

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Inhaltsverzeichnis.....	VII

1 Einleitung	1
1.1 Verortung in der Forschung	7
1.2 Forschungsmethodik	9
1.3 Inhaltliche Struktur der Forschungsarbeit	10
1.4 Mediensport als theatraлизованierte Inszenierung	12
1.5 Inszenierung des Sports im Fernsehen	17
1.6 Symbolische Formen des Mediensports	19
1.7 Fernhesport als kultureller Kitt	23
1.8 Wandlungen des Sportbegriffs – Von der ursprünglichen Sportidee zum kommerzialisierten Leistungssport	27

Teil I

Sport im Film	37
----------------------------	-----------

2 Genredefinition „Sportfilm“	39
--	-----------

3 Stoffkreise und Motive des Sportfilms	41
--	-----------

3.1 Triumph der Underdogs – Sportfilm als Aufsteigerdrama	47
3.2 Rise- and Fall-Stories – Aufstieg, Fall und Comeback von Sportstars	48

4 Der Sport im Sportfilm	57
---------------------------------------	-----------

4.1 Der Sportfilm – ein Genre-Mix	57
4.2 Sport als Prätext im Sportfilm	59

5 Gesellschaftskritik im Sportfilm	61
---	-----------

5.1 Sportfilme mit gesellschaftskritischen Subtexten	61
5.2 Sport als Eigen- und Gegenwelt zur bürgerlichen Gesellschaft	65
5.3 Mediasport- als Show-Spektakel	69

6	Fangeschichten – Der loyale und der pathologische Fan...	75
6.1	Der loyale Fan.....	75
6.2	Fanatische and pathologische Fans	77
7	Sport als Forum der Emanzipation	79
7.1	Die Eroberung der Männerdomänen im Frauensport.....	79
7.2	Transgressionen im Sportfilm – Kesse Bienen auf der Matte.....	81
8	Mythologische Sporthelden – Rocky	89
9	Gewalt im Sportfilm – Gladiatorenkämpfe an jedem verdammten Sonntag.....	97
10	Der Boxerfilm – Bühne für Außenseiter und Underdogs.....	105
11	Fliegerfilme – Tollkühne Männer in ihren fliegenden Kisten.....	125
12	Sport-Romanzen im Ski- und Surfermilieu	131
13	Olympiafilme – Zwischen Show-Spektakeln und Heiligen Weihen	133
13.1	Olympiaden im Show-Format – Tokyo 1964 und München 1972..	133
13.2	Chariots of Fire – Die Wiederkehr Olympischer Weihen	140
14	Sportkritische Sportfilme	145

Teil II

Sport im Fernsehen.....149

15	Mediensport	151
15.1	Fernsehsport als Geschäftsfernsehen.....	151
15.2	Sportfernsehen im Kontext industrieller Vermarktung	158
15.3	Von der Lust beim Zuschauen – Die Erotik des Fernsehsports.....	160

15.4	Zuschauerbindung durch parasoziale Interaktion.....	167
15.5	Sportfernsehen als soziales „Role-making“ im dynamisch-transaktionalen Modell	173
16	Die mediale Konstruktion Olympischer Schauspiele	183
16.1	Die Spektaklisierung der Olympischen Spiele im Show-Format	184
16.2	Die politische Instrumentalisierung der Olympischen Schauspiele.....	187
16.3	Das Verschwinden der Olympischen Idee im Mediensport	191
17	Körperinszenierungen im Sportfernsehen	195
17.1	Körperbilder im Sportfernsehen – Himmlische Körper und Ungestalten.....	195
17.2	Der männliche Körper – die heldenhafte Kampfmaschine	197
17.3	Der weibliche Körper – das erotische Lustobjekt	199
17.4	Sport-Beauties – Die Erotifizierung des Sports im Krieg der Frauenbilder	201
18	Das Starsystem im Mediensport.....	207
18.1	Der Sportstar im Brennpunkt der Öffentlichkeit.....	207
18.2	Der gemachte Sportstar	208
18.3	Der Athlet zwischen Autonomie und Entfremdung	214
18.4	Der Sportler als Leibeigener von Vereinen und Sponsoren?.....	219
18.5	Das Messer im Rücken – Fanatische Sport-Fans	224
19	Kultobjekt Sportlerkörper	231
19.1	Die Theatralisierung des Kultisch-Religiösen im Mediensport.....	233
19.2	Sportstars als „Priester der Muskelkraft“	238
20	Die Politisierung des Sportfernsehens in totalitären Systemen	249
20.1	Kino der Überwältigung – Riefenstahls Olympiafilme.....	250
20.2	Sportstars im „real existierenden“ Sozialismus.....	261
21	Sportfernsehen im Kapitalismus.....	267
21.1	Sportstars als Werbeträger	267
21.2	Sportwerbung in Printmedien.....	272

21.3	Sportstars in der Produktwerbung	274
21.4	Besonderheiten der Werbung im Nullsummenspiel Sportfernsehen	276
22	Gegenwärtige Trends im Mediensport.....	279
22.1	Körperkult und Fitnesswelle	279
22.2	Vom aktiven Sport zum passiven Telesport.....	287
22.3	Boulevardisierung, Spektaklisierung, Disneyfizierung	290
22.4	Diversifizierung der Sportspartenprogramme	293
22.5	Differenzierung des Zuschauerverhaltens – Switchen und Zappen	294
22.6	Cross-Medialität und virtuelle Fanggemeinschaften – Das Sportportal im World Wide Web	297
22.7	Sport im Free-TV oder im Pay-TV?	303
23	Zur Doppelmoral im Mediensport.....	307
23.1	Doping zwischen öffentlicher Ächtung und Rekordzwängen	307
23.2	Zuschauergewalt im Sportfernsehen – Hooligans und Ultras	312
24	Das Dilemma der Sportberichterstattung – Sportjournalismus zwischen Information und Entertainment.....	319
24.1	Ethnozentrische Semantik in der Sportberichterstattung.....	319
24.2	Wahrheit und Lüge im Sportjournalismus	323
25	Thesen und Ergebnisse.....	327
	Literaturverzeichnis.....	333
	Kommentierte Sport-Filmografie.....	347
	Sportfilme allgemein	347
	Sportarten (alphabetisch).....	349