

Poldis Frau statt Gaulands Badehose?

**Eine experimentelle Analyse des Einflusses vom
Boulevardisierungsgrad in Sport- und
Politikberichterstattung aus Rezipientensicht**

Erik Hlacer & Lars-Ole Wehden





PSG-STAR SCHWÄNZTE TRAINING

Freigabe erteilt! Neymar darf gehen, wenn...

PSG-Sportchef Leonardo erteilt seinem wechselwilligen Superstar Neymar die Wechsel-Freigabe. Dafür muss allerdings eine Bedingung erfüllt sein. »



Champions-League-Flitzerin bei Copa America festgenommen

Beim Champions-League-Finale gelangte Kinsey Wolanski zu zweifelhaftem Ruhm. Bei der Copa America plante sie erneut eine Aktion – und scheiterte.



BRäpellen
<https://www.vip.de/cms/lukas-podolski-tochterchen-kinsey-ist-der-ganze-stolz-des-kicker-stars-4170165.html>
<https://sportbild.bild.de/fussball/primera-division/primera-division/gareth-bale-real-madrid-angebot-transfer-china-63185946.sport.html>
<https://sportbild.bild.de/fussball/international/fussball-international/leonardo-sportdirektor-neymar-darf-gehen-freigabe-barcelona-psg-63175984.sport.html>
<https://sportbild.bild.de/fussball/2019/fussball/champions-league-final-flitzerin-copa-america-kinsey-wolanski-63186246.sport.html>
<https://www.maz-online.de/Lokales/Potsdam/Unbekannter-zieht-AfD-Chef-Alexander-Gauland-beim-Baden-die-Kleidung>

Boulevardisierung

- Adaption populärer Berichterstattungsformen in Formate des Qualitätsjournalismus (Lünenborg 2016)
 - Qualitätsjournalismus nähert sich der Boulevardpresse an
- **Entdifferenzierung:** Strategien (z.B. Unterhaltungsfokus (Neissl 2001)) verändern Qualitätsjournalismus (Lünenborg 2016)
 - Verlust journalistischer Qualität (Görke 1999)
 - Entpolitisierung (Lünenborg 2016)

	Qualitätszeitungen	Boulevardzeitungen
Stil	Sachlich, informativ (Neissl 2001, Bruck/Stocker 1996)	Plakativ, reißerisch, einfache Sprache (Raabe 2013a)
Zeitungstyp	Abonnementzeitungen mit überregionalem Anspruch (Raabe 2013b)	Straßenverkaufszeitung mit auffälliger optischer Gestaltung (Raabe 2013a)
Beispiele	Sueddeutsche, Frankfurter Allgemeine Zeitung (Raabe 2013b)	Bild-Zeitung, Blick (Raabe 2013a)
Inhalt	„Hard News“ (Politik & Wirtschaft), Fokus auf den Text (Weischenberg 2006)	„Soft News“ (Sport & Lifestyle), Fokus auf Bilder (Weischenberg 2006)

eigene Darstellung in Anlehnung an Bruck/Stocker (1996), Neissl (2001), Raabe (2013) und Weischenberg (2006)

Rezipientenperspektive

- Boulevardisierung: unmittelbare Orientierung am Kunden → **Rezipienten** (Lünenborg 2016)
- → eine positive Haltung des Rezipienten gegenüber einem boulevardisierten Stil ruft eine tatsächliche **Boulevardisierung** hervor
- Negative Folgen für die Berichterstattung
 - z.B. Entpolitisierung → Politische Themen werden aufgrund des (fehlenden) Leserinteresses weniger (ebd., Jaspers 2013)

Rezipientenperspektive

Sender	ARD	ZDF	RTL	SAT. 1	Pro7
Informationsqualität	.25	.28	.34	.29	.43
Sensationalismus	-.06	-.10	(-.04)	(-.01)	(-.06)
Präsentationsqualität	.13	.14	.17	.12	.10

Beta-Koeffizienten in Klammern sind nicht signifikant ($p > .01$).

Erklärung der „Auswahlentscheidungen“ nur mit Qualitätsbewertungen (Wolling 2002: 212)

→ Informationsqualität ist den Rezipienten wichtiger als Präsentationsqualität und Sensationalismus

	Politikressort	Sportressort
Emotionsgrad	Gering: Eher wenig Emotion zur glaubhaften Vermittlung sensibler Inhalte (Hard News)	Hoch: „hochgradig emotionales Sujet“ (Bölz 2018) → führt zu subjektiven Bewertungen
Selbstverständnis d. Journalisten: „eigene Ansichten präsentieren“	13% aller Journalisten (Weischenberg 2006)	40% aller Journalisten (Weischenberg 2006)
Selbstverständnis d. Journalisten: „Unterhaltung & Entspannung bieten“	24% aller Journalisten (ebd.)	69% aller Journalisten (ebd.)

eigene Darstellung in Anlehnung an Bölz (2018) und Weischenberg (2006)

- → Sind Präsentationsqualität und Sensationalismus dem Rezipienten im Sportressort wichtiger als die Informationsqualität?

