

Rezensionen

Jana Wiske

Die Elite. Die Bedeutung der Live-Berichterstattung im deutschen Spitzensport aus der Sicht von Sportjournalisten.

Köln: Herbert von Halem Verlag, 2017. 358 Seiten, 32,00 €. ISBN: 978-3-86962-277-4

Maria Hänelt

Das Jahr 2017 war unter mediensportlichen Aspekten kein besonderes. Keine Olympischen Spiele. Keine Fußball-WM, nicht einmal eine -EM. Trotzdem gehörten auch in diesem Jahr Sportveranstaltungen zu den TV-Angeboten mit den stärksten Einschaltquoten. Lediglich vereinzelte Episoden vom „Tatort“ können mit den Rezeptionsszahlen der Live-Fußball-Übertragungen mithalten. Im kommenden Sommer findet die Fifa-Fußball-WM in Russland statt. Viele Menschen haben sich die Spielzeiten der deutschen Nationalmannschaft schon im Kalender notiert. Andere Termine werden um mögliche Anstoßzeiten herumgeplant. Obwohl zeitversetztes und gestreamtes Fernsehen heute zum normalen Rezeptionserlebnis gehört, scheint es im Sportkontext unerlässlich, ohne Zeitverzögerung zu rezipieren, um möglichst intensiv am Sporterlebnis teilnehmen zu können.

Dass die hohen Ansprüche des Konsumenten und der zunehmende wirtschaftliche Druck sowie die grundsätzlich steigende Relevanz des Sports auch mit Veränderungen für die Berufsgruppe der Sportjournalisten einhergehen, ist nachvollziehbar.

Diesem Tatbestand widmet sich Jana Wiske in „Die Elite“. In dem im Halem-Verlag erschienenen, 15. Band der Sportkommunikation, geht sie vor allem der Frage auf den Grund, was sich im Arbeitsalltag eines Sport-Live-Berichterstatters verändert hat, beschäftigt sich aber auch damit, welchen Veränderungen das Image und der Ruf der Berufsgruppe ausgesetzt sind.

Der Sport fungiert als interkulturelles Transportmittel von Botschaften und eröffnet diverse Nutzungs- und Interpretationsmöglichkeiten, denn er ist für ein breites Publikum zugänglich. Der Erfolg des Sports liegt nachweislich in seiner Hybridstruktur aus Unterhaltung und Information (S.59). Auch dies sind Gründe für die hohe und steigende Relevanz des Live-Sporterlebnisses. Sportkommunikation findet in modernen Konsumkulturen nicht mehr nur im direkten Umfeld von Sportereignissen statt, sondern mit Hilfe neuer Kommunikationswege und neuer Medienformen in sämtlichen situativen Kontexten.

Live-Übertragungen im TV sowie im Internet, Interaktionsmöglichkeiten des Rezipienten durch User Generated Content und hoher, stetig zunehmender Aktualitäts- und Informationsdruck sowie die damit einhergehende, zunehmende Macht des Rezipienten lassen den Schluss zu, dass dem journalistischen Berufsbild zunehmend neue Kompetenzen und mehr Flexibilität abverlangt wird.

Die Sportbranche befindet sich durch konvergente und digitalisierte Mediennutzung wie kaum eine andere im Wandel. Die Direktübertragung rückt zunehmend in den Fokus des Publikums. Das Überangebot an journalistischen Inhalten führt zudem zu einem erhöhten Konkurrenzkampf zwischen den Medien und schließlich dazu, dass der Rezipient sich jene Inhalte herausfiltert, die ihm am besten gefallen (S.36).

Die hier besprochene Arbeit widmet sich der Frage, wie sich Sportjournalisten in der Live-Berichterstattung von ihren Kollegen (in Eigen- und Fremdwahrnehmung) unterscheiden und welchen Stellenwert sie innerhalb der Berufsgruppe haben. Dabei liegt der Fokus der Studie ausdrücklich auf der Analyse des Spitzensports in Deutschland

Zusätzlich soll die Frage beantwortet werden, was dies für die Anforderungen im Berufsfeld des

Journalisten sowie die beruflichen Qualitäts-Standards bedeutet.

Hochpreisig erworbene Rechte und die Abhängigkeit von Anspruchsgruppen führen nicht selten zu einer Hochglanzberichterstattung, in der unpassenden Informationen und Kritik wenig Raum gegeben wird (vgl. Horky & Kamp, 2012). Die Bedeutung von Sponsoren und Refinanzierung wächst und sie sind gekoppelt an den wirtschaftlichen Konkurrenzdruck. Kommerzialisierungstendenzen und zunehmende Boulevardisierung sind demnach zu beobachten (S. 94).

