensport erweitert wird, bleiben die strukturellen Aspekte des Dopings weiterhin und auch vom Sportjournalismus ziemlich unterbelichtet.

3. Doping als Konstellationseffekt

Ein traditionelles Defizit der Dopingberichterstattung besteht darin, dass Doping von den Medien „als ein Problem zu bestrafender schwarzer Schafe individualisiert“ wird (Ihle & Nieland, 2013, S. 157). Dies wird nicht nur national, sondern auch international so beschrieben: „The media tend to blame the individual athlete for the doping problem in sport“ (Starke & Flemming, 2017, S. 250). Ähnlich sieht es Denham (2007, S. 13): „Much of the coverage tends to focus on select individuals, positioning them as morally inferior to others and willing to cheat the system to excel in sport“.

Das Problem der Personalisierung liegt in der Ignoranz der strukturellen Bedingungen des devianten Handelns (vgl. Bette & Schimank, 2006a, S. 165). Nach der Systemtheorie bestehen zwischen den verschiedenen Subsystemen wie Sport, Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Medizin, Gesellschaft und Journalismus diverse intersystemischen Relationen, die Luhmann als „strukturelle Kopplungen“ bezeichnet (vgl. 1996, S. 117; Luhmann, 1997, S. 776-778; Schaffrath, 2016a). Wegen dieser „strukturellen Kopplungen“ plädieren Bette und Schimank (2006a, S. 19-21) dafür, die Ursachen für Doping auf einer „überpersonellen Ebene komplexer gesellschaftlicher Konstellationen“ zu analysieren. Sie beschreiben Doping als „Konstellationseffekt, der durch eine Vielzahl von Akteuren erzeugt wird, ohne dass alle Beteiligten sich überhaupt als solche wahrnehmen“ (Bette & Schimank, 2006a, S. 19).

Von den beteiligten Akteuren wird die soziale Determiniertheit von Doping und der Konstellationscharakter des Normverstößes gern übersehen oder geleugnet, was zu erheblichen Folgen für den Umgang mit Doping führt. Denn, wer beim Thema Doping den Fokus nur auf einzelne Doping-Delinquenten legt, übersieht fahrlässig oder ignoriert bewusst die hinter den Akteuren mitverantwortlichen sozialen Konstellationen und betrachtet das Problem weder reflektiert noch differenziert genug und läuft Gefahr, selbst zum Teil des Problems zu werden (vgl. Bette & Schimank, 2006a, S. 20). Hier kann es nicht darum gehen, die Verantwortlichkeit der einzelnen am Konstellationseffekt Doping beteiligten Subsysteme und Akteursgruppen durchzudeklinieren. Der Blick muss fokussiert werden auf die Mitverantwortung des Journalismus respektive der Journalist*innen.

Abbildung 1: Doping als Konstellationseffekt – Subsysteme und Akteure

Eigene Darstellung

Systemtheoretisch erfolgt die Identifizierung des Sports als autonomes gesellschaftliches Subsystem über den binären Code von Sieg und Niederlage. Dieser Code ist konstitutives Charakteristikum für Spitzensport (vgl. Bette & Schimank, 2006b, S. 28-29). Denn im Spitzensport gilt im Besonderen: „Der Sieg ist alles – alles andere ist nichts“ (Bette & Schimank, 2006b, S. 129). Diese vom Sportsystem ausgehende Erfolgsapodiktik wird von den Massenmedien nicht nur übernommen, sondern im Rahmen der Berichterstattung zusätzlich forciert. Die Medien veröffentlichen also nicht nur sportsysteminterne Forderungen von Verbänden oder Vereinen, sondern artikulieren auch externe Erwartungshaltungen anderer Subsysteme oder Akteursgruppen, wie z. B. die von der Politik, die ihre öffentliche Förderung des Spitzensports oft von Medaillen abhängig macht, oder die von Wirtschaftsunternehmen als private Sponsoren oder die des Publikums sowie der Fans. Medien fungieren aber nicht nur als Sprachrohr der Erwartungen anderer, sondern artikulieren darüber hinaus ihre eigenen Vorstellungen und definieren selbst, was eine sportliche Leistung wert ist. Dadurch erhöhen sie den Druck auf die Spitzensportler*innen als „erfolgsfixierte Leistungsindividualisten in Hochkostensituationen“ weiter (vgl. Schaffrath, 2006, S. 114; Bette & Schimank, 2006b, S. 119-143). Die biografische Fixierung der Athlet*innen auf den Spitzensport seit ihrer Kindheit einerseits und das Bewusstsein, in relativ wenigen Karrierejahren sportliche Erfolge erringen zu müssen, die eine finanzielle Absicherung ermöglichen oder zumindest andere berufliche Perspektiven eröffnen, andererseits, markieren diese Hochkostensituation. Spitzensport ist „ein Beruf auf Zeit, allerdings ohne soziale Absicherung, ohne spätere Einkommensaussichten und auch oft ohne weitere Berufsausbildung“ (Bette & Schimank, 2006b, S. 133). Daher sind die Medien für die Sportakteure besonders wichtig. In Abhängigkeit von der Sportart und dem Land leisten sie bei sportlichem Erfolg durch eine auf Heroisierung angelegte Berichterstattung einen veritablen Beitrag zur

Steigerung des Bekanntheitsgrads, zur Erhöhung der Popularität und somit zur Verbesserung der Verdienstmöglichkeiten der Spitzensportler*innen (vgl. Schaffrath, 2006, S. 121-127): „Only successful athletes and teams get medial and societal attention and fame, which can then lead to more sponsorship and advertising contracts. Sportive success also pays off due to sport promotion by national governments“ (Starke & Flemming, 2017, S. 250).

Bleibt jedoch der sportliche Erfolg aus, sind es ebenfalls die Medien, die die zuvor hochstilisierten Helden wieder vom Sockel stoßen und die durch negative Berichterstattung dafür sorgen, dass sich der Marktwert verringert, Sponsorengelder sowie Werbeeinnahmen reduzieren und sich die Einkommenssituation der Athlet*innen verschlechtert. Dieser mediale „Hosianna und Kreuziget ihn/sie“-Mechanismus ist den meisten Spitzensportler*innen durchaus bewusst, wie Befragungen gezeigt haben (vgl. Schaffrath, 2006, S. 346-356). „The competitive nature of professional sports increases the pressure on athletes to succeed. Apparently, the media are part of this process and enhance it because they and the sports audience are interested in excitement and national success“ (Starke & Flemming, 2017, S. 250). Die Medien generieren ein Klima, das Erwartungshaltungen sowie Erfolgsdruck auf die Athlet*innen erhöht, ein Druck, der durchaus mitursächlich für Doping sein kann (vgl. Bette & Schimank, 2006a, S. 91-92).

Dass die Medien lieber auf einzelne Athlet*innen einprägen, statt sich mit den Mechanismen zu befassen, die den Erfolgsdruck forcieren, der zum Doping führen kann (vgl. Die Zeit vom 1.5.1987 zitiert nach Bette & Schimank, 2006b, S. 286-287), hat viele Ursachen. Dazu gehört, dass es einfacher ist, Doping als Fehlverhalten einzelner zu skandalisieren als die strukturellen Bedingungen zu problematisieren sowie die Mitverantwortung diverser Subsysteme zu reflektieren und die eigene Mitverantwortung zu erkennen.

Bette (2007, S. 193) nennt drei zentrale Gründe für die mediale Ignoranz des Konstellationseffekts Doping:

1. Medien „berichten nicht über den Kontext, in dem Doping entsteht, weil sie Teil dieses Kontextes sind.“
2. Journalist*innen haben sich „noch nicht als Mitverursacher des Dopingproblems entdeckt.“
3. „Ihre Verstrickung ist der große blinde Fleck, den sie vor sich selbst verheimlichen.“

Neben den Sportjournalist*innen interessierten von den verschiedenen anderen Akteuren im „Konstellationseffekt Doping“ hier besonders die Trainer*innen und ihre Meinung zur eigenen Mitverantwortung für Doping sowie ihre Einschätzung zur Mitverantwortung der Medienmitarbeiter*innen für Doping. Trainer*innen erscheinen aus drei Gründen bedeutsam. Erstens dürften Trainer*innen einen sehr großen Einfluss, vielleicht sogar den größten Einfluss auf die sportliche Karriere von Athlet*innen besitzen (vgl. Cachay, 1995, S. 23). Zweitens gehören Trainer für die Medien zu den „interessantesten Akteuren“, weil sie die „Schnittstelle“ zwischen dem Sport- und Mediensystem darstellen (vgl. Bölz, 2013, S. 296). Und drittens gilt: „Coaches (...) are perceived as very important parts in the athletes' network, who influence the athletes attitudes towards doping“ (Pöppel & Busch, 2019, S. 168).