Zwischenfazit

- Boulevardisierung prinzipiell negativ konnotiert
 - Schlechtere Bewertung, da Informationsqualität wichtiger ist
- Aufgrund seiner Sonderrolle könnte das Sportressort anders funktionieren
 - Gute Bewertung eines boulevardisierten Artikels im Sportressort?

RQ1: Inwiefern unterscheidet sich die Bewertung von Artikeln im Sport- von denen im Politikressort?

H1: Rezipienten bewerten boulevardisierte Artikel insgesamt schlechter als sachlich geschriebene.

H2: Im Sportressort werden boulevardisierte Artikel im Gegensatz zum Politikressort nicht schlechter bewertet als sachlich verfasste Artikel.



Methodisches Vorgehen

- Online-Experiment im 2x2-Design
 - Ressort (Politik vs. Sport)
 - Boulevardisierungsgrad (gering vs. hoch)
- Randomisierung: zufällige Verteilung auf gleichgroße Gruppen

Stichprobe:

- $n = 212$
- 115 Frauen, 97 Männer
- Convenience Sample im Schneeballprinzip

- Es ist beschlossen: Joachim Schneider wird nach Informationen des Heringer Kuriers für den Vorsitz der Demokratischen Partei Deutschlands (DPD) kandidieren. Das gab das Präsidium eine Woche nach dem Rücktritt von Jens Meier als DPD-Parteichef bekannt. {Politiktext, sachlich}
- Es ist offiziell: Mit Joachim Schneider ist zum ersten Mal seit fünf Jahren wieder ein Deutscher für die Wahl zum Weltfußballer des Jahres nominiert worden. Das gab der WFB-Verband laut Informationen des Heringer Kuriers am Freitagmittag bekannt. {Sporttext, sachlich}

- Es ist beschlossen: Joachim Schneider wird nach Informationen des Heringer Kuriers für den Vorsitz der Demokratischen Partei Deutschlands (DPD) kandidieren. Das gab das Präsidium eine Woche nach dem Rücktritt von Jens Meier als DPD-Parteichef bekannt. {Politiktext, sachlich}
- **Beschlossen:** Joachim Schneider wird nach **Infos** des Heringer Express für den Vorsitz der Demokratischen Partei Deutschlands (DPD) kandidieren. Das gab die Parteispitze bekannt, eine Woche nachdem Jens Meier als **DPD-Boss** zurückgetreten war. (Politiktext, boulevardisiert)

Simplifizierung

Simplifizierung

Umgangssprache

(Bruck/Stocker 1996, Leidenberger 2015)

- Es ist offiziell: Mit Joachim Schneider ist zum ersten Mal seit fünf Jahren wieder ein Deutscher für die Wahl zum Weltfußballer des Jahres nominiert worden. Das gab der WFB-Verband laut Informationen des Heringer Kuriers am Freitagmittag bekannt. {Sporttext, sachlich}
- **Offiziell**: Mit Joachim Schneider ist zum ersten Mal seit fünf Jahren **endlich** wieder ein Deutscher für die Wahl zum Weltfußballer des Jahres nominiert worden. Laut **Infos** des Heringer Express gab der WFB-Verband dies am Freitagmittag bekannt. {Sporttext, boulevardisiert}

Umgangssprache

Wertung

Simplifizierung

(Bruck/Stocker 1996, Leidenberger 2015)

Faktor 1: Glaubwürdigkeit
 $\alpha = .809, M = 3.303, SD = 1.286$

objektiv

angemessen

unverzerrt

Faktor 2: Gefallen
 $\alpha = .807, M = 2.928, SD = 1.373$

unterhaltsam

kurzweilig

lebhaft

interessant

angenehm

Faktor 3: Qualität
 $\alpha = .909, M = 2.131, SD = 1.272$

eindeutig

verständlich

umfassend

prägnant

gut geschrieben

Faktoren zur Bewertung der Texte aufbauend auf Sundar (1999: 379)

objektiv

angemessen

unverzerrt



subjektiv

unangemessen

verzerrt

Skala zur Verhaltensintention ($\alpha = .909$, $M = 2.131$, $SD = 1.272$)

Stimme überhaupt nicht zu



Stimme voll und ganz zu

- Ich würde...

