

Markus Stauff

Sammelrezension: Sport und Medien

2002

<https://doi.org/10.17192/ep2002.2.2265>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Stauff, Markus: Sammelrezension: Sport und Medien. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 19 (2002), Nr. 2, S. 185–188. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2002.2.2265>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Sport und Medien (Sammelrezension)

Gunnar Roters, Walter Klingler, Maria Gerhards (Hg.): Sport und Sportrezeption

Baden-Baden: Nomos 2001, (Forum Medienrezeption, Bd. 5), 214 S., ISBN 3-7890-7380-6, € 25,-

Jens Petersen: Fußball im Rundfunk- und Medienrecht

München: C.H. Beck 2001, 138 S., ISBN 3-406-48408-5, € 35,-

Sport und Medien, das machen beide vorliegende Publikationen deutlich, sind in ihrer jeweiligen Entwicklung so eng aufeinander bezogen, dass die Relevanz des einen Bereichs nur unter Berücksichtigung des anderen angemessen diskutiert werden kann. Diese Verzahnung hängt dabei immer auch von technischen, rechtlichen, ökonomischen oder politischen Faktoren ab; entsprechend lässt sich Mediensport aus einer Vielzahl ganz unterschiedlicher Perspektiven untersuchen. In dem Band *Sport und Sportrezeption* dominiert die Frage nach der Veränderung des Sports durch die Medien; Fernsehen steht dabei im Mittelpunkt, aber auch Online-Präsentationen werden diskutiert. Eine überraschend große Zahl von

Beiträgen zeigt dabei einen Hang zur Nostalgie. Die Mediatisierung wird mit Kommerzialisierung gleichgesetzt und in der Umkehrung eine weniger entfremdete Vergangenheit des Sports postuliert. Der ‚Freizeitforscher‘ Horst Opaschowski listet recht undifferenziert die Schreckensbilder auf: „Die Amerikanisierung, Disneyfizierung und Kommerzialisierung der Schönen Neuen Sportwelt von morgen erscheint unaufhaltsam.“ (S.87). Seine Trend-Diagnosen bleiben inkonsistent: So moniert er, dass Sportereignisse nur noch wegen des Kollektiverlebens und nicht mehr wegen des Sports selbst besucht würden; gleichzeitig beklagt er die zunehmende Individualisierung in Event-Sportarten, die das Gespür für das ‚Normale‘ zerstörten. Der Sportwissenschaftler Josef Hackforth und der Journalist Walter Wehrle verorten in ihren Beiträgen die Gefahr eher auf Seiten der Medien, da ein seriöser Journalismus in der Sportberichterstattung angesichts der Kommerzialisierung kaum noch vorhanden sei. Die methodische Problematik solcher Argumentation tritt in dem Forschungsüberblick zur Sportberichterstattung von Uli Gleich besonders deutlich heraus, da hier immer wieder von einem traditionellen und ursprünglichen Charakter des Sports die Rede ist. Ethnozentrismus, Dramatisierung, die Heroisierung des männlichen Sportlers hätten demnach nur mit den Medien, keinesfalls aber etwas mit dem Sport selbst zu tun. Methodisch letztlich ähnlich gelagert, wenn auch von der Wertung her diametral entgegengesetzt, argumentieren ein Vertreter des Deutschen Sportbundes und zwei Vertreter/innen des Sportportals *sport1.de*. Ihnen ist das Internet ein so ideales wie inhaltlich neutrales Instrument der Fan-nahen Sportinformation; immer aktuell und zielgruppenflexibel präsentiert es Sport auf optimale Weise.

Interessanter ist die Argumentation von Helmut Digl und Verena Burk, die mit der Veränderung des Verständnisses von Sport zugleich eine „Versportlichung unserer Gesellschaft“ (S.16) feststellen. Die muss zwangsläufig zu einer Überförderung des Sports führen, der gleichermaßen als Religionsersatz, wie als Erziehungsmaßnahme, als Gesundheitsrezept wie als soziale Integration fungieren soll. Auch der juristisch orientierte Beitrag von Tomas Brinkmann vermeidet es, Sport eindimensional den Medien gegenüber zu stellen. Auch er kritisiert die Kommerzialisierung, zeigt aber recht differenziert, wie der Sport auch durch die medienrechtlichen Festlegungen eine Sonderrolle erhält. So ist es vollkommen selbstverständlich, dass für die Kurzberichterstattung von einem Fußballspiel gezahlt werden muss, während dies bei anderen Formen der Ereignisberichterstattung (selbst bei Ereignissen, die im Gegensatz zum Fußball ein Urheberrecht in Anspruch nehmen können) nicht gilt. Nur zwei Beiträgen des Bandes gelingt es allerdings Mediensport als einen Bereich darzustellen, der – jenseits einer Bewertung – eine eigene Produktivität besitzt und sich ‚relativ autonom‘ gegenüber Sport oder Ökonomie verhält. Wiebke Loosen verdeutlicht aus systemtheoretischer Sicht, dass eine (methodische) Trennung von Medien und Sport für eine Analyse des Mediensports untauglich ist, „denn dieser Sport hat kein Pendant außerhalb der Medien“ (S.146). Die Untersuchung der Zeitungsberichterstattung auf Basis