Auf der Basis der bisherigen theoretischen Annahmen, für die es bislang nur wenige empirische Belege gibt, lassen sich folgende konkrete Forschungsfragen ableiten:

- FF1: Inwiefern halten Sportjournalist*innen ihre Berufsgruppe für mitverantwortlich für Doping?
- FF2: Inwiefern halten Sportjournalist*innen andere Akteursgruppen für mitverantwortlich für Doping?
- FF3: Inwiefern halten Trainer*innen ihre Berufsgruppe für mitverantwortlich für Doping?
- FF4: Inwiefern halten Trainer*innen andere Akteursgruppen und besonders Sportjournalist*innen für mitverantwortlich für Doping?
- FF5: Gibt es Unterschiede zwischen Sportjournalist*innen und Trainer*innen bzgl. der Wahrnehmung der eigenen Mitverantwortung für Doping?

In diesem Beitrag soll also neben der Selbsteinschätzung der Sportjournalist*innen auch die Fremdwahrnehmung von Trainer*innen auf die Sportjournalist*innen bezüglich der Mitverantwortung für Doping nachgegangen werden.

4. Forschungsstand

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit den Themen Doping und Dopingberichterstattung hat in den vergangenen 20 Jahren sowohl in der Sportwissenschaft als auch in der Sport-Kommunikationswissenschaft zugenommen. Neben einigen Monographien (z. B. Philipp, 2002; Bette & Schimank, 2006a und 2006b; Felgenhauer, 2008; Wick, 2014; Schaffrath et al. 2018) und vereinzelt Anthologien (z. B. Meinberg & Körner, 2013 und Dresen et al., 2015) sind in Sammelwerken sowie nationalen und internationalen Fachzeitschriften diverse Untersuchungen publiziert worden. In erster Linie waren dies Inhaltsanalysen (vgl. in chronologischer Reihenfolge: Laine, 2006; Denham, 2007; Ihle & Scharf, 2007; Felgenhauer, 2008; Schirm & Hartmann-Tews, 2011; Meier et al., 2012; Schneider, 2012; Denham, 2013; Pardo, 2013; Dresen et al., 2014; Agulló Calatayud et al., 2014; Spalletta & Ugolini, 2014; Hambrick et al., 2015; Frenger et al., 2015; Pfister & Gems, 2015; Schirm & Meier, 2016; Meier et al., 2017; Denham, 2017; Kozman, 2017; Starke & Flemming, 2017; Bell & Hartman, 2018; Denham, 2019; Li et al., 2019; Reed, 2019; Ludwig & Oelrichs, 2020). Auch wenn diese Inhaltsanalysen aufgrund unterschiedlicher Untersuchungsdesigns (z. B. verschiedene Medien, divergente Anzahl untersuchter Beiträge etc.) nur eingeschränkt miteinander zu vergleichen sind, lassen sich als Kerneergebnisse die Folgenden festhalten: Die Doping-Berichterstattung ist durch eine hohe Sportarten-Selektivität geprägt. Vor allen anderen Sportarten stehen der Radsport und die Leichtathletik am häufigsten im medialen Fokus, wenn es um Doping geht. Zu den wichtigsten journalistischen Stilmitteln der Doping-Berichterstattung zählen die schon beschriebenen Aspekte der einzelfallorientierten Personalisierung und der moralisch aufgeladenen Skandalisierung.

Neben den Inhaltsanalysen wurden auch Befragungen durchgeführt, wie z. B. Befragungen von Sportjournalist*innen (vgl. Mikus, 2009; Sefiha, 2010; Kautz, 2011; Schaffrath, 2007, 2016b, 2016c; Schaffrath et al., 2014; Kautz et al., 2015; Schaffrath et al., 2016; Schaffrath & Kautz, 2017; Schaffrath et al., 2018; Olson et al., 2019, 2020; Schaffrath et al., 2022). Hier lassen sich als zentrale Befunde zusammenfassen: Sportjournalist*innen würden sich gern intensiver und reflektierter mit Doping beschäftigen. Aus ihrer Sicht scheitert dies aber oft an fehlenden redaktionellen Ressourcen für die aufwändigen Recherchen, die bei diesem Thema erforderlich sind (z. B. Mangel an Geld, Personal und Zeit). Außerdem werden subjektiv empfundene Kompetenz- und Ausbildungsdefizite von den Befragten konzediert, die sich anhand von Wissensfragen in einzelnen Studien objektivieren lassen.

Schließlich liegen noch einige Befragungen von Akteuren aus dem Spitzensport vor, wie z. B. Umfragen unter Athlet*innen (vgl. z. B. in chronologischer Reihenfolge: Schaffrath, 2006, aber dort nur die Seiten 336-340; Kirby et al., 2011; Pappa & Kennedy, 2012; Peters et al., 2013; Morente-Sanchez & Zabala, 2013; Whitaker et al., 2014; Engelberg et al., 2015; Muwonge et al., 2015; Mosten et al., 2015; Kim & Kim, 2017; Sefiha, 2017; Westmattmann et al., 2018) sowie Umfragen unter Trainer*innen (vgl. Backhaus & McKenna, 2012; Nicholls et al., 2014; Pöppel & Büsch, 2019; Schaffrath et al., 2021; Schmickler et al., 2022). In diesen Befragungen wurden als wichtigste Motive für Doping genannt „gewinnen zu wollen“, „der Beste zu sein“ und mit „dem Leistungsdruck umgehen zu können“. Bezüglich der medialen Dopingberichterstattung kritisieren Spitzensportakteure einen oft „heuchlerischen“, „spekulativen“ und „präjudizierenden“ Umgang der Medien mit diesem Thema. Manche der Befragten appellieren an die Medien, nicht immer nur die aus ihrer Sicht „hauptverantwortlichen“ Athlet*innen an den publizistischen Pranger zu stellen, sondern auch die

Mitverantwortung von Umfeldakteuren wie Betreuer*innen, Vereins-Manager*innen und Verbands-Funktionär*innen intensiver zu beleuchten und angemessen zu bewerten.

Zu den oben genannten Forschungsfragen bezüglich der Mitverantwortung von Sportjournalist*innen gibt es nur in zwei Studien Hinweise. Reed (2019, S. 81-82) fasst nach seiner Inhaltsanalyse von 54 Kolumnen und 109 Artikeln zum Dopingfall Lance Armstrong Aussagen zur journalistischen Selbstkritik an der Heroisierung der Athlet*innen sowie an der eigenen Mitwisserschaft über Doping so zusammen: „Few sports journalists acknowledged a personal role in creating Armstrong’s hero myth (...). We knew the lies. We knew about all the doping and drugs.“

Konkrete und damit hilfreichere Bezüge zu den hier interessierenden Aspekten lassen sich in der Studie von Starke & Flemming (2017) finden. Mittels einer Inhaltsanalyse wurden 754 Doping-Artikel der Qualitätszeitungen SZ, Welt und FAZ untersucht. Zu der Frage, wer im Rahmen der Dopingberichterstattung für Doping verantwortlich ist, wurden in den Artikeln insgesamt 482 Zuschreibungen von Verantwortung für Doping identifiziert. Der überwiegende Anteil an Verantwortung für Doping wird in den drei untersuchten Zeitungen im Sportsystem gesehen, und zwar 375 Zuschreibungen, was rund 78 Prozent entspricht. Innerhalb des Sportsystems sind es primär die Athlet*innen (n = 102; 28%), denen die größte Verantwortung attestiert wird. Es folgen Ärzt*innen und Physiotherapeut*innen (n = 93; 25%), die Sportorganisationen wie Vereine und Verbände (n = 60; 16%) und noch die Trainer*innen (n = 40; 11%) (vgl. Starke & Flemming, 2017, S. 253-254). Journalist*innen erkennen die Mitverantwortung ihrer Berufsgruppe fast gar nicht. Nur 7 von 482 Zuschreibungen, das sind nicht einmal zwei Prozent, werden in den drei Zeitungen den Akteuren des Mediensystems zugeordnet. Entsprechend lautet das Fazit: „Our findings show that the media neglect to discuss their own role and do not see themselves as responsible for the problem of doping. (...) This study finds some indications for a blind spot of journalism“ (Starke & Flemming, 2017, S. 245 und S. 257).

