

Die hegemonial männliche Konstruktion nationaler Identität in den TV-Skisportberichten des ORF

Sandra Fanto

Mediensport eignet sich besonders gut, um gesellschaftliche Strukturen und Machtverhältnisse analytisch darzulegen. An der Bewertung von Sportereignissen in den dominierenden Medien lässt sich die kulturelle Verschiedenheit der sportlichen Vielfalt erkennen. Die vorherrschende Mediensportrealität zeigt in dreierlei Hinsicht, wie kulturell geteilte Bedeutungen und implizites Wissen innerhalb einer Gesellschaft konstruiert werden. Erstens, Wettkampfsport steht aufgrund seines dramaturgischen Potentials, seiner Aktualität und soziokulturellen Relevanz im Blickpunkt der alltäglichen Berichterstattung in den Medien. Über diese werden gesellschaftliche Bedeutungen und Symbole tradiert und ein Beitrag zur sozialen Konstruktion von Wirklichkeit geleistet. Zweitens, große Erfolge von heimischen Sportlerinnen und Sportlern werden zu Repräsentationsmerkmalen einer Nation. Die Bildsymbolik des Sports, welche besonders im visuellen Medium Fernsehen zum Ausdruck kommt, verankert sich im Nationalbewusstsein einer Gesellschaft. Und Drittens, die Grundlage aller sportlichen Betätigung ist der menschliche Körper. Die mediale Präsentation von Körpern, die sportliche Höchstleistungen verüben ist unweigerlich mit Geschlechterunterschieden verbunden. Die Art und Weise wie diese medial ausgehandelt werden, verrät etwas über ihren gesellschaftlichen Stellenwert.

Quantitativ ist der Sportjournalismus eindeutig von Männern dominiert. In den österreichischen Medien liegt der allgemeine Berichtsanteil über weibliche Sportlerinnen bei nur 14% (vgl. Rulofs 2010). Anhand einer interpretativen Videoanalyse von TV-Nachrichtenbeiträgen zum Skisport soll gezeigt werden, wie die Diskriminierung von Frauensport auch in qualitativer Hinsicht begünstigt wird. In Österreich dominiert in den Wintermonaten der prototypische Nationalsport Ski Alpin die Sportberichterstattung. Die dabei bestehende Marginalisierung von weiblichen Athletinnen sorgt für die

Aufrechterhaltung einer hierarchischen Geschlechterdynamik, welche als hegemonial männlich bezeichnet werden kann. Mit hegemonialer Männlichkeit ist nach Raewyn Connell die gesellschaftliche Dynamik gemeint, durch die Männer in zweifacher Hinsicht ihre Führungsposition aufrechterhalten (vgl. Connell 2015). Diese soziale Machtrolle stellen sie erstens gegenüber anderen Männern unter Beweis, und zweitens vor allem gegenüber Frauen, die dadurch eine hierarchisch untergeordnete Rolle einnehmen.

■ MEDIENSPORTREALITÄT UND NATIONALBEWUSSTSEIN

Die Produktionslogik des Fernsehens bringt diese sozialen Dynamiken zum Vorschein. Sportereignisse erfahren in der Vermittlung über das Medium bereits eingangs einen grundlegenden Selektionsprozess. In der TV-Medienportrealität existieren nur einige auserwählte Sportarten, wobei alpiner Skisport aufgrund seines attraktiven Spannungspotentials besonders telegen und fernsehtauglich ist. Das Fernsehen ist nicht nur auf Grund der Telegenität bestimmter Sportereignisse, sondern auch aus pragmatischen Finanzierungsgründen ein wichtiges Medium für die massiv kommerzialisierte Welt des Spitzensports. Sport und Medien instrumentalisieren sich zu einem beidseitigem ökonomischen Nutzen, in dessen Zentrum die Sportlerinnen und Sportler als nationale Heldenfiguren stehen. Der Zusammenhang zwischen der Welt des Sports und nationaler Identität liegt auf der Hand. Weil das Konzept von Nation abstrakt und ideell ist, wird es unter anderem über sportlichen Wettkampf durch Athletinnen und Athleten greifbar gemacht. Nationalbewusstsein ist eine Form kollektiven Gedächtnisses, welches durch gemeinsames Erinnern an bestimmte Begebenheiten aufrechterhalten wird (vgl. Labitsch 2009). Zu diesen Fixpunkten nationaler