- den Artikel weiterempfehlen
- gerne mehr Artikel dieser Art lesen
- den Artikel in sozialen Medien (z.B. Facebook, Twitter, etc.) weiterempfehlen
- der Zeitung, die den Artikel in sozialen Medien veröffentlicht hat, folgen
- die Zeitung, die den Artikel veröffentlicht hat, abonnieren

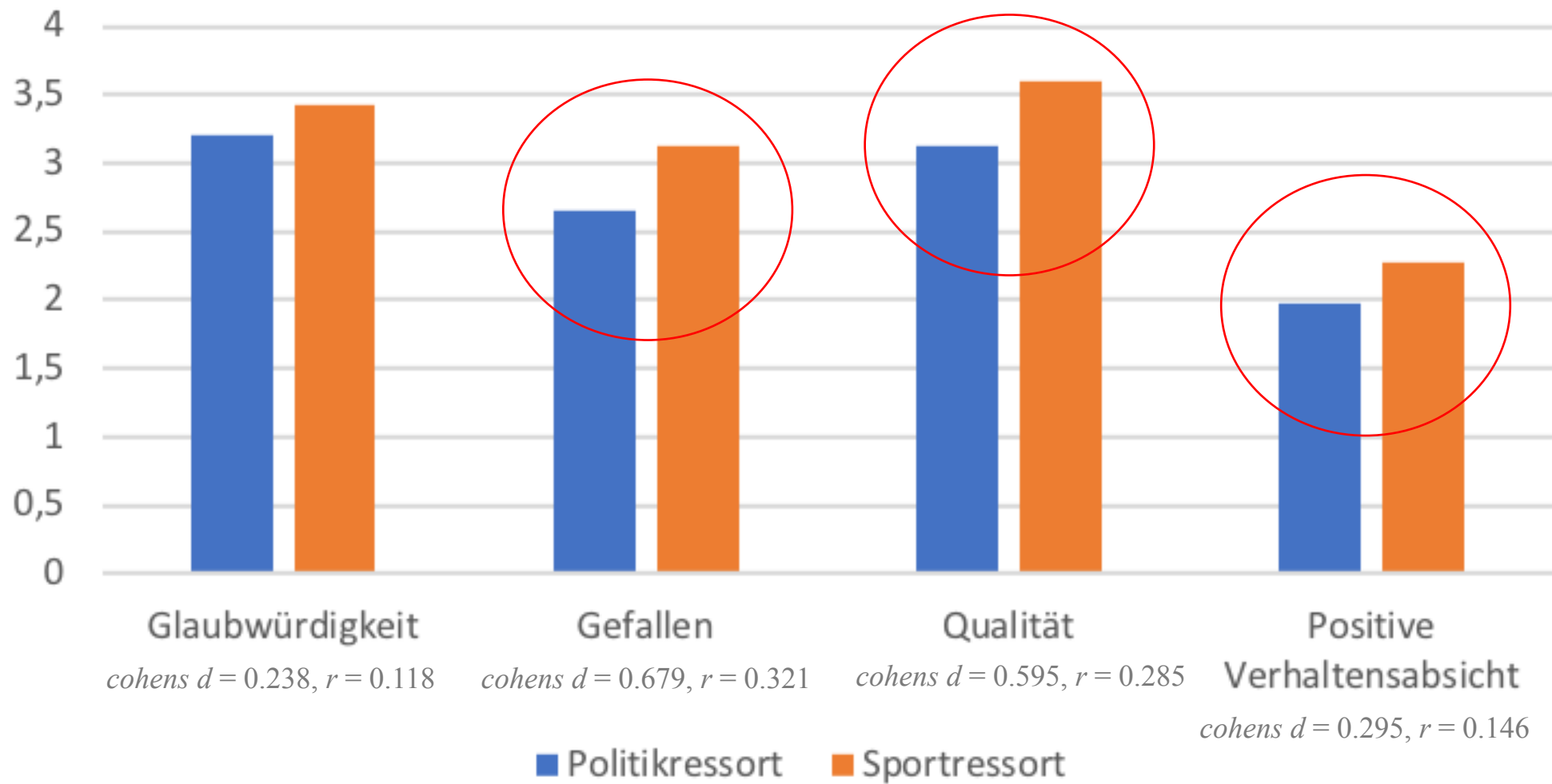
RQ1: Inwiefern unterscheidet sich die Bewertung von Artikeln im Sport- von denen im Politikressort?

H1: Rezipienten bewerten boulevardisierte Artikel insgesamt schlechter als sachlich geschriebene.