Gleichzeitig kommen Starke und Flemming (2017, S. 246) zu der bilanzierenden Einschätzung, dass in der bisherigen Forschung die Mitverantwortung der Medien für Doping nicht angemessen untersucht worden sei. Diese Studie soll einen Beitrag leisten, das konstatierte Forschungsdesiderat zu reduzieren.

5. Untersuchungsdesign

Es erschien sinnvoll, der Problematik und den Forschungsfragen mit der Methode der Befragung nachzugehen. Um die Selbsteinschätzung der Medienmitarbeiter*innen zu eruieren, wurden zunächst Sportjournalist*innen gefragt, wer aus ihrer Sicht für die Dopingproblematik, in welchem Ausmaß verantwortlich ist. Um ergänzend die Fremdwahrnehmung auf Sportjournalist*innen zum Gegenstandsbereich zu erfassen, sind Trainer*innen dieselben Fragen gestellt worden.

Im Rahmen von zwei Studien wurde – neben anderen Forschungsfragen – die Mitverantwortung einzelner Akteursgruppen für Doping als Konstellationseffekt untersucht.

1. Wissen und Einstellungen von Sportjournalist*innen zu Doping und Dopingberichterstattung (WeDoSport) sowie
2. (Spitzen-)Trainer*innen und Medien: Analyse zur Wahrnehmung und Bewertung der Dopingberichterstattung (TuMDoBe).

Durch Online-Befragungen konnten die deutschlandweit verteilten Zielgruppen der Sportjournalist*innen sowie der Trainer*innen effizient, schnell und kostengünstig erreicht werden. Ein weiteres Argument für den Einsatz der Online-Befragung war, dass die Methode besonders bei heiklen Themen geeignet ist (vgl.

Scheufele & Engelmann, 2009; Scholl, 2009). „Vor allem bei moralisch aufgeladenen Untersuchungsgegenständen könnte die Online-Befragung durch die Anonymität der Befragungssituation sogar validere Daten als die übrigen Varianten produzieren“ (Brosius et al. 2012, S. 115). Die Themen Doping und Dopingberichterstattung dürften zu solchen Untersuchungsgegenständen gezählt werden.

Die jeweiligen Fragebögen wurde mit der Software „EFS Survey“ des Unternehmens Quest Back programmiert und auf den Servern des Unternehmens abgelegt.¹ Quest Back bedient sich einer End-to-End Verschlüsselung und ist ein nach ISO 27001-Standards zertifiziertes Programm. Der Zugang zur Befragung erfolgte für alle Teilnehmer*innen über einen Link, der im Einladungsschreiben enthalten war. Um Mehrfachteilnahmen zu verhindern, wurde in Anlehnung an Kaczmirek (2008) ein serverseitiges Personalisierungsverfahren gewählt. So erhielten die Befragten mit ihrem Anschreiben einen individuellen Link zum Fragebogen, den sie direkt anklicken oder per „copy & paste“ in die Adresszeile des Browsers einfügen mussten. Es erfolgte jeweils eine Weiterleitung auf die Startseite des Fragebogens.

Bei der Online-Befragung der Sportjournalist*innen wurden insgesamt 3.425 Personen angeschrieben, die sich aus den 3.415 Mitgliedern des Verbandes Deutscher Sportjournalisten (VDS) und zehn Mitgliedern des so genannten „Sportnetzwerk“¹ zusammensetzten. Die Mitglieder des VDS wurden aus Datenschutzgründen über den VDS eingeladen, sich zu beteiligen. Die zehn Mitglieder des „Sportnetzwerk“ wurden über die TU München angeschrieben. Der Befragungszeitraum lag zwischen dem 17.10.2018 und dem 4.2.2019. In dieser Zeit wurden zwei Reminder verschickt. Es wurde ein Pretest mit fünf Sportjournalist*innen durchgeführt. Die Endversion des Fragebogens umfasste – je nach Filterführung – maximal 35 geschlossene Fragen mit 155 Items plus zwei offene Fragen. Themenblöcke der gesamten Studie waren „Wissen über Doping im Spitzensport“, „Meinungen zur Dopingberichterstattung“, „Bewertung der NADA“, „Einschätzungen zum Anti-Doping-Gesetz“, „Doping im Freizeit- und Breitensport“, „Aus- und Fortbildung zum Thema Doping“ sowie „Verantwortlichkeiten für Doping“. Der bereinigte Rücklauf lag bei 906 Fragebögen, was eine zufriedenstellende Rücklaufquote von 26,5 Prozent bedeutet. 659 Fragebögen wurden bis zum Ende ausgefüllt.

Bei der Online-Befragung der Trainer*innen wurden insgesamt 2.508 Coaches aus dem deutschen Spitzensport angeschrieben, die auf Bundesebene, Landesebene oder in verschiedenen Bundesligen tätig waren. 1.282 Personen waren Absolvent*innen bzw. eingeschriebene Studierende der Trainerakademie in Köln und 1.226 Trainer*innen wurden durch aufwändige Internet-Recherchen sowie etliche telefonische Nachfragen bei Vereinen und Verbänden zusätzlich an der TU München ausfindig gemacht. Zur Einhaltung der Datenschutzverordnung erfolgte der Versand der Umfrage sowohl über die Trainerakademie in Köln als auch über die TU München. Diese zweite Befragung startete am 08.12.2020 und endete am 26.03.2021. In diesem Zeitraum wurden ebenfalls zwei Reminder verschickt. Der Pretest zu dieser Studie wurde von zehn Trainer*innen durchgeführt. Die finale Fassung dieses Fragebogens beinhaltete – je nach Filterführung – maximal 40 geschlossene Fragen mit 137 Items plus zwei offene Fragen. Die Themenschwerpunkte der Trainer*innen-Befragung lauteten: „Meinungen zu Doping im Spitzensport“, „Wahrnehmung Dopingberichterstattung“, „Bewertung einzelner Sportmedien“, „Relevanz und Einfluss der Sportberichterstattung“, „Umgang mit sozialen Medien“, „Aus- und Fortbildung zum Thema Doping“ sowie ebenso „Verantwortlichkeiten

¹ EFS Survey basiert auf MySQL, PHP, Apache und Linux und wird im TÜV-geprüften Rechenzentrum gehostet.

² Das „Sportnetzwerk“ war eine Gruppe von 24 Sportjournalist*innen, die im Januar 2006 aus dem VDS ausgetreten sind und 2018/2019 noch aus 10 Mitgliedern bestand.

für Doping“. Der bereinigte Rücklauf betrug 822 Fragebögen, was eine als gut zu bewertende Rücklaufquote von 33,6 Prozent darstellt. 643 Fragebögen wurden bis zum Schluss ausgefüllt.

Für beide Befragungen wurde von den Autoren dieses Beitrags auf der Basis der von Bette und Schimank (2006a und 2006b) sowie der von Starke und Flemming (2017) für Doping mitverantwortlich gemachten Akteure eine Liste mit insgesamt neun Akteursgruppen entwickelt. Diese Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit fokussiert aber aus Sicht der Autoren die Akteursgruppen, die zu den hauptsächlichen Verursachern für Doping als Konstellationseffekt gezählt werden müssen. In beiden Befragungen wurden außerdem verschiedene soziodemographische Variablen wie Alter, Geschlecht oder formaler Bildungsgrad erhoben. Bei den Journalist*innen wurde zusätzlich noch nach der Medienzugehörigkeit gefragt. Als Kooperationspartner – neben dem VDS bei der Sportjournalist*innen-Befragung und der Trainerakademie im DOSB bei der Trainer*innen-Befragung – konnte für beide Projekte die Nationale Anti Doping Agentur (NADA) gewonnen werden. Beide Studien wurden vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) finanziell gefördert.

Keine der beiden Befragungen kann einen Anspruch auf Repräsentativität erheben. Gleichwohl zählen beide Untersuchungen zu den umfangreichsten nationalen und internationalen Studien, die bislang zu den Themenfeldern Sportjournalist*innen und Dopingberichterstattung sowie Trainer*innen und Dopingberichterstattung durchgeführt worden sind.