Sandra Fanto, MA MA
Soziologin und Medienwissenschaftlerin
fantosandra@gmail.com

Identitäten zählen auch Sportereignisse. Warum sind weibliche Sportlerinnen bei der medialen Verbreitung dieser Ereignisse unterrepräsentiert? Da jede Sportart den Einsatz des menschlichen Körpers verlangt, liefert der Bereich des Sports einen institutionalisierten Rahmen um biologische Geschlechterunterschiede anhand der Verschiedenheit des weiblichen und männlichen Körpers zu legitimieren. Sobald weibliche Athletinnen ins Zentrum der medialen Berichterstattung rücken, haben Sie es mit der Trivialisierung von Errungenschaften zu tun. In vieler Hinsicht ist die Berichterstattung dann auf Elemente konzentriert, die wenig mit sportlicher Leistung zu tun hat. Ilse Hartman-Tews und Bettina Rulofs haben dieses medienpraktische Vorgehen als „reduzierte Visualisierung der Leistungsstärke“ (Hartmann-Tews/Rulofs 2004) bezeichnet. Inwieweit der österreichische Rundfunk an dieser Aufrechterhaltung von Geschlechterhierarchien beteiligt ist, soll eine empirische Untersuchung von Fernsehbeiträgen zeigen, in dessen Zentrum erfolgreiche österreichische Skifahrerinnen und Skifahrer stehen.

■ METHODOLOGISCHE ÜBERLEGUNGEN

Das Forschungsinteresse an der TV-Skisportberichterstattung des österreichischen Rundfunks liegt in einer hermeneutisch wissenssoziologischen Methodologie begründet, welche die Konstruktion gesellschaftlicher Wirklichkeit als das Resultat von ständigen Interaktionen und Deutungsakten handelnder Individuen ansieht. Manifestationen der Wahrnehmung von Wirklichkeit werden in den Medien sichtbar, wodurch sich kontinuierlich Symbole nationaler Identität ins kollektive Gedächtnis einer Gesellschaft einschreiben und implizite Wissensstände bilden, die unter anderem durch Sportidole und Nationalhelden repräsentiert und aufrechterhalten werden. Da sich der Bereich des Sports besonders gut eignet um gesellschaftliche Strukturen aufzuzeigen, wurden zur Analyse mehrere einzelne Beiträge der österreichischen Nationalsportart Ski Alpin, aus dem meistgesehenen Sportnachrichtenmagazin des ORF, *Sport Aktuell*, herangezogen. Die Sendung erreicht einen Marktanteil von 34% mit rund 770.000 täglichen Zuseherinnen und Zusehern (vgl. ORF-Jahresbericht 2014). Die ausgewählten Beiträge zählen nicht nur zu den am meistgesehenen, sie scheinen aufgrund der Aufnahme in das bedeutendste Sport-Format des Vorabendprogramms von besonderem Interesse der Öffentlichkeit zu sein. Die empirische Methode, die dafür zum Einsatz kam, ist die wissenssoziologische Videoanalyse nach Jürgen Raab (vgl. Raab 2008), deren Ziel es ist, die zunächst selbstverständlich erscheinenden Vorgänge und Formen von institutionalisiertem Wissen in audiovisuellen Medien offenzulegen.