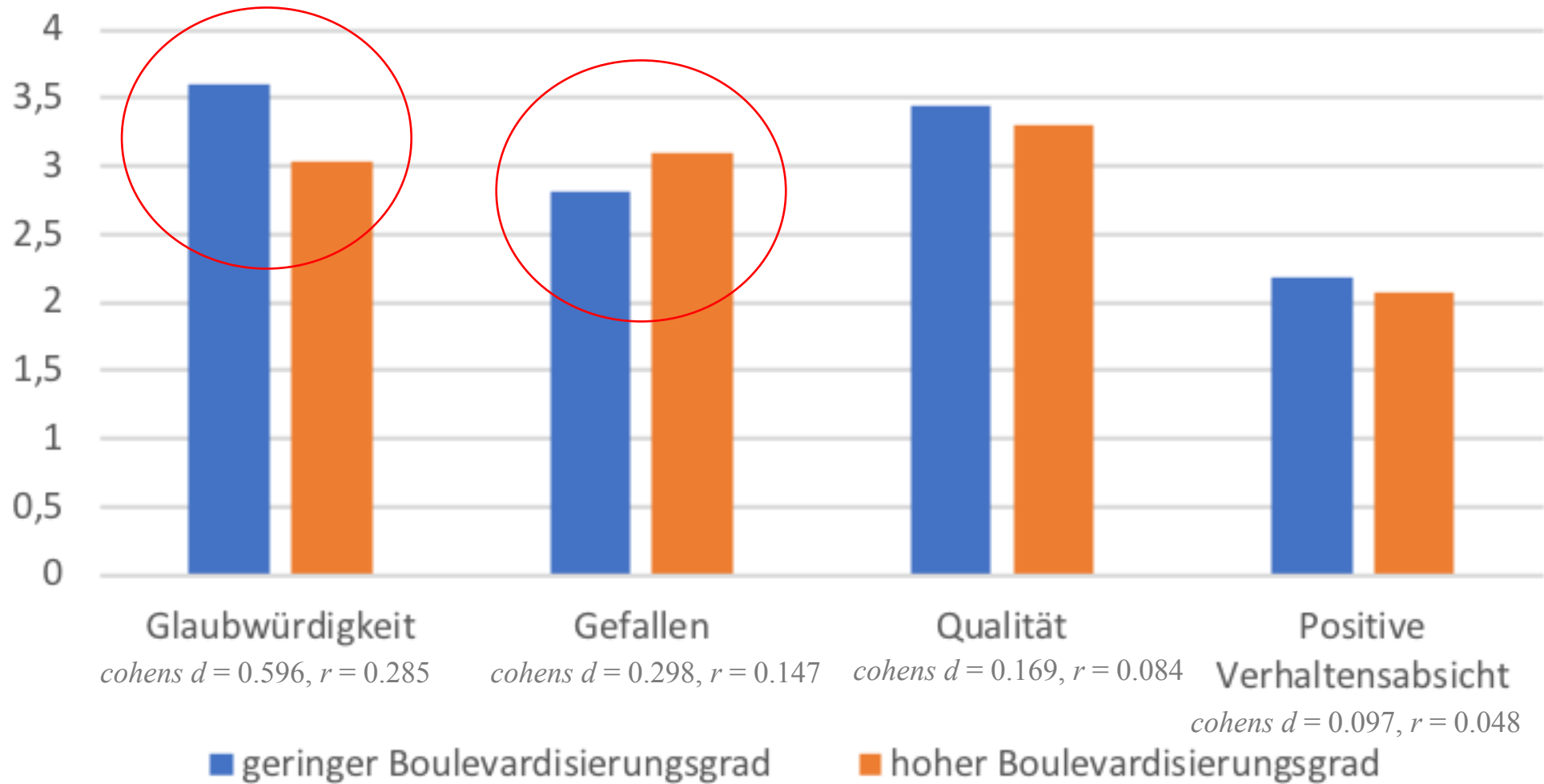
H2: Im Sportressort werden boulevardisierte Artikel im Gegensatz zum Politikressort nicht schlechter bewertet als sachlich verfasste Artikel.



