Zeitschrift: Mobile : die Fachzeitschrift für Sport
Herausgeber: Bundesamt für Sport ; Schweizerischer Verband für Sport in der Schule
Band: 10 (2008)
Heft: 4

Artikel: Für den persönlichen Gebrauch
Autor: Leonardi Sacina, Lorenzo
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-991619

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Für den persönlichen Gebrauch

Längst ist Sport nicht mehr nur der Inbegriff für Bewegung und Freizeitgestaltung. Er hat sich zu einem medialen Phänomen gewandelt, das in den letzten Jahren eine ganz eigene Anhängergruppe gefunden hat.

Text: Lorenza Leonardi Sacino, Foto: Philipp Reinmann

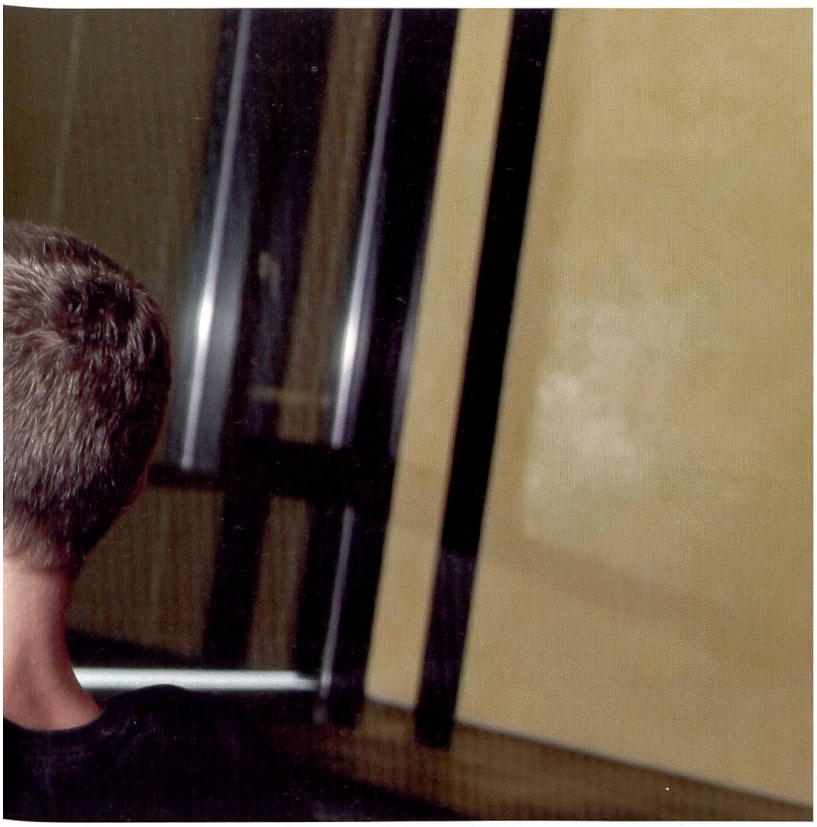
▶ Sport ist mit Sicherheit eine der hauptsächlichen Unterhaltungsformen für Milliarden von Zuschauern. Die Anzahl der Menschen, die sportliche Veranstaltungen interessiert via Kommunikationsmedien verfolgen, hat konstant zugenommen. Marta Cola, Gabriele Balbi und Benedetta Prario, drei Forscher des Istituto Media e Giornalismo (IMeG) der Universität von Lugano, sprechen von einem Phänomen: Der «mediatisierte Sport». Dieser prägt die heutige Gesellschaft: Er bietet eine gemeinsame Diskussionsgrundlage. Nichts ist internationaler, bekannter und diskutierter als Sportveranstaltungen.

Einige davon, wie die Olympischen Spiele oder die Fussball-WM, die nicht grundlos als «grosse Medienzeremonien» gelten, werden beinahe auf der ganzen Welt ausgestrahlt und haben zwei gegensätzliche Effekte: Zum einen zeigt sich eine Völker verbindende Wirkung, zum andern decken sie auch die Gegensätze und Forderungen der verschiedenen Nationen gnadenlos auf. So erklären die drei Forscher die immer grösser werdende Nutzung von Sport durch Massenmedien und machen zudem darauf aufmerksam, dass der mediatisierte Sport regelrecht vom «Fan-Phänomen» lebt und sich von den Debatten auf Internetblogs, in Fernsehreportagen oder auf einigen regionalen Radiosendern nährt.

Unter Soziologen herrscht gar die Meinung, dass die «Ideologien» der Vergangenheit von gewissen Formen des Sportfanatismus ersetzt worden sind, während andere denken, dass Sportveranstaltungen eine Art postmodernes «Opium populi» seien. Dritte wiederum behaupten, dass der Fanatismus eine wichtige kathartische Funktion innehabe, das heisst, dass er die fundamentale Bedeutung besitze, auf eine gewaltfreie Art und Weise gewisse soziale Spannungen zu kanalisieren. Darüber hinaus habe Sport in der heutigen Gesellschaft einen wichtigen Stellenwert als gemeinsamer Nenner inne, und die Medien hätten dazu beigetragen, diese Nachfrage nach Passivsport zu befriedigen und sogar zu stärken.