■ FALLBEISPIEL: GESCHLECHTERUNTERSCHIEDE IN DEN INTERVIEW-SEQUENZEN

Ein Skisportbericht der täglichen abendlichen Sportnachrichtensendung beginnt in der Regel im Studio vor dem Green Screen, mit der sprachlichen Zusammenfassung des Hauptinhalts von der Moderatorin oder vom Moderator. Danach beginnt der Zusammchnitt im Vollbild. Eine andere Stimme führt nun durch den Bericht, welcher in der Regel mit einführenden Aktionsbildern beginnt, wo die erfolgreichen Skifahrerinnen und Skifahrer beim Ausüben ihrer sportlichen Betätigung gezeigt werden – sei es beim Rennen, beim Training oder bei der Vorbereitung, bei der Siegerehrung oder in der Umgebung von Konkurrentinnen und Konkurrenten. Auf Audioebene wird der Beitrag durch das Nennen einer Vielzahl von Ergebnissen, Zeiten und Platzierungen ergänzt, die von Schnelligkeit und hohem Informationsgehalt gekennzeichnet sind. Danach folgen in beinahe ausnahmslos allen Fällen eine oder mehrere Interview-Sequenzen. Die ein- bis zweiminütigen Berichte enden normalerweise mit einem Rück- oder Ausblick, welcher die zentrale Person oder den zentralen Inhalt noch einmal hervorhebt. Viele der Beiträge widmen sich konkret einer einzelnen Figur.

Legt man den Fokus auf die Athletinnen und Athleten als Überlieferer Symbole nationaler Identität, werden bei analytischer Gegenüberstellung von Interview-Situationen wo jeweils ein Skirennläufer und eine Skirennläuferin im Zentrum stehen, Unterschiede in qualitativer und geschlechterspezifischer Hinsicht deutlich.

Das exemplarische Interview mit Marcel Hirscher ist von einer persönlichen Nähe gekennzeichnet (Abbildung 1). Nicht nur die nahe Einstellung, auch die räumlich geschaffene Enge, durch das Nebeneinander von mehreren Mikrofonen und Händen auf wenigem Raum, sowie die Menge an Menschen im Hintergrund verschaffen eine intime Situation, an der die Zuschauerin und der Zuschauer vor dem Fernseher unmittelbar teilhaben können. Die lockere Umgangsform, das Sprechen im Dialekt, das heitere Grinsen sowie die offene Ausdrucksweise zeugen ebenso von Mitteln der Starsinszenierung sowie von Rückgriffen auf kollektive Wissensbestände. Inhaltlich geht es um seine Verfassung bei der Siegfahrt.

Abbildung 1
„Interview-Sequenz
mit Marcel Hirscher“
aus ORF Sport
Aktuell „Hirscher
distanziert Konkurrenz
in Alta Badia“
vom 21.12.2014



Eine ähnlich gekleidete Person ist im Hintergrund der linken Bildhälfte zu sehen, als er Marcel Hirscher zu imitieren versucht, indem er dieselbe Mütze mehrmals plakativ auf- und absetzt und auf humoristische Art versucht, das Format des klassischen TV-Interviews gewissermaßen zu stören. Die Nachahmung des Protagonisten und der Rummel sowie die Neugierde der Umstehenden unterstreicht seine Vormachtstellung und besondere Rolle innerhalb der Mediensportrealität des ORF. Dies geschieht auch durch die Texteinblendung Sieger, die nur das eine Wort benötigt, um die Person zu beschreiben. Es wird davon ausgegangen, dass das Publikum über die Person sowie auch seine Erfolge Bescheid weiß.