der Nachrichtenwerttheorie (Simplifizierung und Personalisierung als die Grundmerkmale der Medienlogik) verdeutlicht dann allerdings lediglich, dass die Presse sich mit dem Sport einen verlässlichen und vertrauten Mechanismus der Neuigkeitsproduktion hält. Eine originelle Ausgangsfrage bearbeitet der Beitrag von Früh und Stiehler, der die diskursive Interpretation von Niederlagen im Fernsehen untersucht. Die Autoren gehen davon aus, dass Sport mehr Niederlagen als Siege produziert und zeigen schließlich, dass bei aller vermeintlichen Klarheit von Sieg und Niederlage, die entscheidende Arbeit des Mediensports darin besteht, das Ergebnis zu klassifizieren und zu erklären, wie es dazu kommen konnte. Die Verlängerung der Sportereignisse im Fernsehen wird so nicht nur negativ als kommerzorientierte Verfremdung von Sport betrachtet, sondern als eigenständiges und wichtiges Element des Mediensports: „Für die Medien selbst bietet der Erklärungsdiskurs ein Ereignis, das sich ebenso als Gegenstand künftiger Berichterstattung eignen kann wie der Wettkampf selbst.“ (S.118) Der Sammelband kann in dieser (qualitativen wie thematischen) Heterogenität in erster Linie Anstöße für eine erforderliche methodische und theoretische Präzisierung der Erforschung von Mediensport bieten.

Die Studie *Fußball im Rundfunk- und Medienrecht* von Jens Petersen zeigt im Vergleich dazu am Beispiel der rechtlichen Regulierung, wie komplex das Kräftefeld des Fernsehsports ist. Es gibt keine eindeutige rechtliche Rahmensituation, sondern lediglich ein „Konglomerat von Einzelaspekten“ (S.1). Dies reicht von der Frage, wer die Rechte verwerten darf (Vereine oder Verbände), über kartell- und wettbewerbsrechtliche Fragen (nationaler und europäischer Ebene) bis zu Fragen der Grundversorgung und des Grundrechts auf Fußball. Es gelingt Petersen einen – zumindest für mich Nicht-Juristen – nachvollziehbaren und dennoch differenzierten Überblick über die Materie zu geben. Insofern er sich an konkreten Debatten und Auseinandersetzungen orientiert, kommt er nicht in Versuchung, von einem Idealbild des Sports auszugehen. Es ist (weit über die juristische Debatte hinaus) spannend zu verfolgen, wie schwierig eine Definition des eigentlichen Sportereignisses bleibt: Ist es das einzelne Fußballspiel, ist es der Spieltag oder ist es der gesamte Wettbewerb (also die Bundesliga-Saison oder die Champions-League); davon kann nämlich abhängen, ob der Verband oder der Verein das Vermarktungsrecht hat; davon kann auch abhängen, ob die gesetzliche verankerte Kurzberichterstattung 90 Sekunden (für den Spieltag) oder 9 mal 90 Sekunden (für jedes Spiel) lang ist. Durchgehend wird deutlich, dass die juristische Perspektive immer auch ökonomische Interessen in Betracht ziehen muss. Hier liegt allerdings auch eine Schwäche des Bandes: die saubere juristisch-ökonomische Trennung einzelner Sachverhalte und Interessen verstellt ein wenig den Blick auf die Paradoxien, die durch die Gemengelage von Fernsehsport entstehen. So hatten zu Beginn der laufenden Saison (allerdings nach Fertigstellung des Buches) die Trikotsponsoren genau wie die Fans (erfolgreich) für eine frühere Ausstrahlung der Free-TV Berichterstattung plädiert. Auch scheint es mir proble-

matisch, dass sich Petersen weitgehend auf die Dichotomie zwischen Information und Unterhaltung einlässt und dabei recht gewundene Begründungen heranzieht, wann eine Zusammenfassung der Höhepunkte (!) eines Spiels keine Dramatisierung, sondern nur Information ist. Zumindest wird so nachdrücklich deutlich, dass die juristischen Kategorien (auch wenn man sie nicht eins zu eins übernehmen möchte) ein produktiver Teil dessen sind, was man sich dann (meist ohne eine Entscheidung, ob man sich informieren oder unterhalten lassen will) als Sportfernsehen anschaut.

Markus Stauff (Bochum)

Hinweise

- Braungart, Wolfgang (Hg.): Kitsch. Faszination und Herausforderung des Banalen und Trivialen. Tübingen 2002, 370 S., ISBN 3-484-32112-1.
- Eagleton, Terry: Was ist Kultur? Eine Einführung. München 2001, 190 S., ISBN 3-406-48099-3.
- Faulstich, Werner, Christian Steininger (Hg.): Zeit in den Medien, Medien in der Zeit. München 2002, 156 S., ISBN 3-7705-3656-8.
- Faulstich, Werner, Jörn Glasenapp (Hg.): Liebe als Kulturmedium. München 2002, 184 S., ISBN 3-7705-3657-6.
- Gutmann, Mathias, Dirk Hartmann, Michael Weingarten, Walter Zitterbarth (Hg.): Kultur - Handlung - Wissenschaft. Für Peter Janich. Weilerswist 2001, 368 S., ISBN 3-934730-53-1.
- Herzog, Markwart (Hg.): Fussball als Kulturphänomen. Kunst, Kultur, Kommerz. Stuttgart 2002, 320 S., ISBN 3-17-017372-3.
- Holzweißig, Gunter: Die schärfste Waffe der Partei. Eine Mediengeschichte der DDR. Köln 2002, 320 S., ISBN 3-412-14301-4.
- Merten, Klaus: Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1/2. Münster, Hamburg, Berlin, London 2001, 592 S., ISBN 3-89473-592-9.
- Schneider, Irmela, Peter M. Spangenberg (Hg.): Medienkultur der 50er Jahre. Diskursgeschichte der Medien nach 1945, Band 1. Wiesbaden 2002, 391 S., ISBN 3-531-13638-0.
- Vrhunc, Mirjana: Bild und Wirklichkeit. Zur Philosophie Henri Bergsons. München 2002, 240 S., ISBN 3-7705-3644-4.