

SPORTKOMMUNIKATION II

Thomas Schierl (Hrsg.)

Die Visualisierung des Sports in den Medien

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Thomas Schierl (Hrsg.):
Die Visualisierung des Sports in den Medien
Sportkommunikation; Bd. 2
Köln : Halem, 2008

2., leicht überarbeitete Auflage

Die Reihe *Sportkommunikation* wird herausgegeben
von Thomas Schierl, Holger Schramm und Hans-Jörg Stiehler.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2008 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-938258-88-0

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: FINIDR, S.R.O. (Tschechische Republik)
GESTALTUNG: Claudia Ott, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

THOMAS SCHIERL	7
Vorwort	
Kapitel 1	
MANFRED SCHMALRIEDE	11
Zwischen Dokumentation und Inszenierung. Sportfotografie im Wandel	
Kapitel 2	
DIETRICH LEDER	40
Vom Verlust der Distanz. Die Geschichte der Fußballübertragungen im deutschen Fernsehen	
Kapitel 3	
BARBARA RÄNSCH-TRILL	82
Voyeurismus des Mediensports. Über das ästhetische Problem der Darstellung von Gewalt in der Sportberichterstattung	
Kapitel 4	
GUIDO ZURSTIEGE	96
Was soll es bedeuten? Frauen, Männer und Medien-Sport	
Kapitel 5	
ILSE HARTMANN-TEWS / BETTINA RULOFS	111
Die Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Sportkommunikation	

Kapitel 6	
THOMAS SCHIERL	135
Ästhetisierung als produktpolitisches Instrument medial vermittelten Sports	
Kapitel 7	
THORSTEN SCHAUERTE / JÜRGEN SCHWIER	164
Die Telegenisierung von Sportereignissen – Anpassung von Sportarten und ihrem Regelwerk an mediale Bedingungen	
Kapitel 8	
CHRISTOPH BERTLING / ERIK EGGERS	187
Fußballer im Bild der Medien – Anmerkungen zur medialen Inszenierung	
Kapitel 9	
HELMUT SCHERER	214
Die Darstellung von Emotionen in der Sportberichterstattung	
Autorinnen und Autoren	241

THOMAS SCHIERL

Vorwort

Mediensport ist ein Zuschauer magnet, der nach Meinung der meisten Autoren, die sich mit diesem Thema beschäftigt haben, irgendwo zwischen Unterhaltung und Information angesiedelt ist. Denn Sport wird von den Medien in einem hohen Maße als Unterhaltung angeboten – vor allem von den Nutzern primär als Unterhaltung rezipiert – aber zumeist mit den Stilmitteln und Darstellungsformen des Journalismus übermittelt. Dies scheint sicherlich auf den ersten Blick so zu sein, aber was hat das letztendlich für eine Bedeutung, wenn man feststellt, dass auch im Sport journalistische Darstellungsformen – ein sicherlich recht offener Begriff – verwendet werden? Wird Sportberichterstattung schon dadurch, dass sie bestimmte Darstellungsformen adaptiert, zu dem, was man landläufig unter Journalismus subsumiert? Und weisen die Darstellungen von Sportjournalismus und anderen Bereichen des (Nachrichten-)Journalismus gerade im visuellen Bereich wirklich hohe oder überhaupt Gemeinsamkeiten auf, die dann auch die Summe der Differenzen übersteigen? Wird denn über relevante Themen des Politik- und Wirtschaftsjournalismus ähnlich und mit vergleichbarer Intention berichtet wie über ein Sportereignis?

Der Band 2 der Reihe *Sportkommunikation* setzt sich mit der Darstellung des Sports in den Medien, vor allem mit der visuellen Darstellung auseinander. In dem bisher immer noch sehr wenig beforschten Gebiet der Sportkommunikation findet sich zwar inzwischen eine Reihe von inhaltsanalytischen Arbeiten, die sich beispielsweise mit den Themenschwerpunkten und -setzungen, den Formaten und den vorherrschenden journalistischen Darstellungsformen auseinandersetzen, aber es gibt

nur wenige Untersuchungen zur visuellen Darstellung des Sports in den Medien. Dies mag u.a. auch damit zusammenhängen, dass die Forschung im Bereich der Bildkommunikation generell nur höchst rudimentär ausgebildet und durch starke Defizite gekennzeichnet ist.