In einer anderen Interview-Situation beteuert Elisabeth Görgl freundlich grinsend, wie angenehm es ist, für die Wettkampfvorbereitung unweit des Wohnorts im eigenen Bett schlafen zu können. Rein auf der Ebene des dargebrachten Inhalts geht es in dieser Sequenz nicht um die sportliche Leistung der erfolgreichen Skirennläuferin. Die Untertitelung in dieser Einstellung nennt ihr Alter, 33 Jahre, und intensiviert die Fokussierung auf private Themen (Abbildung 2). Diese Informationen deuten darauf hin, dass von dem Publikum kaum implizites Wissen verlangt wird und die Person kurz vorgestellt werden muss. Nicht nur auf inhaltlicher Ebene ist das sichtbar, auch die allgemeine Szenen-Gestaltung deutet darauf hin, dass hier nicht der Leistungsaspekt im Vordergrund steht. Die Sportlerin befindet sich zwar in der typischen nahen Einstellung und hält demonstrativ ihre Ski in Händen, das Setting verstärkt die Starsinszenierung allerdings nicht annähernd in dem Maße, wie es beim Interview mit Marcel Hirscher der Fall ist. Die Umgebung rund um Elisabeth Görgl ist farblich unauffällig, sie steht abseits der Piste und im Hintergrund sieht man Menschen in Rückenansicht, die sich in weiterer Ferne aus dem Bild bewegen. Sie beachten die Kamera und die Interview-Situation nicht. Dieser Faktor schwächt die Berühmtheitsrolle der Sportlerin ab, da seitens der Außenstehenden kein Interesse an ihrer Person zu bestehen scheint. Das einzige, was in dieser Bildsequenz darauf hindeutet, dass es sich um eine erfolgreiche österreichische Sportlerin handelt, sind die Werbepplatzierungen an ihrer Sportkleidung.

■ SKIFAHNERINNEN ERFAHREN MARGINALISIERUNG IM TV-SPORT IN DREIFACHER HINSICHT

Die intensive Auseinandersetzung mit weiterem Datenmaterial zeigt, dass weibliche österreichische Skirennläuferinnen in den Nachrichtenbeiträgen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens marginalisiert werden – nicht nur durch quantitative Benachteiligung, sondern insbesondere in qualitativer, visualisierter Form. Die Bilder sozialer Wirklichkeit in der TV-Skisportberichterstattung des ORF sind in Bezug auf nationale Identität hegemonial männlich konstruiert, was sich anhand von mindestens drei Elementen zeigt.

Erstens: Erfolg und sportliche Leistung dominieren die Berichterstattung, wovon die Vormachtstellung männlicher Skirennfahrer profitiert. Es sind geschlechterspezifisch verschiedene Themen, welche die jeweilige Fernsehberichterstattung leiten. Weibliche Athletinnen werden trivialisiert, weil bei ihnen nicht der Leistungsaspekt, sondern Bereiche des Privatlebens im Vordergrund stehen. Die Symbolisierung von Erfolg und sportlicher Leistung kommt hingegen verstärkt bei männlichen Skifahrern zum Einsatz und wird durch eine Vielzahl an audiovisuellen Stilmitteln erreicht. Zu nennen wären beispielsweise Aspekte der Schnelligkeit die durch eine Vielzahl quantifizierter Daten und Zahlen zum Ausdruck kommen, der Vergleich mit internationalen Konkurrenten sowie nostalgische Verweise in die Vergangenheit. Im beispielhaft analysierten Beitrag über Marcel Hirscher wird am Ende auf die Erfolge Franz Klammers verwiesen, an jene er bald anschließen könne. Insbesondere das Nennen von Skilegenden und das In-Erinnerung-Rufen ihrer vergangenen Erfolge trägt zum „nation making“ (Penz/Spitaler 2004) bei. Die Verwendung nationaler Symbole kommt dabei ebenso zum Einsatz. Durch die Inszenierung als Star – erkennbar am Rummel um seine Person, seine Imitation in der Interview-Sequenz sowie an einer späteren Siegerpose vor den österreichischen Landesfarben – wird ein männlicher Sportler als Repräsentant einer Nation zu einem Nationalhelden hochstilisiert. Bernadette Kneidinger geht davon aus, dass die Person des Sportlers auf diese Weise das Konzept von Nation erst greifbar macht (vgl. Kneidinger 2010). Versteht man Nationalbewusstsein als eine Form kollektiven Gedächtnisses, so tragen die Skifrauen weniger zur Konstruktion nationaler Identität bei, als ihre männlichen Kollegen, und durch die weniger leistungsorientierte Präsentation haben sie kaum Chancen zu einem Fixpunkt im kollektiven Gedächtnis der Österreicherinnen und Österreicher zu werden.

