

Fußball und die Identifikation mit dem Nationalstaat

Eine Längsschnittuntersuchung zur FIFA Weltmeisterschaft 2014

1. Fragestellungen und Forschungskontext

Ziel des Projekts war es, herauszufinden, ob das Ansehen eines Spiels des Fußballnationalteams bei der FIFA Weltmeisterschaft 2014 die Einstellungen zur Nation und zum Nationalstaat verändern kann.

Die Weltmeisterschaft im Fußball ist vielleicht das bedeutendste Sport-Event der Welt, das allein in Deutschland ein Millionenpublikum erreicht. Die meisten Zuschauer identifizieren sich mit der Mannschaft ihres eigenen Landes und fiebern mit dieser mit. Die Medien rücken ebenfalls vorwiegend „unsere“ Sportler in den Mittelpunkt ihrer Berichte. Das DFB-Team verkörpert insofern für einige Wochen die Nation und wird für die Dauer einer WM zu einem Ankerpunkt, an dem kollektive und insbesondere nationale Zugehörigkeit festgemacht wird und an dem sich – im Falle sportlichen Erfolgs – „Nationalstolz“ entzünden kann. Von wenigen Ausnahmen abgesehen sind die Zusammenhänge zwischen sportlichen Mega-Events wie der Fußball-WM und der Identifikation mit dem Nationalstaat aber kaum erforscht.

Anknüpfend an diese Befunde fragt das Forschungsprojekt, (1) ob bzw. in welchem Ausmaß sich die Einstellungen zum Nationalstaat durch das Ansehen eines einzigen Spiels der deutschen Mannschaft verändern. Besonders interessieren uns dabei Veränderungen im Patriotismus, Nationalismus, im Vertrauen zu den Mitmenschen und in den Einstellungen gegenüber ethnischen Minderheiten. (2) Zudem wird der Frage nachgegangen, durch welche Mechanismen nationale Identifikation während der WM verstärkt wird. Wir vermuten, dass das Erleben kollektiver Emotionen eine wichtige Voraussetzung für Gefühle der Zugehörigkeit und positive Einstellungen gegenüber der eigenen sozialen Gruppe darstellt.



Der neue deutsche „Fußballpatriotismus“: Fröhlich, entspannt und unverkrampft oder doch aggressiv, abwertend und ausgrenzend? Mit diesen und weiteren Fragen beschäftigte sich das Forschungsprojekt im Rahmen der Fußball-WM 2014.



Projektverlauf, April – August 2014.

2. Methode

Studierende beantworteten einen Fragebogen zu ihren Einstellungen zur Nation: ein erstes Mal drei Wochen vor der WM und ein zweites Mal unmittelbar nach der Übertragung des WM-Gruppenspiels Deutschland gegen Portugal.

82 Studierende aus fast allen Fakultäten der Universität haben freiwillig an unserer Studie teilgenommen (50% männlich, 50% weiblich). In einem Längsschnittdesign wurden die Testpersonen zu zwei verschiedenen Zeitpunkten befragt. Die erste Erhebung von Einstellungen fand im Mai statt, drei Wochen vor Beginn der Fußball-WM. Die Teilnehmenden füllten einen Fragebogen zu ihren Einstellungen zum Nationalstaat aus. Danach wurde ihre Bereitschaft erfragt, das erste Vorrundenspiel Deutschland gegen Portugal gemeinsam mit anderen Teilnehmenden in einem Seminarraum der Universität anzusehen. Dafür wurde eine Entschädigung von 30 Euro angeboten. Mit 74 von 82 Studierenden (90%) erklärte sich die breite Mehrheit hierzu bereit. Das Spiel wurde am 16.6.2014 um 18:00 Uhr live in der ARD ausgestrahlt. Mit Ausnahme von vier Studierenden, die nicht erschienen, kam die Mehrheit der Teilnehmenden 30 bis 45 Minuten vor Anstoß und sah die Übertragung ab 17:45 Uhr in zwei Seminarräumen an. In beiden Räumen waren große Leinwände installiert, die es den Teilnehmenden ermöglichten, das Spiel bequem zu verfolgen. Das DFB-Team gewann das Spiel mit 4:0. 15 Minuten nach Abpfiff des Spiels wurde die Übertragung beendet. Danach füllten die Teilnehmenden erst einen Fragebogen über ihr emotionales Erleben während des Spiels aus und beantworteten dann den Fragebogen zu ihren Einstellungen zum Nationalstaat nochmals.

3. Befunde und Schlussfolgerungen

Bei Probanden, die beim Ansehen des WM-Spiels emotional stark involviert waren, steigt die Identifikation mit Deutschland an. Dies äußert sich als Patriotismus, aber auch (weniger stark) in Form nationalistischer Tendenzen.

Vergleiche zwischen den Messzeitpunkten zeigen, dass es nicht per se zu einem Anstieg an nationaler Identifikation kommt. Einzige die Sympathie gegenüber Portugal ist nach dem WM-Spiel signifikant niedriger als drei Wochen zuvor (Abb. 1).

Signifikante Unterschiede zeigen sich aber zwischen jenen Probanden, die bei dem WM-Spiel emotional stark mitgefiebert haben, und jenen, die weniger stark emotional involviert waren. Es lässt sich zeigen, dass ein hoher Grad an Emotionserleben mit einem Anstieg der Zugehörigkeitsgefühle zu Deutschland (vgl. Abb. 2), einer Zunahme des Patriotismus und einem Anstieg an Vertrauen zu Personen aus Deutschland (Abb. 3) einhergeht, während dies bei Probanden, die weniger Emotionen erlebten, nicht der Fall ist. Dies gilt auch für nationalistische Einstellungen (Abb. 4), bei denen die eigene Nation idealisiert und andere Länder abgewertet werden. Außerdem fanden wir, dass im Vergleich zur Befragung vor der WM, bei emotional stark involvierten Probanden nach dem Ansehen des Spiels stärkere fremdenfeindliche Ressentiments zu erkennen waren.

Kollektiv erlebte Emotionen beim Fußball führen also dazu, dass Gruppenbindungen, Zugehörigkeitsgefühle und Vertrauen in die In-Group verstärkt werden. Der „neue deutsche Fußballpatriotismus“, der oft als fröhlich und unverkrampft beschrieben wurde, fördert aber auch Ab- und Ausgrenzungstendenzen gegen andere Nationen und Minderheiten.

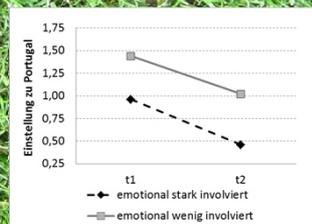


Abb. 1: Veränderungen der Sympathie zu Portugal als Land in Abhängigkeit vom Grad des Emotionserlebens.

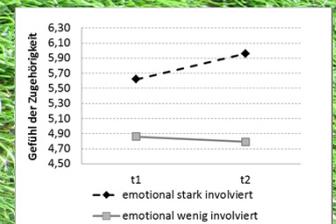


Abb. 2: Veränderungen im Gefühl der Zugehörigkeit zu Deutschland in Abhängigkeit vom Grad des Emotionserlebens.

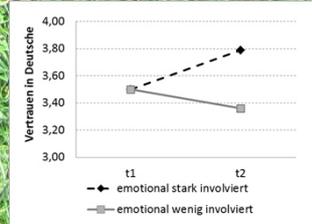


Abb. 3: Veränderungen im Vertrauen zu Personen aus Deutschland in Abhängigkeit vom Grad des Emotionserlebens.

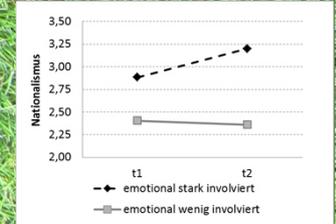


Abb. 4: Veränderungen in nationalistischen Einstellungen in Abhängigkeit vom Grad des Emotionserlebens.