6. Ergebnisse

6.1. Verantwortung für Doping verschiedener Akteursgruppen aus Sicht von Sportjournalist*innen und die Selbstwahrnehmung der Sportjournalist*innen

Alle neun vorgegebenen Akteursgruppen wurden von den Befragten als Mitverantwortliche für Doping identifiziert, aber, wie Tabelle 1 zeigt, in sehr unterschiedlichen Intensitäten. Für die Sportjournalist*innen sind die Athlet*innen die Hauptverantwortlichen für Doping. Mehr als 80 Prozent der Befragten kreuzten auf einer Skala von „1=gar nicht verantwortlich“ bis „5=in großem Maße verantwortlich“ den Wert 4 oder 5 an. Es folgen kurz dahinter Ärzt*innen und Trainer*innen, denen rund 78 Prozent der Sportjournalist*innen ein großes Maß an Verantwortung zuschreibt. Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse drängt sich die Frage auf, warum sich die Medien in ihrer Berichterstattung so stark auf die Athlet*innen konzentrieren und nur eher selten die hohe Mitverantwortung von Ärzt*innen und Trainer*innen thematisieren, obwohl diese von den Befragten doch als ziemlich mitverantwortlich betrachtet werden. Ähnliches gilt auch für andere Akteursgruppen. Knapp 70 Prozent der Sportjournalist*innen hält die Sportfunktionär*innen für verantwortlich, knapp 60 Prozent die Wissenschaftler*innen sowie die Sponsoren. Aber auch diese Akteursgruppen kommen in der Dopingberichterstattung fast nie vor. Die Mitverantwortung von Politiker*innen und vom sportinteressierten Publikum sehen gerade einmal rund ein Drittel der Befragten. Am Ende aller für mitverantwortlich gehaltenen Akteursgruppen stufen die Sportjournalist*innen sich selbst ein. Rund 44 Prozent der Befragten erkennt keine oder kaum eine Mitverantwortung der Medienvertreter*innen, 30 Prozent ist indifferent und etwa ein Viertel hält den eigenen Berufsstand in gewissem Maße für mitverantwortlich. Bei diesen Werten muss man fragen: ist es „nur“ ein Viertel oder „immerhin“ ein Viertel der Sportjournalist*innen, die die eigene Mitverantwortung an der Dopingproblematik konzедiert?

Tabelle 1: Verantwortliche für Doping aus Sicht der Sportjournalist*innen, n=803-818, Angaben in Prozent

	gar nicht	in geringem Maße	in eher geringem Maße	in eher großem Maße	in großem Maße	n
Athlet*innen	0,9	3,7	14,4	46,1	35,0	818
Ärzt*innen	1,0	4,4	16,5	45,1	33,0	812
Trainer*innen	1,6	5,8	14,8	49,6	28,2	809
Funktionär*innen	2,9	9,7	19,0	43,9	24,7	807
Wissenschaftler*innen	3,7	9,1	27,6	40,7	18,9	804
Sponsoren	6,7	14,0	22,4	37,8	19,2	809
Politiker*innen	9,7	24,3	32,1	25,0	8,8	803
Sportinteressiertes Publikum	14,6	24,2	28,3	24,7	8,1	813
Journalist*innen	17,8	25,8	30,1	20,0	6,2	803

Anmerkung: Frage: Was meinen Sie: In welchem Ausmaß tragen die genannten Personengruppen zur Dopingproblematik im Spitzensport bei?

Der Mittelwertvergleich macht noch deutlicher, dass Sportjournalist*innen primär die Athlet*innen für die Hauptverantwortlichen für Doping halten (Mittelwert 4,10), dicht gefolgt von den Ärzt*innen und Trainer*innen. Das doch häufig vorkommende Ausblenden der eigenen Verantwortung spiegelt sich im geringsten Mittelwert von 2,71 und dem letzten Platz von allen neun abgefragten Akteursgruppen wider. Hier findet sich also eine sehr große Übereinstimmung zu den theoretischen Annahmen von Bette und Schimank (2006a und 2006b) sowie zu den referierten Ergebnissen aus der Inhaltsanalyse von Starke und Flemming (2017). Eher wenige Journalist*innen sehen sich selbst in der Mitverantwortung für Doping und nur wenige Medienvertreter*innen erkennen, dass sie zumindest mittelbar Bestandteil des Konstellationseffekts Doping sind.

Tabelle 2: Verantwortliche für Doping aus Sicht der Sportjournalist*innen, n=803-818, Mittelwertvergleich

Akteursgruppe	Mittelwert	Standardabweichung	n
Athlet*innen	4,10	± 0,84	818
Ärzt*innen	4,06	± 0,87	812
Trainer*innen	4,00	± 0,90	809
Funktionär*innen	3,80	± 1,01	807
Wissenschaftler*innen	3,65	± 1,01	804
Sponsoren	3,50	± 1,15	809
Politiker*innen	3,04	± 1,11	803
Sportinteressiertes Publikum	2,93	± 1,18	813
Journalist*innen	2,71	± 1,15	803

Auf der Suche nach möglichen Einflussfaktoren auf das Antwortverhalten wurde zunächst die Medienzugehörigkeit der Sportjournalist*innen geprüft. Tabelle 3 markiert für die 13 ausgewerteten Medientypen insgesamt eher geringe Unterschiede. Die Boulevardzeitungsjournalist*innen schreiben mit dem Mittelwert

von 4,38 den Athlet*innen die größte Verantwortung zu und dies zum Teil mit einigem Abstand zu anderen Journalist*innen wie etwa den Kolleg*innen vom privaten Radio (3,76), dem privaten Fernsehen (3,91) oder dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen (3,99). Interessant erscheint noch, dass die letztgenannten drei Journalist*innen-Gruppen genau wie regionale Zeitungsjournalist*innen und die dem Radio oder Fernsehen angegliederten Online-Mitarbeiter*innen sowie die privaten Pay-TV-Redakteur*innen die Akteursgruppe der Ärzt*innen und – bis auf die Pay-TV-Kolleg*innen – auch die Akteursgruppe der Trainer*innen sogar für verantwortlicher halten als die Spitzensportler*innen. In der Berichterstattung über Doping findet dies keine Entsprechung. Die Unterschiede sind statistisch nicht signifikant.

Tabelle 3: Auswertungen nach Medienzugehörigkeit, Mittelwertvergleich

Akteurgruppe	Print				Online				Rundfunk				
	Zeitung über-regional	Zeitung Boulevard	Zeitung reg./lokal	Zeitschrift	Print regional	Print über-regional	HF/TV	Unabhängig	HF ö.-r.	HF priv.	TV ö.-r.	TV priv. free	TV priv. pay
Athlet*innen	4,06	4,38	4,12	4,19	4,12	4,28	4,02	4,08	4,28	3,76	3,99	3,91	4,28
Ärzt*innen	4,12	4,14	4,04	4,03	4,03	4,19	4,10	3,94	4,12	4,06	4,04	4,06	4,36
Trainer*innen	4,10	3,69	3,98	3,99	4,06	4,08	4,12	3,97	4,12	3,76	3,91	4,06	4,24
Funktionär*innen	3,86	3,97	3,81	3,86	3,78	3,90	3,84	3,97	3,65	4,18	3,62	3,85	3,88
Wissenschaftler*innen	3,59	3,24	3,63	3,68	3,65	3,61	3,75	3,62	3,82	3,35	3,74	3,91	3,92
Sponsoren	3,68	3,25	3,44	3,40	3,52	3,65	3,67	3,38	3,50	3,71	3,53	3,70	3,52
Politiker*innen	3,12	3,03	2,94	2,74	3,03	3,14	3,27	3,07	3,10	3,18	3,01	3,18	2,79
Publikum	3,06	2,71	2,89	2,69	3,11	3,00	2,78	2,92	2,96	2,82	2,95	3,18	2,80
Journalist*innen	2,90	2,80	2,69	2,75	2,92	2,69	2,76	2,68	3,18	2,76	2,87	2,85	2,71

Bezüglich der eigenen Mitschuld am Konstellationseffekt Doping rangieren bei 10 der 13 geprüften Medienezugehörigkeiten die Journalist*innen auf dem letzten Platz. Nur die Boulevard-, die Zeitschriften- und die öffentlich-rechtlichen Radio-Journalisten*innen halten das Publikum für etwas weniger verantwortlicher als die eigene Berufsgruppe der Sportjournalist*innen.

Genau wie die Medienezugehörigkeit besitzt auch die publizistische Auseinandersetzung mit Doping keinen nennenswerten Einfluss auf die Zuschreibung von Verantwortung. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird nur die journalistische Selbsteinschätzung tabellarisch dargestellt (Tabelle 4). Die Berechnungen nach Publikationsfrequenz zeigt keinen eindeutigen Trend. Die Werte für die Beschäftigungsintensitäten deuten nur an, dass je mehr sich Sportjournalist*innen mit dem Thema Doping auseinandersetzen, desto höher stufen sie ihre eigene Mitverantwortlichkeit ein. Aber auch dieser Zusammenhang ist nicht signifikant.