Zweitens: Die Beitragsgestaltung erschwert die Etablierung parasozialer Beziehungen mit weiblichen Skiläuferinnen. Die reduzierte Visualisierung

Abbildung 2
„Interview-Sequenz mit Elisabeth Görgl“ aus ORF Sport Aktuell „Görgl für RTL in Kühtai motiviert“ vom 27.12.2014

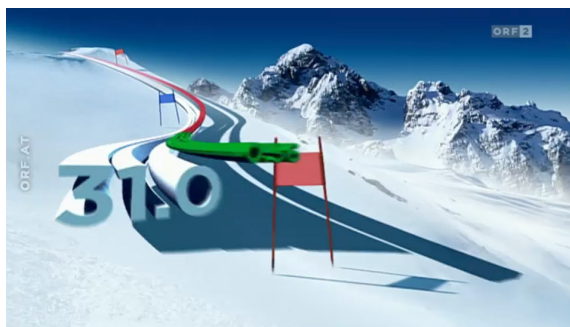


Abbildung 3
„Simplifizierte graphische Darstellung der Sportart Ski Alpin“ aus ORF Sport Aktuell „Signation“ vom 7.11.2014

der Leistungsstärke resultiert in der Schwierigkeit des Publikums, die Illusion einer Beziehung mit der weiblichen Medienfigur aufzubauen und kontinuierlich aufrechtzuerhalten. Den Unterschied in der emotionalen Bindung zu den medial inszenierten Männern und Frauen kann man auch an der Notwendigkeit impliziten Wissens messen. In dem Beitrag, in dem Marcel Hirscher die zentrale Figur einnimmt, wurde davon ausgegangen, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer über seine Person und Erfolge Bescheid wissen. Kontextuelles Wissen ist auch nötig, um die Menge an Informationen zu verarbeiten. Im Gegensatz dazu wird in dem Beitrag über Elisabeth Görgl nicht nur wenig Nachrichtenmaterial geliefert, sondern auch kein implizites Wissen über die Person vorausgesetzt, weshalb sie eingangs kurz vorgestellt wird. Die Schwierigkeit der Etablierung parasozialer Beziehungen mit weiblichen Skirennläuferinnen hat natürlich auch Auswirkungen auf die ökonomischen Rahmenbedingungen der Welt des Sports. Da manche Sportlerinnen die Marginalisierung ihrer Disziplin erst durch die Medien erfahren, hat dies rückschließende Folgen auf die Realität jener Frauen, die ihren Lebensunterhalt mit ihren sportlichen Leistungen verdienen und auf mediale Präsenz angewiesen sind.

Drittens: Es wird eine Scheinneutralität bezüglich der ungleichen Geschlechterverhältnisse vorgegeben. Der ORF begünstigt in seiner Rolle als Informant im Sinne des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags (vgl. ORF-Gesetz und Programmrichtlinien) die institutionalisierte Diskriminierung im Frauensport. Die Geschlechterunterschiede sind primär an der quantitativ geringeren Präsenz von Frauen erkennbar, und die interpretative Auseinandersetzung hat gezeigt, dass sich die Differenzen auch in qualitativer Hinsicht, im Inhalt und der Themengestaltung der Nachrichtenbeiträge widerspiegeln. Bei der Analyse des rahmenden, stetig gleichbleibenden Elementes des täglich ausgestrahlten Magazins *Sport Aktuell*, dem Intro, sind die dargestellten Figuren nicht-geschlechtlich konnotiert. Stattdessen sind es künstlich vereinfachte Animationen, Graphiken und Ziffern, die an die Stelle der Sportlerinnen und Sportler gestellt werden und eine scheinbare Neutralität in Bezug auf die Geschlechterzugehörigkeit darstel-

