

Soziologie des Marathonlaufs

1. Die Laufbewegung hat u.a. ihre Ursachen im allgemeinen Wandel von der Industriegesellschaft zur Dienstleistungs- bzw. Informationsgesellschaft. Dazu gehört auch eine regelrechte Mythenbildung rund um den Marathon. Die Distanz – 42,195 km – spielt dabei eher eine nebensächliche Rolle; tatsächlich ist es wichtig, einen „Marathon“ zu laufen.
2. Marathonläufe haben mittlerweile auch in Deutschland fünfstellige Teilnehmerzahlen erreicht und besitzen somit den Charakter von Massenveranstaltungen. (Beispiel: Berlin-Marathon – 38.000 Teilnehmer; Köln-Marathon: 15.000 Teilnehmer). Neben einer Laufsubkultur hat sich somit ein gewisser „Mainstream des Marathonlaufs“ etabliert. Diese beiden Gruppen unterscheiden sich jedoch signifikant voneinander.
3. Bei dem derzeitigen Boom von Langstreckenläufen handelt es sich um ein gesamtgesellschaftliches Phänomen, das relativ unabhängig von sozialen Schichten auftritt. Der durchschnittliche Marathonläufer übt jedoch eine geistige Tätigkeit auf hohem Niveau aus und ist deutlich besser gebildet als der Bundesdurchschnitt.
4. Marathonläufer sind in dem Feld zwischen Freizeit- und Leistungssport nur schwer zu klassifizieren, da ihre Beschäftigung mit dem Langstreckenlauf Elemente beider Ausrichtungen beinhaltet. Da die Motive und Aktivitäten aber sehr vielfältig und differenziert sind, ist es fraglich, die Unterscheidung zwischen Freizeit- und Leistungssport aufrecht zu erhalten.

Literatur

Kreitz, Susanne (1996): Marathon im Lebenslauf. Eine empirische Untersuchung. Berlin: Verlagsgesellschaft Tischler

Lutz, Ronald (1994): Magie des langen Augenblicks. Stadtläufe als moderne Rituale, in: Stach, Reiner: Zur Psychologie des Laufens, 49-71

Schulke, Hans-Jürgen (1988) (Hrsg.): Alltagslauf als Aufbruch. Wuppertal: H. Putty

Stach, Reiner (1994): Marathon. Eine Bewegung, in: ders.: Zur Psychologie des Laufens, 36-48

Wulzinger, Michael (2001): Das Ziel heißt Runner's High. Lauf-Boom in Deutschland, in: DER SPIEGEL 39/2001, 218-220

Sportsysteme Deutschland – Schweden

1. Die Sportsysteme in Schweden und Deutschland basieren auf unterschiedlichen Konzeptionen (Turnen/Schwedische Gymnastik), waren jedoch im Gegensatz zum englischen System am Breitensport angelegt. Aufgrund historischer Entwicklungen, die vor allem nach dem 2. Weltkrieg in Deutschland einsetzten, kann heute von einer großen Ähnlichkeit der beiden Sportsysteme gesprochen werden.
2. Obwohl sich in beiden Ländern im Zuge der gesellschaftlichen Entwicklung Individualisierungstendenzen abzeichnen, machen diese sich bislang nicht deutlich bemerkbar. Dies gilt vor allem für das ehrenamtliche Engagement in Sportvereinen.
3. Auf dem Gebiet des Leistungssports ergeben sich ebenfalls große Ähnlichkeiten. Im Vergleich mit anderen Ländern setzen Deutschland und Schweden vor allem auf eine sinnvolle Verbindung von Sport und schulischer bzw. universitärer Ausbildung.

Literatur

- Digel, Helmut (1999): Leistungssportsysteme in Europa, in: Jütting, Dieter H. (Hrsg.): Sportvereine in Europa zwischen Staat und Markt, 60-92
- Heinemann, Klaus (1999): Sports Clubs in Europe. A contribution to intercultural comparative sports sociology, in: ders. (Hrsg.): Sport Clubs in Various European Countries,
- Jütting, Dieter H. (1999): Sportvereinssysteme in Europa: nationale Strukturen – europäische Gemeinsamkeiten – vergleichende Bemerkungen, in: ders. (Hrsg.): Sportvereine in Europa zwischen Staat und Markt, 35-59
- Riksidrottsförbundet (1995): Idrotten vill. Verksamhetsidé och riktlinjer för idrottsrörelsen in i 2000-talet. http://www.rf.se/arkiv/idrotten_vill.pdf (Stand: 11.10.2001)
- Rothstein, Bo (2001): Sozialkapital im sozialdemokratischen Staat – das schwedische Modell und die Bürgerschaft, in: Putnam, Robert D. (Hrsg.): Gesellschaft und Gemeinsinn. Sozialkapital im internationalen Vergleich, 115-197
- Tokarski, Walter (2001): Spuren – Sportpolitik und Sportstrukturen in der Europäischen Union. Aachen: Meyer und Meyer
- Werner, Walter (1998): Das Sportsystem in Schweden. Münster: unveröffentlichte Hausarbeit. <http://kommunix.uni-muenster.de/elch1/docs/schwedensport.pdf> (Stand: 11.10.2001)

Sport und Massenmedien

1. 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.
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.
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.

Literatur

Hackforth, Josef (1999): Medien – Sport – Wirklichkeit. Ungeordnete Gedanken und geordnete Fakten, in: Trosien, Gerhard/Dinkel, Michael (Hrsg.): Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit? Authentizität – Inszenierung – Märkte, 45-54

Hall, Peter Christian (2000) (Hrsg.): Der Kampf um die Spiele. Sport im Fernsehen. 32. Mainzer Tage der Fernseh-Kritik. Mainz: ZDF

Hitzler, Ronald (1995): Ist Sport Kultur? Versuch, eine ‚Gretchenfrage‘ zu beantworten, in: Winkler, Joachim/Weis, Kurt (Hrsg.): Soziologie des Sports. Theorieansätze, Forschungsergebnisse und Forschungsperspektiven, 153-163

Loosen, Wiebke (1998): Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung. Wiesbaden: DUV

Rowe, David (1994): Popular Cultures. Rock Music, Sports and the Politics of Pleasure. London: Sage Publications

Rowe, David (1999): Sport, Culture and the Media. The Unruly Trinity. Buckingham: Open University Press

Schimank, Uwe (1995): Die Autonomie des Sports in der modernen Gesellschaft. Eine differenzierungstheoretische Problemskizze, in: Winkler, Joachim/Weis, Kurt (Hrsg.): Soziologie des Sports. Theorieansätze, Forschungsergebnisse und Forschungsperspektiven, 59-71

Trosien, Gerhard/Dinkel, Michael (1999): Wechselseitige Beziehungen in den Sport- und Medienentwicklungen, in: dies. (Hrsg.): Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit? Authentizität – Inszenierung – Märkte, 11-44