Der vorliegende Reader will einen Beitrag zu diesem vernachlässigten Forschungsfeld leisten und beschäftigt sich mit dem Thema visueller Darstellung im Bereich Mediensport unter Berücksichtigung verschiedener wichtiger Facetten. So werden einerseits die Determinanten und Entwicklungen der visuellen Sportkommunikation beschrieben und analysiert, als auch daran anschließend ästhetische Tendenzen und ethische Implikationen der spezifisch massenmedialen Visualisierung sowie der medialen Inszenierung des Sports diskutiert.

Im ersten Teil (Kap. 1 + 2), der sich mit Historie und Wandel beschäftigt, gibt MANFRED SCHMALRIEDE einen Überblick über die historische Entwicklung der Sportfotografie von ihren Anfängen bis heute, und beschreibt dabei aber auch gleichzeitig allgemeine Aspekte der Sportfotografie. Einen wichtigen Aspekt sieht Schmalriede in der paradoxen Figur, Bewegungen in einem (statischen) Bild festzuhalten. DIETRICH LEDER setzt sich mit der audiovisuellen Darstellung des Sports in den Medien auseinander. Er analysiert in seinem Beitrag, beginnend mit dem Endspiel der Fußball-Weltmeisterschaft am 4. Juli 1954 im Berner Wankdorfstadion bis in die heutige Zeit, den zunehmenden Verlust der Distanz der Kamera zum Sportler.

Im zweiten Teil (Kap. 3 - 6), der sich mit dem Thema Ästhetik und Ethik auseinandersetzt, beschäftigt sich BARBARA RÄNSCH-TRILL mit dem Voyeurismus des Mediensports. Sie diskutiert wie es möglich ist, dass Menschen von Gewalt und Schrecken angezogen werden, diese eventuell genussreich betrachten und wie die Medien wiederum mit dieser anthropologischen Disposition ästhetisch umgehen. GUIDO ZURSTIEGE analysiert im Hinblick auf die Frage, unter welchen Bedingungen Sport ›etwas‹ bedeute, unterschiedliche Theoriekonzepte und beschreibt Sport als ein bedeutendes Reproduktionszentrum des Geschlechterverhältnisses. ILSE HARTMANN-TEWS und BETTINA RULOFs setzen sich auch empirisch mit der Konstruktion von Geschlecht in der Sportkommunikation auseinander. Aus einer sozialkonstruktivistischen Theorieperspektive haben sie die Frage untersucht, inwieweit im Mediensport differente Muster der Inszenierung von Geschlecht existieren. THOMAS SCHIERL zeigt mögliche Ästhetisierungsstrategien der verschiedenen Akteursebenen im Sport auf,

um dann zu diskutieren, inwieweit diese kommunikativ/ökonomisch sinnvoll sind und welche unerwünschten gesellschaftlichen Folgen aus einer solchen dominanten Ästhetisierung des Sports resultieren.

Der dritte Teil (Kap. 7 - 9) des vorliegenden Readers beschäftigt sich mit der medialen Inszenierung des Sports. THORSTEN SCHAUERTE und JÜRGEN SCHWIER setzen sich in ihrem Beitrag mit der zunehmenden Telegenisierung des Sports auseinander. Sie geben einen Überblick über die Veränderungen des Regelwerks und der medialen Bedingungen des Sports. Dieser hat sich inzwischen der Logik der Medien, die durch kontinuierliche Innovationen das Publikumsinteresse erhalten wollen, unterworfen und die berechtigten Interessen der Athletinnen und Athleten werden der angestrebten medialen Attraktivität bzw. Verwertbarkeit untergeordnet. CHRISTOPH BERTLING und ERIK EGGERS beschäftigen sich in ihrem Beitrag mit dem Wandel der medialen Inszenierung von Sportlern, speziell den Fußballern, seit dem 19. Jahrhundert und beschreiben diesen als eine Veränderung der Inszenierungsmuster, die je nach zeitlicher und sozialer Rahmung entweder stärker das Individuelle betonen oder eher das Kollektiv in den Vordergrund stellen. HELMUT SCHERER gibt schließlich in seinem Beitrag, der stärker auf die textliche als die visuelle Darstellung fokussiert, einen Überblick über die bisherige Forschung zum Thema Sportberichterstattung und Emotionen und versucht die Bedeutung der Emotionsdarstellung zu erklären, um daran eine eigene empirische Analyse zur Darstellung von Gefühlen bei der Zeitungsberichterstattung zu den Leichtathletik-Europameisterschaften anzuschließen.

Köln, im Sommer 2008
Thomas Schierl