len (Abbildung 3). Aufgrund der Tatsache, dass sowohl Frauen als auch Männer beim Skirennen auf warme, den ganzen Körper bedeckende Kleidung sowie Helme und Schutzbrillen angewiesen sind, ist die Sportart nicht von einer Sexualisierung des weiblichen Körpers betroffen. Einen Erklärungsansatz dafür konnten Daniel Beck und Steffen Kolb feststellen, indem sie davon ausgehen, dass gerade wegen dieser Schutzkleidung Frauen weniger Aufmerksamkeit in der Wettkampfsituation erhalten (Beck/Kolb 2011). Sie werden in der Berichterstattung öfter in außersportlichen Situationen dargestellt um die fehlende Attraktivität zu kompensieren, wie auch das Material über Elisabeth Görgl veranschaulicht. Dieser Mechanismus steht wiederum im Zusammenhang mit der verminderten Repräsentation von sportlicher Leistung. Schließlich gibt der ORF eine Scheinneutralität bezüglich der ungleichen Geschlechterverhältnisse vor allem deshalb vor, weil die Sportart Ski Alpin in der medialen Norm so stark als männliche Domäne verankert ist, dass dies keines weiteren Kommentars bedarf. Es muss nicht expliziert werden, wenn es sich um ein Rennen der Herren handelt. Die Betitelung lautet dann „Skiweltcuprennen“. Wenn die Frauen an den Start gehen, wird das jedoch sprachlich hervorgehoben, also „Skiweltcup der Damen“ genannt, weil es sich um eine Abweichung von dieser hegemonial männlichen Norm handelt.

■ FAZIT

Sport ist ein Bereich, in dem gesellschaftliche Machtverhältnisse besonders gut zum Ausdruck kommen (vgl. Gugutzer 2011), die Skipiste ist darüber hinaus besonders für die Österreicherinnen und Österreicher ein wichtiger Ort, wo durch Teilhabe an sportlichen Wettkämpfen nationale Identität ausgehandelt und Nationalität offensiv gezeigt wird. Durch die hierbei medial übermittelte soziale Konstruktion von Wirklichkeit, in der das männliche Geschlecht seine gesellschaftliche Führungsposition verteidigen kann, verstärkt die Sportnachrichtenberichterstattung des ORF die institutionalisierte Diskriminierung von Frauensport und präsentiert hegemonial männliche kulturelle Normen und Werte. Das Ergebnis einer wissenssoziologischen Videoanalyse zeigt in dreifacher Hinsicht, dass Frauen in der TV-Skisportberichterstattung Marginalisierung erfahren. Aufgrund der hegemonial männlichen Symbolisierung von Erfolg und sportlicher Leistung, weil die Beitragsgestaltung die Etablierung parasozialer Beziehungen mit weiblichen Skirennläufern hemmt und weil der ORF eine Scheinneutralität bezüglich der ungleichen Geschlechterverhältnisse vorgibt.

Alpiner Skisport ist in der Medienrealität Österreichs auch historisch fest verankert. Die TV-Analyse