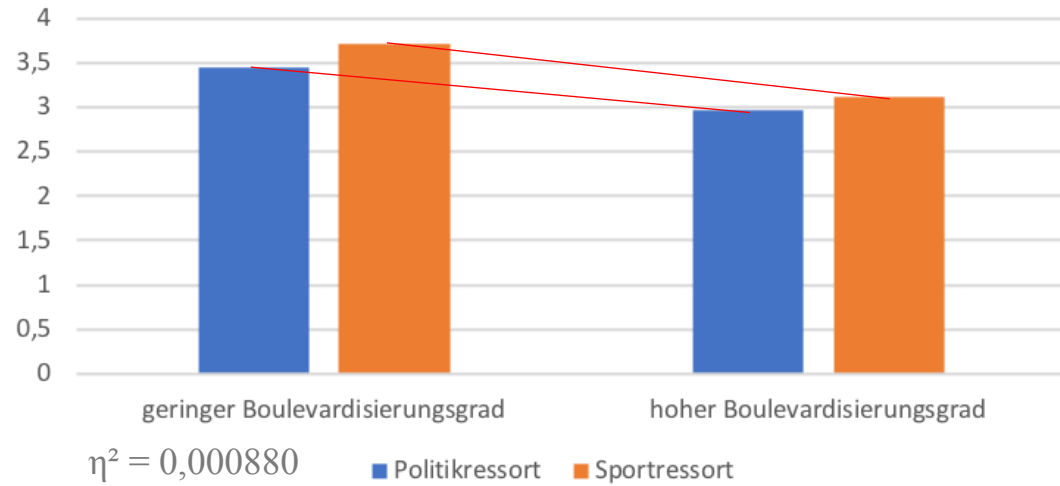
Haupteffekt Ressort



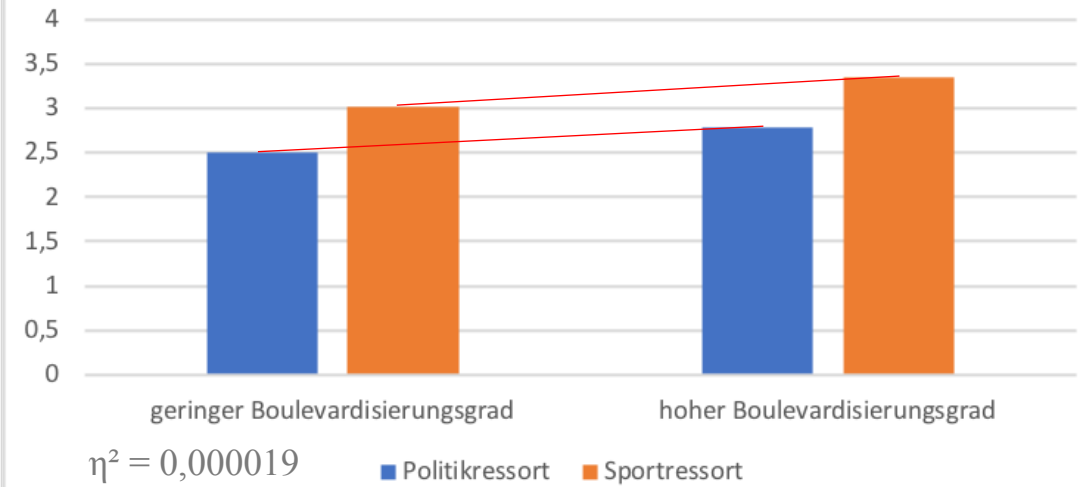
Haupteffekt Boulevardisierung



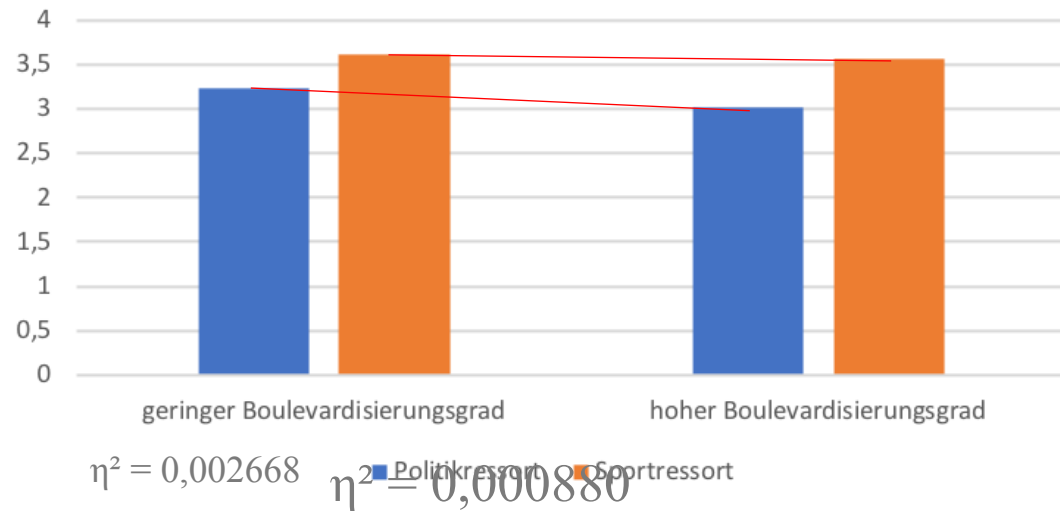
Interaktionseffekt Ressort* Boulevardisierung in der Dimension Glaubwürdigkeit



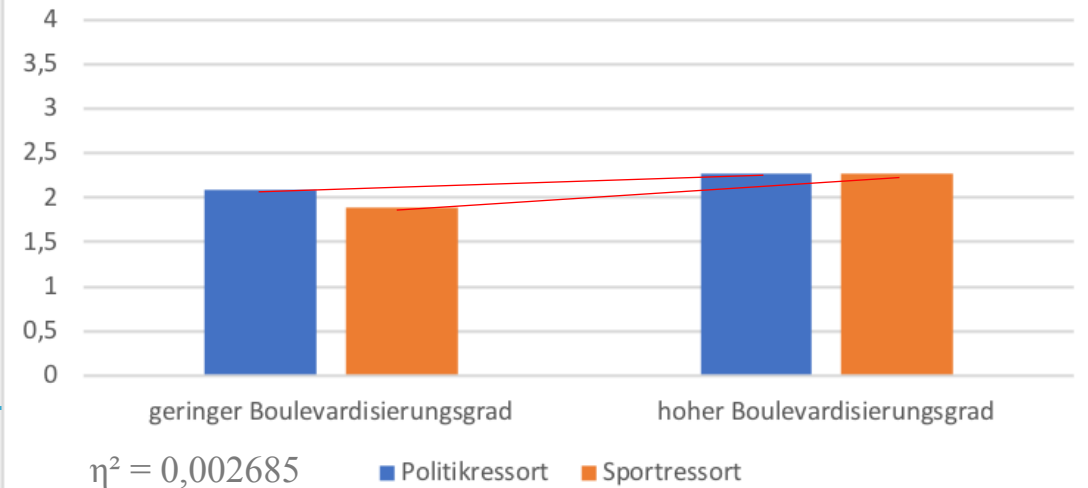
Interaktionseffekt Ressort* Boulevardisierung in der Dimension Gefallen



Interaktionseffekt Ressort* Boulevardisierung in der Dimension Qualität



Interaktionseffekt Ressort* Boulevardisierung in der Dimension positive Verhaltensabsicht



RQ1: Inwiefern unterscheidet sich die Bewertung von Artikeln im Sport- von denen im Politikressort?

H1: Rezipienten bewerten boulevardisierte Artikel insgesamt schlechter als sachlich geschriebene.

H2: Im Sportressort werden boulevardisierte Artikel im Gegensatz zum Politikressort nicht schlechter bewertet als sachlich verfasste Artikel.



Limitationen und Ausblick

- Besser: Zufallsauswahl und größere Stichprobe
- Formale Elemente (z.B. Bilder) nicht Teil des Stimulus
- Gibt es andere Gründe für die unterschiedlichen Bewertungen je nach Ressort?
- Stimulus ließe sich unter Umständen noch stärker manipulieren

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!



Kontakt:

Erik Hlacer, B.A.

e_hlac02@uni-muenster.de

Lars-Ole Wehden, M.A.

lars-ole.wehden@uni-muenster.de

[@laola_90](#)

Literatur

Arnold, K. (2009): Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz: UVK.

Bolz, M. (2018). Sportjournalistik, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden | Imprint: Springer VS.

Bruck, P., Stocker, G. (1996): Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen. Münster: Lit.

Görke, A. (1999): Risikojournalismus und Risikogesellschaft. Sondierung und Theorieentwurf. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Leidenberger, J. (2015): Boulevardisierung von Fernsehnachrichten. Eine Inhaltsanalyse deutscher und französischer Hauptnachrichtensendungen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Lünenborg, M. (2016): Boulevardisierung im Journalismus. In Meier K. & Neuberger C. (Hrsg.), *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage*. Baden-Baden: Nomos. 319–338

Neissl, J., Siegert, G., Renger, R. (2001): Cash und Content. Populärer Journalismus und mediale Selbstthematisierung als Phänomene eines ökonomisierten Mediensystems. Eine Standortbestimmung am Beispiel ausgewählter österreichischer Medien. München: Reinhard Fischer.

Literatur II

Raabe (2013a): Boulevardpresse. In: Bentele, G., Brosius, H-B. & Jarren, O. (Hrsg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 33

Raabe (2013b): Qualitätszeitungen. In: Bentele, G., Brosius, H-B. & Jarren, O. (Hrsg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 288

Schulz, W. (2008): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung, 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sundar, S.S. (1999): Exploring Receivers Criteria for Perception of Print and Online News, In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 76., 373–86

Wolling, J. (2002). Aufmerksamkeit durch Qualität? Empirische Befunde zum Verhältnis von Nachrichtenqualität und Nachrichtennutzung. In: Baum A. & Schmidt J.S. (Hrsg.), *Fakten und Fiktionen. Der Umgang mit Medienwirklichkeiten*. Konstanz: UVK. 202- 216.