Die Autorin stellt folglich in Frage, ob diese potentiellen Einflussnahmen dem Ehrenkodex von journalistischer Arbeit entsprechen und die Nachfrage des Rezipienten nach objektiven Medienangeboten weiterhin gestillt werden kann. Die von Jana Wiske durchgeführte Studie stellt sich mittels repräsentativer Befragung der Aufgabe, eine tragfähige wissenschaftliche Erforschung der Sportkommunikatoren zu liefern und diesbezüglich neue Impulse zu setzen. Dabei liegt der Fokus der Auseinandersetzung auf den Interaktionen und Konsequenzen, die sich aus der Perspektive der Sportkommunikatoren ergeben (S.137). Das methodische Vorgehen der quantitativen Befragung ist darin einleuchtend begründet.

Zunächst findet eine theoretisch, kommunikationswissenschaftliche Verortung der Inhalte statt, bevor Jana Wiske eine sehr umfangreiche Erläuterung des klassischen Berufsfeldes eines Sportjournalisten durchführt. Hier wird neben einer historischen Einordnung vor allem auf die Analyse relevanter Tätigkeitsfelder und einer Erläuterung der gegenwärtigen Arbeitsbedingungen eingegangen.

Die vorliegende Studie untersucht den Kommunikator, der einerseits Darstellung und Themenschwerpunkt vorgibt. Andererseits ist es auch Anspruch der Arbeit, Informationen über die Rückkopplungen der Aussagen auf ihre Urheber treffen zu können (S. 26). Somit soll im Rahmen der Untersuchung der Fragestellung nicht nur auf

Mikro- sondern auch auf der Makroebene argumentiert werden, auch wenn dies in Bezug auf die Rückkopplungseffekte nicht im Detail geschieht.

Der empirische Teil liefert interessante Ansätze zur Beantwortung dieser Fragen. Eine qualitative Vorstudie (Leitfadeninterviews mit zehn Experten der Branche) lieferte erste Antworten und Erkenntnisse, welche in die Hauptstudie, eine Befragung, integriert wurden. Das in der Hauptstudie rekrutierte quantitative Befragungs-Sample von 1006 Sportjournalisten besitzt das Potential, erhebliche Forschungslücken im Bereich der Sportkommunikation zu schließen.

Hier wurden vor allem soziodemografische Merkmale, Berufsmotivationen, wahrgenommene Anforderungen an die Journalisten, Professionalisierungstendenzen und das Rollenverständnis der Journalisten abgefragt. Aber auch die im Berufsfeld bestehenden Hierarchien und Aufstiegschancen sowie die subjektive Wahrnehmung des Berufsbildes sind relevante Kriterien der Befragung (S.139).

Auf der Makroebene geht Jana Wiske der Annahme auf den Grund, dass der Sportkommunikator immer mehr als „Alleskönner“ fungieren muss und die Anforderungen auch in subjektiver Wahrnehmung gestiegen sind. Sie geht davon aus, dass Live-Berichtersteller in der Branche kritisch betrachtet werden und Frauen im Berufsbild nur eine unterrepräsentierte Gruppe darstellen. Zudem verfolgt sie die Hypothese, dass Online-Journalisten den Kollegen der klassischen Medien den Rang ablaufen und die Live-Berichterstattung im Vergleich zum Nachbericht einen höheren Stellenwert einnimmt.

Und in der Tat: Die Ergebnisse der Befragung bekräftigen eine Sonderstellung der Live-Sportjournalisten aus der Direktübertragung innerhalb der Berufsgruppe.

Die Erkenntnisse der vorliegenden Publikation gehen jedoch noch weiter: Die Autorin bildet aus den Ergebnissen ein neues Image-Modell deut-

scher Sportjournalisten im crossmedialen Zeitalter. Sie entwickelt die Herangehensweisen Görners (1995) und Schaffraths (2002) weiter und erstellt eine aktuelle Einordnung des Sportjournalisten in seiner Berufsgruppe unter besonderer Berücksichtigung des Live-Berichterstatters (S.253). Das dreistufige Modell klassifiziert die Berufsgruppe hinsichtlich ihres Stellenwerts in der Branche und stellt dabei das Standing des TV- und Onlinesektors heraus.

Die Arbeit füllt somit eine Forschungslücke trägt aber vor allem zu einer aktuellen Auseinandersetzung mit dem Thema bei und schafft hilfreiche Ansatzpunkte für weitere Auseinandersetzungen. Jana Wiske gelingt es, einen umfangreichen Gesamtüberblick über das sich verändernde Berufsbild des Sportjournalisten zu geben.

Das Buch ist damit empfehlenswert für Studierende, aber auch für all jene Leser, die an dem

Berufsbild des Sportkommunikators mit allen Vor- und Nachteilen interessiert sind.

Literatur

- Görner, F. (1995). *Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland* (Beiträge des Instituts für Sportpublizistik, Bd. 4). Berlin: Vistas.
- Horky, T. & Kamp, H.-C. (2012). *Sport. Basiswissen für die Medienpraxis* (Journalismus-Bibliothek, Bd. 6). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Schaffrath, M. (2002). Sportjournalismus in Deutschland. In J. Schwier (Hrsg.), *Medien-sport. Ein einführendes Handbuch* (S. 7–26). Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren.