

Sport und Massenmedien

- I. Sport ist, medial vermittelt, ein Unterhaltungsangebot, das dementsprechend von den Rezipienten wahrgenommen und interpretiert wird. Um aber „unterhalten“ zu können, findet Sport in den Massenmedien in den meisten Fällen als Spitzensport statt und ist nur auf wenige Sportarten beschränkt. Sportarten mit geringerer medialer Präsenz werden demgegenüber als „Randsportarten“ bezeichnet.

Unterhaltungsangebot deshalb, weil Sport ähnlich wie ein Film oder eine Quizshow von seiner Dramaturgie lebt ⇒ im Vergleich zum Film jedoch noch weniger voraussagbar, da er sich nicht nach einem Drehbuch richtet, sondern von Faktoren wie Tagesform, Mannschaftsleistung o.ä. abhängt. Wie nehmen Sportzuschauer das von ihnen gewählte Programm wahr? In der Regel Präferenz für einen Sportler bzw. eine Mannschaft (vor allem Fans) ⇒ Protagonisten, mit denen man fühlt (emphatischer Stress). Je nach individuellen und situationsbedingten Faktoren kann dieser unterschiedlich groß sein. Bsp.: Protagonist liegt zurück und spielt nicht besonders gut ⇒ emphatischer Stress besonders groß, Zuschauer leiden mit. In den meisten Fällen wird jedoch nicht abgeschaltet, weil man trotz des offensichtlichen Leidens wissen möchte, wie das Spiel ausgeht; Hoffnung, dass es sich vielleicht noch zum Guten wendet.

- Ist dies der Fall: die durch den Stress induzierte Anspannung wandelt sich in Freude um und wird nach subjektivem Empfinden noch vergrößert, da die Erleichterung am Ende für den Stress während des Spiels entschädigt
- Ist dies nicht der Fall: Anspannung wandelt sich in Niedergeschlagenheit um ⇒ Gefühl der persönlichen Niederlage, da die Figur, mit der man sich während des Spiels identifiziert hat, nicht den „Erwartungen“ entsprochen hat

Erkenntnisse oben treffen übrigens nicht nur auf den medial vermittelten Sport, sondern auch auf live miterlebten zu, z.B. im Stadion.

Literatur (u.a. Trosien/Dinkel 1998) behauptet, dass selbst ausgeübter Sport und die damit verbundene Sportwirklichkeit "besser" ist als medial vermittelter Sport ⇒ stimme dem nicht zu, da medial vermittelter Sport aufgrund der oben genannten Argumente durchaus positiv auf Zuschauer wirken kann (Eskapismus, Gratifikationen, Selbstverwirklichung)

Zunehmende Vermittlung von Informationen im Rahmen dieses Unterhaltungsangebots (Stichwort: ran-Datenbank), die jedoch dem Ziel, zu unterhalten, angepasst ist.

Wenn man auf das Thema „Sport in den Massenmedien“ eingeht, so fällt auf, dass es sich vornehmlich um Spitzensport handelt, der in den Medien thematisiert wird. Wenn Breiten- oder Freizeitsportler mediale Repräsentation erhalten, so erhalten sie diese ebenfalls nur im Zusammenhang mit Spitzensport, z.B. bei Volks- und Marathonläufen. Eine Ausnahme ist eventuell das Deutsche Turnfest, das jedoch vor allem aufgrund seiner Größe (bis zu 100.000 Teilnehmer und Zuschauer) nicht ignorierbar ist. (vergleichbar mit dem Kirchentag?) Es hat laut ZDF-Intendant Dieter Scholte Bemühungen gegeben, bei den öffentlich-rechtlichen Sendern auch den Breitensport oder Randsportarten (s.u.) zu präsentieren – das war 1998, was ist jetzt?

„Massenkommunikation über Sport ist [...] nicht jener Massensport, der von Millionen Menschen als Breitensport verstanden und ausgeübt wird. Unter Massensportkommunikation sind eher jene von einigen wenigen [...] Athleten in Sportveranstaltungen angebotenen Sportaktionen, erzielten Erfolge und die Vermittlung durch die Sportberichterstattung zu verstehen“ (Trosien/Dinkel 1998, 24)

Bei den Hauptsportarten handelt es sich vor allem um die „Publikumsrenner“ Fußball und Motorsport sowie um Großereignisse wie Olympische Spiele. Ein Blick auf die Einschaltquoten der letzten Jahre zeigt, dass die beiden einzelnen Sportarten das Gros der Quotenhits ausgemacht haben. (Der Spaltenreiter in dieser Hinsicht ist das Endspiel der Fußball-EM 1996 zwischen Deutschland und Tschechien mit einer Einschaltquote von fast 27 Mio. Zuschauern und einem Marktanteil von 76

Prozent!) Die Fußball-WM 1998 in Frankreich gilt als das größte Fernsehereignis des 20. Jahrhunderts und hat damit von ihrer medialen Präsenz Olympische Spiele oder gar die Mondlandung bei weitem ausgestochen. Dies bestätigt sich auch bei den letzten Sommerspielen in Sydney; unter den Top 100 der quotenstärksten Sendungen befindet sich keine einzige Übertragung der Olympiade. Dies hat jedoch vor allem damit zu tun, dass die Übertragungen meist spätabends, nachts oder morgens statt fanden.

„Randsportart“: Sportart, die im Vergleich zu den „Hauptsportarten“ Fußball, Motorsport und Skispringen/Biathlon nur marginale mediale Präsenz erhält. Dies ist übrigens unabhängig davon, wie viele Menschen diesen Sport aktiv ausüben. Beispiel: Turnen - DTB mit fast 5 Mio. Mitgliedern! Anderes Beispiel: Badminton – wird von Millionen alleine in Deutschland gespielt, doch anscheinend keine „medienwirksame“ Sportart.

Problem: Sender bezahlen horrende Summen, um Hauptsportarten senden zu dürfen; Vertreter der Randsportarten zahlen den Sendern Unterstützungszahlungen, um gesendet zu werden ⇒ ähnlich wie früher (20er Jahre, Radio, aber auch 70er Jahre mit öffentlich-rechtlichem Monopol)

Zu unterscheiden von „Publikumssportarten“, bei denen die allgemeine Eignung einer Sportart für ein Publikum fokussiert wird. Beispiel: Sportfischen dürfte wohl wahrscheinlich nicht unter diese Definition fallen. Schach evtl. an der Grenze

2. **Die medial vermittelte Sportwirklichkeit zeichnet sich zunehmend dadurch aus, dass Sportereignisse inszeniert werden. Sie unterscheidet sich z.T. grundlegend von der Wirklichkeit, die der Mensch individuell bei der Ausübung seines Sports wahrnimmt.**

Beispiele für Inszenierung:

- Verlegung von Anstoßzeiten nach den Bedürfnissen von Fernsehsendern; auch Entzerrung gesamter Spieltage (bis 2001 ⇒ Fanbündnis 15:30)
- Teilweise Änderungen im Reglement, z.B. Skispringen, um den Sport noch publikumsattraktiver zu machen
- Anderes Beispiel: Kleidung der Volleyball-Frauen (enganliegend, knapp...)
- Vorstellung von Schlüsselspielern/Medaillenkandidaten in ausführlichen Profilen (z.B. Jürgen Schult vor Olympia 1994 ⇒ Nacktfotos u.a.)
- Box-Image Henry Maske ⇒ Gentleman

Medial vermittelte Sportwirklichkeit: Spitzensport, Athleten, Vollprofis, Ästhetik ⇒ „Kopie besser als das Original“ (Hackforth 1998, 46) ⇒ durch Zeitlupen, Kameraeinstellungen u.a.

ABER: auch die Inszenierung ändert schlussendlich nichts am Ergebnis ⇒ nicht Medienproduktion, sondern Sportproduktion!!

Subjektiv wahrgenommene Sportwirklichkeit: Breiten- und Freizeitsport, starke Körpererfahrung, Gratifikationen; Erfolg meist jedoch nur von relativ geringem Wert (vertikale Hierarchie des Sports ⇒ Medaille bei der Olympiade ist mehr „wert“ als eine Kreismeisterschaft)

Aufstieg bis hin zur nationalen/internationalen Spitze möglich ⇒ Breitensport kann Spitzensport befruchten (eigentlich primäre Funktion ⇒ Talentsichtung und –förderung in Sportschulen und –vereinen). Der Spitzensport kann jedoch auch eine Breitensportbewegung auslösen, z.B. im Tennis: Erfolge von Boris Becker und Steffi Graf animierten Millionen von Kindern und Jugendlichen, Tennis zu lernen bzw. im Verein zu spielen ⇒ Identifikationsfiguren, die den anderen als Vorbilder dienen

Darüber hinaus kann Spitzensport dazu beitragen, dass sich aus reglementierten „populären“ Sportarten „Nebensportarten“ entwickeln, die ein weniger striktes Regelwerk besitzen und noch

mehr am Spaßgedanken angelehnt sind, z.B. Beachvolleyball. Auch die Entstehung der Laufbewegung ließe sich daraus ableiten, da die Berufsläufer der gesamten Laufbewegung vorstanden. (Bewegung Mainstream ⇒ Alternative)

Die oben genannte Behauptung, dass der Spitzensport den Breitensport befürworten kann, ist jedoch nicht allgemeingültig. Beispiel: Faustball – die deutsche Faustball-Nationalmannschaft konnte 9 Weltmeister- und 11 Europameistertitel erringen, doch ist die Sportart weitgehend unbekannt. Faustball besitzt überdies keinen eigenen Verband, der die Sportart gegenüber anderen sozialen Systemen (Wirtschaft, Medien) repräsentieren kann, sondern ist Teil des DTB. Ursache: mangelnde Massentauglichkeit, evtl. dem Volleyball in seiner Art zu ähnlich

3. Sport ist für moderne Gesellschaften ein Identifikationsfaktor, der in diesem Maße lediglich noch auf die Popmusik zutreffend ist. Dies gilt sowohl für medial vermittelten als auch für individuell/gemeinsam betriebenen Sport. Durch diese Funktion wird Sport jedoch zuweilen zu einem politischen Faktor.

„So wie manche Menschen über Fußball reden, könnte man meinen, dabei ginge es um Leben und Tod. Sie haben keine Ahnung. Es geht um weitaus mehr.“ (Bill Shankley, Manager des FC Liverpool)

Fest steht jedoch: Sportarten jeglicher Größe sind Subkulturen mit Mitgliedern, die dazu bereit sind, einen mehr oder weniger großen Teil ihrer Freizeit für das Engagement in ihrer jeweiligen Hauptsportart zu investieren. Damit eine Sportart große Bekanntheit erlangen und Teil der „Massenkultur“ werden kann, muss sie fast zwangsläufig durch die Massenmedien, vor allem das Fernsehen, vermarktet werden. Um dieses Zwischenziel der medialen Thematisierung zu erlangen, sollte sie die folgenden Eigenschaften erfüllen:

- „kritische Masse“ an Fans, die die Sportart unterstützen oder sich zumindest in großem Maße dafür interessieren; falls dies nicht der Fall ist, sollte dies durch umfangreiche Vermarktungsmaßnahmen versuchsweise erreicht werden; Beispiele dafür: Fußball & Segelregatten (z.B. America's Cup)
- die Sportart sollte über eine Verbandsführung verfügen, die dazu bereit ist, sich kommerziellen Bewegungen zu öffnen, und die darüber hinaus ihren Einfluss auf Unterverbände und Vereine geltend machen kann. Beispiel dafür: das IOC mit den jeweiligen NOK's
- die Sportart muss für Sponsoren, Fernsehsender und Werbekunden ein attraktives Umfeld bieten ⇒ diese drei wirtschaftlichen Einheiten können gemeinsam und getrennt über das Schicksal vieler Sportarten entscheiden
- mindestens eine Identifikationsfigur, die anderen Sportlern und Zuschauern als Vorbild dienen kann

Im letzten Schritt löst sich diese Identifikationsfigur schließlich auch von ihrer eigentlichen Rolle als Sportler und wird endgültig zu einer Person des öffentlichen Lebens, bisweilen sogar zum Popstar (z.B. Handballer Stefan Kretzschmar). ⇒ Sport gerät dann jedoch in den Hintergrund, der Sportler wechselt das System und operiert nach einem anderen binären Code. Nun wird er nicht mehr primär an seiner sportlichen Leistung gemessen, sondern an dem, was er auf der Bühne vollbringt. ⇒ Sport als „Soap Opera“?

Binärer Code Sport: Sieg – Niederlage

Binärer Code Show: Unterhaltung – Nicht Unterhaltung

Wenn aber die Identifikation mit Sportlern nicht mehr möglich ist (z.B. mangelnde Erfolge, mangelnder Charakter, Unfairness), so kann eine Sportart auch regelrecht „vor die Hunde gehen“ ⇒ Tennis Ende der 90er Jahre

Sport als Politikum: z.B. Schulterschluss Regierung Kohl ⇒ DFB; deutsche Nationalmannschaft als Repräsentant des gesamten Landes und aktuell (mal wieder) in der tiefsten Krise seit den 80er Jahren. Parallelen können zu Olympia-Mannschaften gezogen werden