Wolff, V., Palm, C. (2013): Ressort. In: Bentele, G., Brosius, H-B. & Jarren, O. (Hrsg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 301

Rezipientenperspektive

Sender im Vergleich	ARD/ ZDF	ARD/ RTL	ARD/ SAT.1	ARD/ Pro7	ZDF/ RTL	ZDF/ SAT.1	ZDF/ Pro7	SAT.1/ RTL	SAT.1/ Pro7	Pro7/ RTL
Informati- onsqualität	.37	.44	.38	.45	.43	.29	.41	.32	.23	.37
Sensatio- nalismus	(.02)	(-.02)	(-.02)	(-.04)	(-.01)	(-.03)	(-.04)	(.03)	.17	(-.03)
Präsentati- onsqualität	.13	.25	.22	.19	.30	.21	.22	.18	(.11)	.24

Beta-Koeffizienten in Klammern sind nicht signifikant ($p > .01$). Erklärung der „Auswahlentscheidungen“ nur mit Qualitätsbewertungen (Wolling 2002: 212)

- → Informationsqualität ist den Rezipienten deutlich wichtiger als Präsentationsqualität und Sensationalismus

Measures	Factor 1: Credibility	Factor 2: Liking	Factor 3: Quality
Biased	.85	.11	.10
Fair	-.78	.09	-.27
Objective	-.83	-.01	-.13
Boring	-.14	-.66	.13
Enjoyable	.02	.84	-.06
Interesting	.10	.72	-.20
Lively	.10	.82	-.06
Pleasing	-.21	.71	-.05
Clear	-.12	.04	-.88
Coherent	-.17	.12	-.88
Comprehensive	-.20	.03	-.70
Concise	.05	.07	-.74
Well-written	-.36	.22	-.63

Factor Loadings of Online News Story Ratings Stage 2 (Sundar 1999: 379)

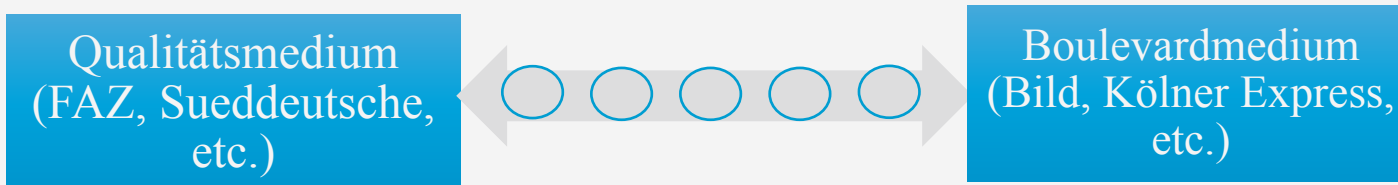
- **Glaubwürdigkeit** (3 Items, $\alpha = .809$, $M = 3.303$, $SD = 1.286$)
- **Gefallen** (5 Items, $\alpha = .807$, $M = 2.928$, $SD = 1.373$)
- und **Qualität** (5 Items, $\alpha = .909$, $M = 2.131$, $SD = 1.272$) als Faktoren für die Bewertung

Manipulation Check

- Aus welchem Ressort stammt der eben gelesene Artikel Ihrer Meinung nach am ehesten?



- In welches Medium passt der eben gelesene Artikel Ihrer Meinung nach stilistisch am ehesten?

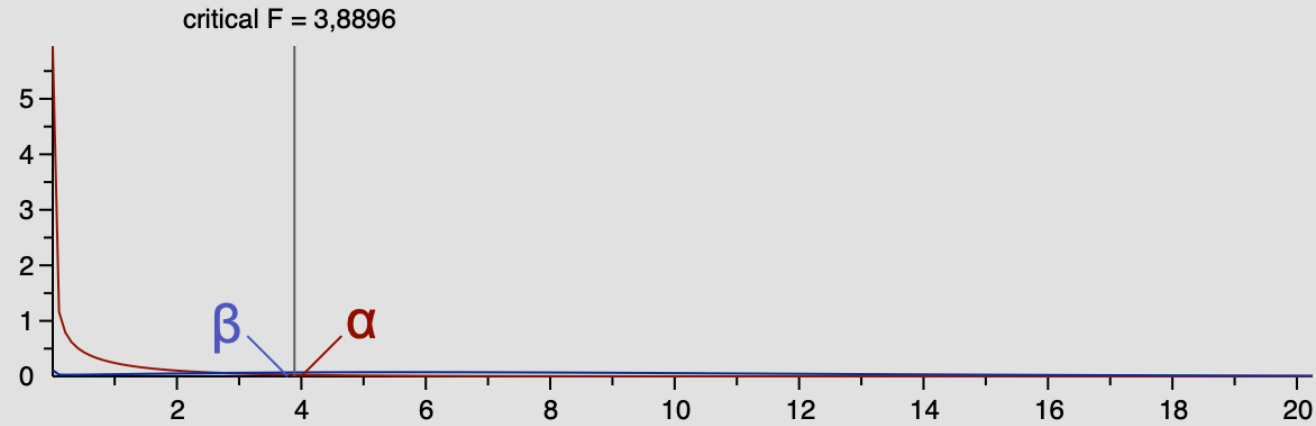


	Politik	Sport	Gesamt
Wirtschaft	1	0	1
Politik	94	1	95
Sport	1	103	104
Feuilleton	0	1	1
Lokales	10	1	11
Gesamt	106	106	212