konnte exemplarisch zeigen, dass das Verfügen der Zuseherinnen und Zuseher über gewisses implizites Wissen vorausgesetzt und auf Sportgrößen der Vergangenheit verwiesen wird, wenn die Person Marcel Hirscher als Repräsentant einer Sportnation inszeniert wird. Ein erfolgreicher Sportstar ist das Verbindungsglied zwischen dem Mediensportsystem und dem Publikum. Diese Art der Inszenierung als Nationalheld sowie die allgemeine Identifikation mit Sportpersönlichkeiten vermag es, Normen und Werte zu tradieren, die als Ausdruck eines soziokulturellen Systems verstanden werden (vgl. Labitsch 2009) sowie Fixpunkte in kulturellen Wissensbeständen schaffen können. Die Chance, in das kollektive Gedächtnis der österreichischen Gesellschaft einzugehen, scheint den weiblichen Athletinnen aufgrund der dargelegten Wirkungsmechanismen der Sportberichterstattung des Fernsehens überhaupt verwehrt zu bleiben. Die Geschichte des österreichischen Fernsehsports ist wohl eine der Kontinuität (vgl. Öhner 2010). Dass diese massenmedial vermittelte Sportwelt eine Welt der Männer ist, in denen Frauen eine untergeordnete Rolle spielen, haben Gilbert Norden und Wolfgang Schultz schon Ende der 1980er Jahre festgestellt (vgl. Norden/Schulz 1988). Treffender kann man die mediale Wirklichkeit des Skisports im ORF auch beinahe 30 Jahre später nicht beschreiben.

■ LITERATUR

Beck, Daniel und Kolb Steffen. 2011. „Die Darstellung von Sportlerinnen und Sportlern im und neben dem Wettkampf – eine Analyse der Berichterstattung über die Ski- und Leichtathletik-Weltmeisterschaften“ in *Die Sexualisierung des Sports in den Medien* (Hrsg. Schaaf und Nieland). Köln: Halem, S. 173-192.

Connell, Raewyn. 2015. *Der gemachte Mann. Konstruktion und Krise von Männlichkeiten*. Wiesbaden: Springer.

Gugutzer, Robert. 2011. „Körperpolitiken des Sports. Zur sportiven Verschränkung von Körper, Geschlecht und Macht“ in *Die Sexualisierung des Sports in den Medien* (Hrsg. Schaaf und Nieland). Köln: Halem, S. 34-56.

Hartmann-Tews, Ilse und Rulofs Bettina. 2004. „Die Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Sportkommunikation“ in *Die Visualisierung des Sports in den Medien* (Hrsg. Schierl). Köln: Halem, S. 111-134.

Kneidinger, Bernadette. 2010. „Die Konstruktion nationaler Identität in der österreichischen und Schweizer Sportberichterstattung. Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Fußball-Europameisterschaft 2008“, in *SWS-Rundschau* 50. Jg., Heft 2, S. 164-186.

Labitsch, Florian. 2009. *Die Narrischen. Sportereignisse in Österreich als Kristallisationspunkte nationaler Identitäten*. Wien: Lit.

Norden, Gilbert und Schulz Wolfgang. 1988. *Sport in der modernen Gesellschaft*. Linz: Trauner.

Öhner, Vrääth. 2010. „Mit Erfolg ist zu rechnen. Zur Geschichte des Fernsehsports in Österreich“ in ‚Sind’s froh, dass Sie zu Hause geblieben sind.‘ *Mediatisierung des Sports in Österreich* (Hrsg. Marschik und Müllner). Göttingen: Werkstatt, S. 87-97.

Raab, Jürgen. 2008. *Visuelle Wissenssoziologie. Theoretische Konzeption und materiale Analysen*. Konstanz: UVK.

Rulofs, Bettina. 2010. „Geschlechterungleichheiten im österreichischen Sportjournalismus? Reflexionen zur Geschlechterordnung in den Sportmedien“ in ‚Sind’s froh, dass Sie zu Hause geblieben sind.‘ *Mediatisierung des Sports in Österreich* (Hrsg. Marschik und Müllner). Göttingen: Werkstatt, S. 392-406.

■ ONLINEQUELLEN

ORF-Gesetz (ORF-G), <https://www.rtr.at/de/m/ORFG>

ORF-Programmrichtlinien, „Leitbild und Werte“, <http://der.orf.at/unternehmen/leitbild-werte/programmrichtlinien>

ORF-Jahresbericht 2014, https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/BR/III-BR/III-BR_00552/index.shtml