Tabelle 4: Auswertungen nach Publikationsfrequenz und Berichterstattungsintensität zur Selbstwahrnehmung der Verantwortung der Sportjournalist*innen für Doping, Mittelwertvergleich

Akteursgruppe	Publikationsfrequenz				Beschäftigungsintensität			
	Keine Beiträge	1-2 Beiträge	3-10 Beiträge	Mehr als 10 Beiträge	Null Stunden	1-10 Stunden	11-50 Stunden	Mehr als 50 Stunden
Journalist*innen	2,73	2,62	2,81	2,66	2,63	2,69	2,80	2,81

Die Mittelwertberechnungen nach Geschlecht, Alter und Bildungsgrad der Befragten zeigen bezüglich der Verantwortungszuschreibung erneut nur graduelle, aber keinerlei signifikante Unterschiede. Der ausschließliche Fokus auf die Wahrnehmung der eigenen Verantwortung der Medienvertreter*innen dokumentiert, dass das Geschlecht der Befragten überhaupt keinen Einfluss hat, denn die Mittelwerte von männlichen und weiblichen Befragten sind fast deckungsgleich. Beim Alter sehen die über 60-Jährigen tendenziell etwas intensiver die Verantwortung der eigenen Berufsgruppe für Doping als alle jüngeren Altersgruppen. Bezogen auf den Bildungsgrad unterscheiden sich die Befragten mit Dokortitel geringfügig von Personen mit formal „niedrigeren“ Bildungsabschlüssen. Insgesamt kann man aber festhalten, dass die Einschätzung der Verantwortung einzelner Akteursgruppen für Doping nicht vom Geschlecht, Alter oder Bildungsgrad der Befragten beeinflusst wird.

Tabelle 5: Auswertungen nach soziodemographischen Variablen zur Selbstwahrnehmung der Verantwortung der Sportjournalist*innen für Doping, Mittelwertvergleich

Akteursgruppe	Geschlecht		Altersklassen					Formaler Bildungsgrad				
	m	w	≤ 30	31-40	41-50	51-60	> 60	Haupt-Real-schule	Abi-tur	Stu-dium ohne Ab-schluss	Stu-dium mit Ab-schluss	Pro-mo-tion
Journalist*innen	2,71	2,72	2,58	2,58	2,63	2,59	2,91	2,65	2,84	2,65	2,72	2,33

6.2. Verantwortung für Doping verschiedener Akteursgruppen aus Sicht von Trainer*innen und Fremdwahrnehmung der Sportjournalist*innen

Neben der Selbsteinschätzung der Sportjournalist*innen wurde mit einer Befragung von Trainer*innen die Fremdwahrnehmung auf Sportjournalist*innen erhoben. Auch die Trainer*innen halten alle neun vorgegebenen Akteursgruppen für mitverantwortlich für Doping und genau wie die Journalist*innen in sehr unterschiedlichen Intensitäten (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6: Verantwortliche für Doping aus Sicht der Trainer*innen, n=613-671, Angaben in Prozent

Akteursgruppe	gar nicht	in geringem Maße	in eher geringem Maße	in eher großem Maße	in großem Maße	n
Athlet*innen	3,7	12,4	19,9	32,5	31,5	668
Ärzt*innen	7,8	16,7	23,6	31,9	20,1	658
Trainer*innen	9,8	17,0	23,4	32,6	17,1	671
Sponsoren	10,8	20,1	23,2	31,7	14,2	656
Funktionär*innen	11,8	21,6	26,6	26,7	13,3	662
Wissenschaftler*innen	12,1	23,3	28,1	24,2	12,3	652
Journalist*innen	13,1	26,1	27,8	22,2	10,8	652
Sportinteressiertes Publikum	17,7	26,4	26,5	21,4	7,9	667
Politiker*innen	18,6	30,1	25,5	17,9	8,0	658

Anmerkung: Frage: Was meinen Sie: In welchem Ausmaß tragen die genannten Personengruppen zur Dopingproblematik im Spitzensport bei?

Genau wie die Sportjournalist*innen verorten die Trainer*innen die Hauptverantwortung für Doping bei den Athlet*innen. Allerdings votieren „nur“ rund zwei Drittel der Trainer*innen für eine Verantwortung in „eher großem“ oder „großem“ Maße (Skalenwerte 4 und 5), während das bei Journalist*innen noch über 80 Prozent waren.

Bereits mit deutlichen Abständen wird die Verantwortung von Ärzt*innen und von Trainer*innen selbst eingestuft, die jeweils nur von rund 50 Prozent der befragten Trainer*innen gesehen wird. Analog zu der Sportjournalist*innen-Befragung besitzt auch für die Trainer*innen die Berufsgruppen der Journalist*innen eher eine geringe Mitverantwortung für Doping. Nur knapp ein Drittel sieht eine solche als gegeben an. Das sind rund acht Prozentpunkte mehr als bei den befragten Sportjournalist*innen.

Tabelle 7: Verantwortliche für Doping aus Sicht der Trainer*innen, n=652-671, Mittelwertvergleich

Akteursgruppe	Mittelwert	Standardabweichung	n
Athlet*innen	3,75	±1,14	668
Ärzt*innen	3,40	±1,20	658
Trainer*innen	3,30	±1,22	671
Sponsoren	3,18	±1,22	656
Funktionär*innen	3,08	±1,22	662
Wissenschaftler*innen	3,01	±1,21	652
Journalist*innen	2,91	±1,20	658
Sportinteressiertes Publikum	2,76	±1,20	667
Politiker*innen	2,67	±1,20	652

Der Mittelwertvergleich unterstreicht, dass auch die Trainer*innen primär die Athlet*innen für hauptverantwortlich halten (Mittelwert 3,75) (Tabelle 7). Es folgen Ärzt*innen auf Platz zwei (Mittelwert 3,40) und die Trainer*innen selbst auf Platz drei (Mittelwert 3,30). Die Trainer*innen (Stichwort - Fremdwahrneh-

mung) halten die Sportjournalist*innen für kaum verantwortlich (Mittelwert 2,91), aber dennoch für verantwortlicher als das sportinteressierte Publikum (Mittelwert 2,76) und die Politiker*innen (Mittelwert 2,67), deren Mitschuld als noch geringer eingestuft wird. Weitere Auswertungen z. B. nach soziodemographischen Variablen der befragten Trainer*innen ergaben keine neuen Erkenntnisse, weshalb auf eine gesonderte Darstellung verzichtet wird.

7. Diskussion und Ausblick

Beide Studien haben gezeigt, dass es die Spitzensportler*innen sind, die sowohl von Sportjournalist*innen sowie von Trainer*innen als Hauptverantwortliche für Doping gesehen werden. Dafür mag der jahrzehntelange täterfixierte oder täterorientierte Umgang sowohl im Spitzensport als auch im Sportjournalismus ein wichtiger Erklärungsfaktor sein. Aber auch wenn die Athlet*innen von beiden Befragtengruppen als die Hauptverantwortlichen für Doping identifiziert werden, als Alleinschuldige werden sie nicht betrachtet. In beiden Befragungen wird anderen Akteursgruppen im Sinne des Konstellationseffekts eine Mitverantwortung für Doping zugeschrieben, wenn auch in unterschiedlichem Maße. Während etwas mehr als die Hälfte der Trainer*innen die Verstrickung ihrer eigenen Berufsgruppe beim Doping konstatiert, sind es bei den Sportjournalist*innen nur rund ein Viertel. Trainer*innen werden bzgl. der Mitverantwortung sowohl von den befragten Coaches als auch von den befragten Sportjournalist*innen jeweils auf dem dritten Rang von neun vorgegebenen Akteursgruppen platziert. Demgegenüber wird die Akteursgruppe der Sportjournalist*innen von den befragten Medienvertreter*innen auf dem letzten Platz des Mitverantwortungsrankings gesehen und von den befragten Trainer*innen auf dem drittletzten Platz. Das heißt: Die Mehrheit der Trainer*innen sehen ihre Mitverantwortung für Doping, während die meisten Sportjournalist*innen ihre eigene Verstrickung negieren. „Nur“ oder „immerhin“ 26 Prozent der befragten Journalist*innen geben ihrer Berufsgruppe eine Mitverantwortung für Doping. Der von Bette (2007, S. 193) theoretisch angenommene „blinde Fleck“ lässt sich empirisch für die Mehrheit der befragten Sportjournalist*innen bestätigen – aber nicht für alle.