$$\chi^2(4) = 200.44, p = .000, \phi = 0.00.$$

Grad der Boulevardis.	N	Mittelwert	Standardabweichung
.00	106	2,81	1.164
1.00	106	3,75	1.139

$$t(210) = 5.91, p < .05).$$



Test family

F tests

Statistical test

ANOVA: Fixed effects, special, main effects and interactions

Type of power analysis

A priori: Compute required sample size - given α , power, and effect size

Input parameters

Determine

Effect size f 0,2

α err prob 0,05

Power (1- β err prob) 0,8

Numerator df 1

Number of groups 4

Output parameters

Noncentrality parameter λ 7,9600000

Critical F 3,8895888

Denominator df 195

Total sample size 199

Actual power 0,8016322

	Glaubwürdigkeit		Gefallen		Qualität		Positive Verhaltensabsicht	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
Ressort	2.771	.098	23.140	.000	17.043	.000	4.147	.495
Boulevardisierung	16.968	.000	5.135	.025	1.432	.233	.467	.043
Ressort* Boulevardisierung	.170	.681	.004	.952	.516	.473	.520	.472

Ergebnisse vom Test der Zwischensubjekteffekte für alle Dimensionen

Ergebnisse I: Haupteffekt Ressort

- In der Dimension **Glaubwürdigkeit** unterschied sich die durchschnittliche Bewertung von Sporttext ($M = 3.43$, $SD = 0.84$) und Politiktext ($M = 3.19$, $SD = 1.09$) nur kaum. $t(195) = 1.662$, $p > .05$).
- In der Dimension **Gefallen** wurde der Sporttext ($M = 3.22$, $SD = 0.87$) im Durchschnitt höher bewertet als der Politiktext ($M = 2.65$, $SD = 0.82$). $t(195) = 4.738$, $p < .05$).
- In der Dimension **Qualität** wurde der Sporttext ($M = 3.60$, $SD = 0.71$) im Durchschnitt ebenfalls höher bewertet als der Politiktext ($M = 3.12$, $SD = 0.89$). $t(195) = 4.153$, $p < .05$).
- Außerdem äußerten die Teilnehmer für den Sporttext ($M = 2.27$, $SD = 1.04$) eine höhere **positive Verhaltensintention** als für den Politiktext ($M = 1.98$, $SD = 0.89$). $t(195) = 2.057$, $p < .05$).

Ergebnisse II: Haupteffekt Boulevardisierung

- In der Dimension **Glaubwürdigkeit** wurde der nicht boulevardisierte Artikel ($M = 3.60$, $SD = 0.91$) im Durchschnitt höher bewertet als der boulevardisierte Artikel ($M = 3.04$, $SD = 0.95$). $t(195) = 4.159$, $p < .05$).
- In der Dimension **Gefallen** wurde der nicht boulevardisierte Artikel ($M = 2.81$, $SD = 0.93$) im Durchschnitt niedriger bewertet als der boulevardisierte Artikel ($M = 3.08$, $SD = 2.81$). $t(195) = 2.081$, $p < .05$).
- In der Dimension **Qualität** unterschied sich die durchschnittl. Bewertung vom nicht boulevardisierten Artikel ($M = 3.44$, $SD = 0.84$) und boulevardisierten Artikel kaum ($M = 3.30$, $SD = 0.82$). $t(195) = 1.183$, $p > .05$).
- Für den nicht boulevardisierten Artikel ($M = 2.18$, $SD = 1.00$) äußerten die Teilnehmer eine ähnliche **positive Verhaltensintention** wie für den boulevardisierten Artikel ($M = 2.08$, $SD = 0.96$). $t(195) = .678$, $p > .05$).

Ergebnisse III: Interaktionseffekt

- Es gab keinen signifikanten Interaktionseffekt zwischen dem Ressort und dem Boulevardisierungsgrad auf die Bewertung des Textes in der Dimension **Glaubwürdigkeit**, $F(1, 197) = .170, p = .681, \omega^2 = .00$.
- Es gab keinen signifikanten Interaktionseffekt zwischen dem Ressort und dem Boulevardisierungsgrad auf die Bewertung des Textes in der Dimension **Qualität**, $F(1, 197) = .004, p = .952, \omega^2 = .00$.
- Es gab keinen signifikanten Interaktionseffekt zwischen dem Ressort und dem Boulevardisierungsgrad auf die Bewertung des Textes in der Dimension **Gefallen**, $F(1, 197) = .516, p = .473, \omega^2 = .00$.
- Es gab keinen signifikanten Interaktionseffekt zwischen dem Ressort und dem Boulevardisierungsgrad auf die Bewertung des Textes in der Dimension der **positiven Verhaltensabsicht**, $F(1, 197) = .520, p = .472, \omega^2 = .00$.