Der Denaturalisierung entgegnen

Einige sind der Überzeugung, dass die Spektakularisierung des Sports, vor allem seitens des Fernsehens, zu einer gewissen Denaturalisierung geführt habe und den Zuschauern weismache, dass die natürliche Form des Sports jene eines medialen Ereignisses sei. Die



Forscher des IMeG sind aber der Meinung, dass die Sportarten anderen sozialen Regeln und Anforderungen gehorchen als der Sport, der von den Medien genutzt wird und zu einer aussergewöhnlichen Art von Massenunterhaltung gehört, die zum Freizeitvertrieb dient und den verschiedenen sozialen Schichten eine gemeinsame Diskussionsgrundlage bietet.

Ein weiteres spannendes Detail ist die Beeinflussung der Botschaft durch das Medium. Die Darstellung einer Sportveranstaltung unterscheidet sich deshalb nicht nur von den Erlebnissen der Sportler, sondern auch von jenen der Zuschauer im Stadion. Die verschiedenen Kommunikationsmittel sind sogar fähig, die Wahrnehmung ein und derselben Veranstaltung zu verändern: Ein Fussballspiel, das im Fernsehen, im Radio oder per Internet mitverfolgt wird, wird zu einer ganz anderen Veranstaltung.

Während der letzten Jahre wurde ein konstantes Übergreifen des Sports in andere Bereiche der Medien beobachtet: Man denke zum Beispiel an die starke Verbindung zwischen den Sportstars und dem Klatsch und Tratsch. Der französische Philosoph und Soziologe Edgar Morin würde sagen, dass heute Fussballer, Rennfahrer, Basketballspieler, Golfer und Footballspieler die neuen Stars der Medien und somit der Gesellschaft seien.

Die «driving force» namens TV

Das Fernsehen ist das Kommunikationsmittel, das von den leidenschaftlichen Mitverfolgern von Sportveranstaltungen am meisten genutzt wird und ist von jeher ein Zugpferd für die Entwicklung und den Erfolg der Verbreitung. Eine Untersuchung in der italienischen Schweiz zeigt auf, dass die Zuschauer im Fernsehen nach Nachrichtensendungen und Filmen am liebsten Sport konsumieren. Zudem hebt die Studie hervor, dass vor allem Familienväter und deren Söhne ein erhöhtes Interesse am sportlichen Weltgeschehen zeigen. Heute, in der Zeit des digitalen Fernsehens, kann sich der Zuschauer die Sportveranstaltung à la carte zusammenstellen. Obwohl das digitale Fernsehen südlich der Alpen noch nicht sehr verbreitet ist, wird Sport oft als einer der Gründe angegeben, die den Zuschauer zu einem Abonnementabschluss bewegen könnten.

Aber wie reagieren die anderen Kommunikationsmittel wie das Radio oder das Internet auf das omnipräsente Fernsehen? Die Antwort ist eindeutig: Das Radio versucht, einen anderen Sektor abzudecken. Die regionalen, privaten Sender tendieren dazu, dem Sport eine grosse Aufmerksamkeit zu widmen, sich jedoch auf die kleineren Ligen zu konzentrieren, um damit der lokalen Aktualität Platz zu geben, die von den grossen Sendern nicht abgedeckt wird.

Das Internet hingegen wird von den Schweizern nicht unbedingt für Sport verwendet, sondern vor allem zur Informationsbeschaffung, zur Kommunikation und anderen, dem Internet eigenen Aktivitäten. Sport bleibt deshalb abhängig von einem Medium wie dem Fernsehen, sei dies nun in der traditionellen als auch in den neueren Formen. Cola, Balbi und Prario unterstreichen aber, dass die neuen Medien den medialen Erfolg des Sports auch in Zukunft garantieren werden. Zu nennen wären die Mobiltelefone der neuen Generation, auf denen zum Beispiel das Goal eines Fussballspiels überall und zu jedem Zeitpunkt per Video angesehen werden kann. //

> Marta Cola, Gabriele Balbi und Benedetta Prario sind Medienwissenschafter am Istituto Media e Giornalismo (IMeG) der Universität von Lugano und befassen sich mit dem Phänomen «Sport und Medienkonsum».

Durchschnittlicher Medienkonsum für Sport pro Woche in Stunden nach Geschlecht und Alter

	Männer	Frauen	alle
15- bis 29-jährig	2.9	1.3	2.2
30- bis 44-jährig	2.6	1.2	1.9
45- bis 59-jährig	2.4	1.3	1.8
60- bis 74-jährig	2.8	1.6	2.1
Gesamtbevölkerung	2.7	1.3	2.0

Medien, über die regelmässig das Sportgeschehen verfolgt wird (in %)

	in % der Bevölkerung
Fernsehen	70.8
Zeitungen/Zeitschriften	47.3
Radio	23.1
Internet	15.7

Die Prozentwerte addieren sich nicht zu 100 %, da mehrere Medien angegeben werden konnten.

Quelle: «Sport Schweiz 2008»