Die Überlegungen von Doping als Konstellationseffekt lassen sich durch die hier gewonnenen Befragungsergebnisse stützen. Sowohl Journalist*innen als auch Trainer*innen scheinen zu reflektieren, dass eine ganze Reihe unterschiedlicher Akteure einen Erwartungshorizont direkt oder indirekt in Richtung Athlet*innen artikulieren und so den Erfolgsdruck auf die Athlet*innen erhöhen, der dann letztlich zum Dopen (ver)föhren kann. In der medialen Dopingberichterstattung wird dieser Zusammenhang jedoch nicht adäquat aufgegriffen oder gar kritisch reflektiert. Die eigene journalistische Verstrickung findet keine wirkliche publizistische Aufarbeitung. Das liegt auch daran, dass die Einzelfallbetrachtung in der Dopingberichterstattung die Funktion hat, „die strukturelle Kopplung zwischen Massenmedien und Spitzensport abzusichern und als noch nicht gefährdet aussehen zu lassen. Denn würden Medien Doping nicht an einzelnen Personen festmachen, sondern als einen nicht mehr aufzuhaltenden, strukturell erzeugten Flächenbrand behandeln, könnten sie den Sport in eigener Sache nicht mehr nutzen“ (Bette, 2007, S. 192).

Gemäß des Themas „Sportkommunikation im Wandel“ wäre es wünschenswert oder gar notwendig, wenn sich die Dopingberichterstattung endlich wegbewegen würde von der vorwiegend auf Athleten*innen fokussierten Personalisierung und Skandalisierung einzelner Delinquenten, hin zu einer differenzierten Beschreibung und Bewertung der Beteiligung anderer Akteursgruppen des Konstellationseffekts Doping unter Berücksichtigung einer kritischen Reflexion der eigenen medialen Mitverantwortung. Nicht nur aus normativen Gründen, sondern auch mit Blick auf das journalistische Rollenselbstverständnis wird man die notwendige Kritik- und Kontrollfunktion in der Sportberichterstattung künftig nur dann adäquat(er) erfüllen, wenn

man die Strukturdynamiken, die mitursächlich für das deviante Verhalten der Athlet*innen sind, aufdeckt, thematisiert sowie problematisiert und dabei die eigene journalistische Verstrickung mitbedenkt. In diesem Sinne fordern auch Bette & Schimank (2006b, S. 33) von allen am Konstellationseffekt beteiligten Akteursgruppen und somit auch von den Sportjournalist*innen, die von strukturellen Implikationen ausgehende Handlungsprägung auf die Athlet*innen nicht länger zu leugnen und die eigene Verantwortung nicht weiter zu ignorieren.

Klar muss aber auch bleiben, dass dopende Spitzensportler*innen „keine willenlosen Marionetten sind, die nur die Vorgaben ihres strukturellen Kontextes exekutieren“ (Bette & Schimank, 2006b, S. 33). Athlet*innen haben Ziele und besitzen die strategische Handlungsfähigkeit, um diese Ziele durchzusetzen. Deshalb wäre es falsch, aus dopenden Athlet*innen nur die Opfer des Systems oder Opfer des Konstellationseffektes zu machen. Dennoch sollte der Blick dafür geschärft werden, dass Doping das ambivalente Ergebnis von „individueller Schuld und kollektiver Verantwortung“ ist (Bette, 2008, S. 5).

Die Bedeutung der Studie liegt darin, dass sich erstmals in der Sportkommunikationsforschung und zudem auf der Basis einer großen Stichprobe die in der Literatur beschriebene Vermutung eines „blinden Flecks“ im Sportjournalismus im Kontext Doping empirisch bestätigen lässt. Die Daten zeigen, wie intensiv im Sportjournalismus das Nichtsehen der eigenen medialen Mitverantwortung für Doping ausfällt. Die überwiegende Mehrheit der Sportjournalist*innen wollen oder können (noch) nicht erkennen, dass Doping nicht nur die Schuld der anderen ist. Bei einigen Medienvertreter*innen ist aber doch ein gewisses Problembewusstsein für die Mitverursachung vorhanden. Die Studie könnte damit auch einen Beitrag leisten, den Blick im Sportjournalismus dafür zu schärfen, dass man, in Abwandlung eines früheren Sport 1-Werbeslogans, zwar nicht „mittendrin, aber doch dabei ist“. Und dies könnte die Basis für eine stärker reflektierte Dopingberichterstattung in Zukunft darstellen.

Literatur

- Agulló Calatayud, V., Castelló i Cogollos, R., & Valderrama Zurián, J. C. (2014). Beyond elite sports: Analysis of the coverage of anabolic steroids in the Spanish press (2007–2011). *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 6(2), 197-220.
- Backhouse, S. H., & McKenna, J. (2012). Reviewing coaches' knowledge, attitudes and beliefs regarding doping in sport. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 7(1), 167-175.
- Bayerisches Pressegesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. April 2000 (2000). <https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayPrG/true>. Zugegriffen am 14.03.2022.
- Becker, P. (1983). Sport in den Massenmedien. Zur Herstellung und Wirkung einer eigenen Welt. *Sportwissenschaft*, 13, 24-45.
- Bell, T. R., & Hartman, K. L. (2018). Stealing Thunder Through Social Media: The Framing of Maria Sharapova's Drug Suspension. *International Journal of Sport Communication*, 11(3), 369-388.
- Bette, K.-H. (1999). *Systemtheorie und Sport*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bette, K.-H. (2001). Kollektive Personalisierung: strukturelle Defizite im Dopingdiskurs. In H. Digel (Hrsg.), *Spitzensport. Chancen und Probleme* (S. 26-42). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Bette, K.-H. (2007). „Die Massenmedien haben sich noch nicht als Mitverursacher des Dopingproblems entdeckt“. Ein Interview mit dem Sportsoziologen Karl-Heinrich Bette. In R. Meutgens (Hrsg.), *Doping im Radsport* (2. Auflage) (S. 191-195). Kiel: Delius Klasing Verlag.
- Bette, K.-H. (2008). Doping im Hochleistungssport – zwischen individueller Schuld und kollektiver Verantwortung. *Deutsche Zeitschrift für Sportmedizin*, 59(1), 5-11.

- Bette, K.-H. & Schimank, U. (2006a). *Die Dopingfalle. Soziologische Betrachtungen*. Bielefeld: transcript.
- Bette, K.-H. & Schimank, U. (2006b). *Doping im Hochleistungssport. Anpassung durch Abweichung*. Frankfurt am Main, 2. Auflage: Suhrkamp.
- Bözl, M. (2013). *Fußballjournalismus. Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse*. Wiesbaden: Springer VS.
- Brosius, H.-B., Haas, A., & Koschel, F. (2012). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung (6. Auflage)*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Cachay, K. (1995). Gesellschaft – Sport – Trainer. Systemtheoretische Überlegungen zu Perspektiven der Trainerrolle. *Leistungssport*, 6, 23-26.
- Denham, B. E. (2007). Calling out the heavy hitters: What the use of performance-enhancing drugs in professional baseball reveals about the politics and mass communication of sport. *International Journal of Sport Communication*, 1(1), 3-16.
- Denham, B. E. (2013). Building an agenda for regulatory change: The New York Times investigates drug abuse in US horse racing. *International Journal of Sport Communication*, 6(3), 239-257.
- Denham, B. E. (2017). The Third Time Is a Charm: News Media, Policy Dynamics, and the Designer Anabolic Steroid Control Act. *International Journal of Sport Communication*, 10(2), 141-152.
- Denham, B. E. (2019). Coverage of the Russian Doping Scandal in the New York Times: Intramedia and Intermedia Attribute Agenda-Setting Effects. *Communication & Sport*, 7(3), 337-360.
- Dresen, A., Form, L., & Brand, R. (Hrsg.) (2015). *Dopingforschung. Perspektiven und Themen*. Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Dresen, A., Kläber, M., & Dietz, P. (2014). Use of performance-enhancing drugs and the Internet. Criminological reflections on culture of communication in sport. *German Journal of Exercise and Sport Research*, 44(3), 153-159.
- Ehl, L. & Fey, A. (2004). *Das Berufsprofil „Sportjournalist 2004“*. Eine repräsentative Befragung der Sportjournalisten in Deutschland (Unveröffentlichte Diplomarbeit). Köln.
- Eilders, C. (1997). *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Emig, J. (1987). *Barrieren eines investigativen Sportjournalismus. Eine empirische Untersuchung zu Bedingungen und Selektionskriterien beim Informationstransport*. Bochum: Brockmeyer.
- Engelberg, T., Moston, S., & Skinner, J. (2015). The final frontier of anti-doping: A study of athletes who have committed doping violations. *Sport Management Review*, 18(2), 268-279.
- Felgenhauer, M. (2008). *Dopingberichterstattung in deutschen Printmedien: Eine Analyse am Beispiel der Fälle „Evi Sachenbacher und Team Österreich“ bei den Olympischen Spielen 2006*. Saarbrücken: VDM Publishing.
- Frenger, M., Emrich, E., & Klein, M. (2015). Mediale Aufbereitung und Bewertung von Dopingfällen in den Printmedien. In G. Schafmeister, G. Ellert, & S. Dallwig (Hrsg.), *Evolution und Revolution in der Sportwirtschaft. Perspektiven des Wandels aus sportökonomischer Sicht* (S. 33-50). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Fretwurst, B. (2008). *Nachrichten im Interesse der Zuschauer. Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie*. Konstanz: UVK.
- Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News. The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2, 64-91.
- Görner, F. (1995). *Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland*. Berlin: Vistas.

- Hambrick, M. E., Frederick, E. L., & Sanderson, J. (2015). From Yellow to Blue: Exploring Lance Armstrong's Image Repair Strategies Across Traditional and Social Media. *Communication & Sport*, 3(2), 196-218.
- Hauser, S. (2011). „Im Klub der Spritzensportler“ – Medienlinguistische Beobachtungen zur kontrastiven Analyse von Dopingskandalen. In K. Bulkow, & S. Petersen (Hrsg.), *Skandale, Strukturen und Strategien öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung* (S. 207-226). Wiesbaden: VS-Verlag.
- Helm, K. (2013). *Die Aufsteiger der Redaktion traditionell (1995) und aktuell (2010). Eine empirische Studie zum nationalen Sportjournalismus*. Pulheim: MedienSportVerlag.
- Ihle, H., & Nieland, J.-U. (2013). Dopingaufklärung in der Unterhaltungsfalle? Überlegungen zum Umgang mit Doping im medialisierten Sport. In E. Meinberg, & S. Körner (Hrsg.), *Doping kulturwissenschaftlich betrachtet* (S. 155-171). St. Augustin: Academia Verlag.
- Ihle, H., & Scharf, W. (2007). Männer, Mythen, Medien – „Tour de France“ – Berichterstattung in Deutschland. *Studies in Communication Sciences*, 7(1), 203-229.
- Kaczmarek, L. (2008). Human-Survey Interaction. Usability and Nonresponse in Online Surveys. In Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung (DGOF) (Hrsg.), *Neue Schriften zur Online Forschung* (Band 6). Köln: Herbert von Halem.
- Kautz, F. (2011). *Blickpunkt Doping. Eine explorative Studie zu Meinungen und Einstellungen von Sportjournalisten im Bezug auf Doping, die Berichterstattung darüber und mögliche Lösungen des Dopingproblems*. Berlin/Münster: Lit-Verlag.
- Kautz, F., Schaffrath, M., & Schulz, T. (2015). Sportjournalisten für Anti-Doping-Gesetz – aber gegen Haftstrafen. *Sportjournalist*, 2, 24-26.
- Kim, T., & Kim, Y.H. (2017). Korean national athletes' knowledge, practices, and attitudes of doping: a cross-sectional study. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 12(7), 1-8.
- Kirby, K., Moran, A., & Guerin, S. (2011). A qualitative analysis of the experiences of elite athletes who have admitted to doping for performance enhancement. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 3(2), 205-224.
- Kozman, C. (2017). Who Framed the Steroid Issue in Baseball? A Study of the Frame-Source Relationship in Traditional and New Media. *Journal of Sports Media*, 12(2), 125-156.
- Laine, T. (2006). Shame on us: Shame, national identity and the Finnish doping scandal. *The International Journal of the History of Sport*, 23(1), 67-81.
- Leitlinien des Sportjournalismus (2022). https://www.sportjournalist.de/Ueber_uns/Leitlinien/. Zugegriffen am 14.03.2022.
- Li, B., Scott, O., Sharpe, S., Xu, Q., & Naraine, M. (2019). „Clean Athlete“ or „Drug Cheat and a Jerk“? A Comparative Analysis of the Framing of an Athlete Conflict in Australian and Chinese Print Media. *International Journal of Sport Communication*, 12(4), 531-551.
- Lilge, W. (2019). Leistungssprünge müssten Trainern auffallen. *Der Standard*, 28.02.2019. <https://www.der-standard.de/story/2000098720914/anti-doping-experte-leistungsspruenge-muessten-trainern-auffallen>.
- Loosen, W. (1998). *Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts Verlag.
- Ludwig, M., & Oelrichs, I. (2020). More than a marginal phenomenon: Relevance and content-related aspects of mediated sport scandals. *Sport und Gesellschaft*, 17(2), 185-209.
- Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, N. (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Meier, H. E., Rose, A., & Hölzen, M. (2017). Spirals of Signification? A Corpus Linguistic Analysis of the German Doping Discourse. *Communication & Sport*, 5(3), 352-373.
- Meier, H. E., Rose, A., & Woborschil, S. (2012). Der Dopingdiskurs der 1950er und 1960er Jahre in den Leitmedien Der Spiegel und Die Zeit. *Sportwissenschaft*, 42(3), 163-177.
- Meier, H. E., Rose, A., Woborschil, S., & Konjer, M. (2013). Die Rezeptionsgeschichte des Dopings in Deutschland von 1950 bis 2009. http://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/Aktuelles/Inhaltlicher_Bericht_WWU_Rezeption_des_Dopings.pdf?__blob=publicationFile. Zugegriffen am 11.04.2022.
- Meinberg, E., & Körner, S. (Hrsg.) (2013). *Doping kulturwissenschaftlich betrachtet*. St. Augustin: Academia Verlag.
- Mikus, A. (2009). *Chancen, Schergen, Scharlatane – Der Sportjournalismus und die Tour de France* (unveröffentlichte Diplomarbeit). Dortmund.
- Morente-Sanchez, J., & Zabala, M. (2013). Doping in Sport: A Review of Elite Athletes' Attitudes, Beliefs, and Knowledge. *Sports Medicine*, 43(6), 395-411.
- Moston, S., Engelberg, T., & Skinner, J. (2015). Self-fulfilling prophecy and the future of doping. *Psychology of Sport and Exercise*, 16, 201-207.
- Muwonge, H., Zavuga, R., & Kabenge, P. H. (2015). Doping knowledge, attitudes, and practices of Ugandan athletes': a cross-sectional study. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 10(37), 1-8.
- Nicholls, A. R., Perry, J. L., Levy, A. R., Meir, R., Jones, L., Baghurst, T., & Thompson, M. A. (2014). Coach perceptions of performance enhancement in adolescence: the sport drug control model for adolescent athletes. *Performance Enhancement & Health*, 3(2), 93-101.
- Olson, N., Schulz, T., Kautz, F., & Schaffrath, M. (2020). Wissen und Einstellungen zum Thema Doping unter Sportjournalistinnen und Sportjournalisten in Deutschland – Replikationsstudie. In Bundesinstitut für Sportwissenschaft (Hrsg.), *BISp-Jahrbuch Forschungsförderung 2019/20* (S. 23-31). Bonn.
- Olson, N., Schaffrath, M., Kautz, F., Schulz, T. (2019). *Wissen und Einstellungen zum Thema Doping unter Sportjournalisten und Sportjournalistinnen in Deutschland – Replikation* (unveröffentlichter Abschlussbericht). München.
- Pappa, E., & Kennedy, E. (2012). „It was my thought ... he made it a reality”: Normalization and responsibility in athletes accounts of performance enhancing drug use. *International Review for the Sociology of Sport*, 48(3), 277-294.
- Pardo, R. (2013). Doping treatment by the media in Spain: Alberto Contador and Martha Dominguez cases. *International Review on Sport and Violence*, 7, 38-49.
- Peters, C., Postler, T., & Oberhoffer, R. (2013). Dopingkontrollen in Deutschland. Eine Befragung von Athleten und Dopingkontrolleuren. *German Journal of Exercise and Sport Research*, 43(1), 20-33.
- Pfister, G., & Gems, G. (2015). Fairy tales? Marion Jones, C.J. Hunter and the framing of doping in American newspapers. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, 18(2), 136-154.
- Philipp, M. (2002). *Die Konstruktion des medialen Dopingdiskurses. Struktur und Strategie*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Pöppel, K., & Büsch, D. (2019). The doping critical attitude of elite sports coaches in combat sports. *German Journal of Exercise and Sport Research* 2, 168-178.
- Pressegesetz für das Land Nordrhein-Westfalen in der Fassung vom 18.05.2021 (2021). https://recht.nrw.de/lmi/owa/br_text_anzeigen?v_id=10000000000000000330. (Stand 14.03.2022)
- Reed, S. (2019). Who Is to Blame? An Examination of American Sports Journalists' Lance Armstrong Hero Narrative and Post-Doping Confession Paradigm Repair. *Journal of Sports Media*, 14(1-2), 67-91.

- Schaffrath, M. (2006). *Spitzensport und Sportjournalismus. Empirische Studie zum grundlegenden Verständnis der Beziehungen zwischen zwei Subsystemen und Akteurgruppen*. Köln-Pulheim: MedienSport-Verlag.
- Schaffrath, M. (2007). Placebos gegen eine Seuche. *Journalist*, 7, 46-48.
- Schaffrath, M. (2010). Vermittler, Vermarkter und Verkäufer. Empirische Studie zum beruflichen Selbstverständnis von TV-Sportjournalisten. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 45(2), 247-267.
- Schaffrath, M., Kautz, F., & Schulz, T. (2016). Kompetenzprobleme wegen Komplexität. Wissensdefizite von Sportjournalisten beim Thema Doping. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 64(2), 219-243.
- Schaffrath, M., Schulz, T., & Kautz, F. (2014). Publizistische Doping-Leitwölfe“ Süddeutsche und Seppelt. *Sportjournalist*, 9, 20-22.
- Schaffrath, M. (2016a). Journalismus und Sport. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 699-712). Wiesbaden: Springer VS.
- Schaffrath, M. (2016b). Dopingberichterstattung im Abseits. Ausgewählte Ergebnisse der Studie „Wissen und Einstellungen von Sportjournalisten in Deutschland zum Thema Doping“. *Fachjournalist*. Zugriff am 18.08.2016. Verfügbar unter: <http://www.fachjournalist.de/sportjournalismus-dopingberichterstattung-im-abseits>.
- Schaffrath, M. (2016c). Indizien oder Beweise? Umfrage der TU München zur Doping-Berichterstattung. *Sportjournalist*, 8, 20-21.
- Schaffrath, M. (2020). Berufszufriedenheit und Rollenselbstverständnis von Sportjournalistinnen. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport*, 5(2), 48-68.
- Schaffrath, M., & Kautz, F. (2017). Doping-Berichterstattung: Meinungen und Motive von Sportjournalisten. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport*, 2(2), 99-120.
- Schaffrath, M., Schulz, T., & Kautz, F. (2018). *Wissen und Einstellungen von Sportjournalisten in Deutschland zu den Themen Doping und Dopingberichterstattung*. Berlin/Münster: Lit-Verlag.
- Schaffrath, M., Schulz, T., Olson, N., & Schmickler, J. (2021). *(Spitzen-)Trainer und Medien: Eine Analyse zur Wahrnehmung und Bewertung der Doping-Berichterstattung und die Auswirkung auf die Trainingsarbeit*. München: (unveröffentlichter Projektbericht).
- Schaffrath, M., Olson, N., & Schulz, T. (2022). Risiken und Nebenwirkungen der Dopingberichterstattung. Online-Befragung von Sportjournalist*innen zu ausgewählten strukturellen und persönlichen Gründen für die publizistische Zurückhaltung beim Thema Doping. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport, (First Release)*, 3-25.
- Schauerte, T., & Schwier, J. (2015). Skandalöse Neuigkeiten. Die Aufbereitung des Themas Doping in den Medien. In A. Dresen, L. Form, & R. Brand (Hrsg.), *Dopingforschung. Perspektiven und Themen* (S. 231-249). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Scheufele, B. & Engelmann, I. (2009). *Empirische Kommunikationsforschung*. UVK-Verlag.
- Schirm, J., & Hartmann-Tews, I. (2011). Doping in den Medien – nur Skandalisierung und Personalisierung? Eine Studie des öffentlichen Doping-Diskurses während der Tour de France 2008. *Impulse. Das Wissenschaftsmagazin der Deutschen Sporthochschule Köln*, 2, 36-43.
- Schirm, J., & Meier, H. E. (2016). Dopingberichterstattung in den Medien. *Sportwissenschaft*, 46, 143-161.
- Schmickler, J., Olson, N., Schulz, T., & Schaffrath, M. (2022). (Spitzen-)Trainer und Medien: Eine Analyse zur Wahrnehmung und Bewertung der Doping-Berichterstattung und die Auswirkung auf die Trainingsarbeit, In Bundesinstitut für Sportwissenschaft (Hrsg.), *BISp-Jahrbuch Forschungsförderung 2021/22* (S. 61-70), Bonn.

- Schneider, E. (2012). Analyse des medialen Dopingdiskurses exemplarisch durchgeführt an der Medienberichterstattung über ‚Doping-Fahnder‘ Jeff Novitzky. In C. Asmuth & B. Binkelman (Hrsg.), *Entgrenzungen des Machbaren? Doping zwischen Recht und Moral* (S. 203-222). Bielefeld: Transcript.
- Schulz, W. (1990). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung* (2. Auflage). Freiburg, München: Alber.
- Scholl, A. (2009). *Die Befragung* (2. Auflage). Stuttgart: UTB.
- Sefiha, O. (2010). Now`s When We Throw Him Under the Bus: Institutional and Occupation-al Identities and the Coverage of Doping in Sport. *Sociology of Sport Journal*, (27), 200-218.
- Sefiha, O. (2017). Riding Around Stigma: Professional Cycling and Stigma Management in the „Clean Cycling“ Era. *Communication & Sport*, 5(5), 622-644.
- Seppelt, H.-J. (2014). *Geheimsache Doping – wie Russland seine Sieger*. Verfügbar unter: <https://www.sportschau.de/investigativ/geheimsachedoping/video-geheimsache-doping---wie-russland-seine-sieger-macht-100.html>.
- Seppelt, H.-J. (2016a). *Geheimsache Doping – Russlands Täuschungsmanöver*. Verfügbar unter: <https://www.sportschau.de/investigativ/geheimsachedoping/video-geheimsache-doping-russlands-taeuschungsmanoever-100.html>.
- Seppelt, H.-J. (2016b). *Geheimsache Doping – Showdown für Russland*. Verfügbar unter: <https://www.sportschau.de/doping/video-geheimsache-doping---showdown-fuer-russland-100.html>.
- Seppelt, H.-J. (2019). *Geheimsache Doping – Die Gier nach Gold. Der Weg in die Dopingfalle*. Verfügbar unter: <https://www.sportschau.de/doping/video-geheimsache-doping-die-gier-nach-gold--der-weg-in-die-dopingfalle-100.html>.
- Spalletta, M., & Ugolini, L. (2014). Sports journalism between doping allegations and doping evidence: The coverage of Lance Armstrong in Italian newspapers. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 6(2), 221-238.
- Staab, J. F. (1990). *Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt*. München: Alber.
- Starke C., & Flemming, F. (2017). Who is Responsible for Doping in Sports? *Communication & Sport*, 5(2), 245-262.
- Thielemann, M. (2008). *Kommunikatorforschung: Das Selbstverständnis im Sportjournalismus. Eine empirische und exemplarische Untersuchung deutscher Fernseh-Sportjournalisten*. Berlin: Verlag Dr. Müller.
- Weischenberg, S. (1994). Annäherungen an die „Außenseiter“. Theoretische Einsichten und vergleichende empirische Befunde zu Wandlungsprozessen im Sportjournalismus. *Publizistik*, 39 (4), 428-452.
- Weischenberg, S., Malik, M. & Scholl, A. (2006). *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Westmattmann, D., Dreiskämper, D., Strauß, B., Schewe, G., & Plass, J. (2018). Perception of the Current Anti-doping Regime – A Quantitative Study among German Top-Level Cyclists and Track and Field Athletes. *Frontiers in Psychology*, 9(1809), 1-14.
- Wick, T. (2014). *Dopingsportberichterstattung im „aktuellen sportstudio“ des ZDF zwischen 1968 und 2010*. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag.
- Whitaker L., Backhouse S.H., & Long J. (2014). Reporting doping in sport: national level athletes' perceptions of their role in doping prevention. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 24, 515-521.