



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Arbeit

GESCHLECHTSPERSPEKTIVEN AM BEISPIEL DES SPORTKLETTERFILMS „AM LIMIT“

Verfasser

Bakk.Alexander Gabriel

Angestrebter akademischer Grad

Magister der Naturwissenschaften (Mag.rer.nat.)

Wien, im Oktober 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066826

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Sportwissenschaften

Betreuer:

Ass. Prof. Mag. Dr. Rosa Diketmüller

INHALTSVERZEICHNIS

1.	VORWORT	5
2.	EINLEITUNG	6
2.3.	GLIEDERUNG DER ARBEIT	11
2.4.	HINWEISE ZUR ARBEITSMETHODE	11
3.	SPORTKLETTERN	12
3.1.	SPEZIELLE ASPEKTE DER SPEEDBEGEHUNG	13
4.	SPEZIELLE ASPEKTE DES SPORTFILMS „AM LIMIT“	16
4.1.	SPIELFILM ODER DOKUMENTARFILM?	16
4.2.	ECKDATEN ZUM FILM.....	19
4.3.	FILMKRITIKEN	21
5.	ALLGEMEINE ASPEKTE VON MEDIEN	22
5.1.	KONSTRUKTION VON MEDIEN-WIRKLICHKEIT	23
5.2.	MASSENMEDIEN UND MASSENKOMMUNIKATION	24
5.3.	MEDIENWIRKUNGEN.....	25
5.4.	EINSTELLUNGEN UND MEINUNGEN	27
5.4.1.	EINSTELLUNGSMODELLE	28
5.4.2.	THEORIEN VON EINSTELLUNGEN	29
5.4.3.	KOMPONENTEN VON EINSTELLUNG.....	31
5.4.3.1.	KOGNITIVE KOMPONENTE	31
5.4.3.2.	AFFEKTIVE KOMPONENTE	32
5.4.3.3.	VERHALTENS-KOMPONENTE.....	34
5.5.	MODELLE DER KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWIRKUNGSFORSCHUNG.....	34
5.5.1.	S-R-MODELL DER MEDIENWIRKUNG (MERTEN)	35
5.5.2.	S-O-R- MODELL DER MEDIENWIRKUNGEN (ALLPORT)	35
5.5.3.	USES-AND-GRATIFICATIONS - DER NUTZUNGSANSATZ (SCHENK)..	36
5.5.4.	SCHEMATHEORETISCHES PROZESSMODELL (AXELROD).....	36
5.5.5.	AGENDA-SETTING-FUNKTION DER MASSENMEDIEN	37
5.5.6.	DAS FELDMODELL DER MASSENKOMMUNIKATION (MALETZKE)	38
5.6.	REZIPIENT(INN)EN UND PUBLIKUM	40
5.7.	ZUSAMMENFASSUNG	41

6.	SPORT UND MEDIEN	44
6.1.	DER SPORTFILM	44
6.1.1.	GESCHICHTE UND ENTWICKLUNG DES SPORTFILMS	47
6.1.2.	SPEZIELLE ASPEKTE DES KINOS	47
6.2.	BILDINSZENIERUNG UND AUFBAU DES FILMS.....	48
6.3.	SPEZIELLE ASPEKTE DES MEDIENSPORTS	52
6.3.1.	ÄSTETHISIERUNG IM MEDIENSPORT	52
6.3.2.	DRAMATURGISIERUNG	54
6.3.3.	KÖRPERINSZENIERUNG	54
6.3.4.	IDENTIFIKATION.....	55
6.3.5.	PARASOZIALE INTERAKTION	56
7.	DAS PHÄNOMEN DES ABENTEUER- UND RISIKOSPORTS.....	56
7.1.	MEDIENASPEKTE VON ABENTEUER- UND RISIKOSPORT.....	59
8.	SPORT – MEDIEN – WIRTSCHAFT.....	62
8.1.	SELBSTINSZENIERUNG VON SPORTATHLET(INNEN)EN	64
9.	SPEZIELLE ASPEKTE VON GENDER UND GESCHLECHT	66
9.1.	GENDER UND MEDIEN	66
9.2.	GESCHLECHTSSPEZIFISCHE ASPEKTE VON REZEPTION.....	68
9.3.	GESCHLECHTSSPEZIFISCHE ASPEKTE - VON ABENTEUER- UND RISIKOSPORT	68
9.4.	FAZIT.....	70
10.	ZUSAMMENFASSUNG	71
11.	QUALITATIVE ERHEBUNG UND ANALYSE.....	72
11.1.	SPEZIELLE ASPEKTE DER FORSCHUNGSMETHODE	72
11.1.1.	METHODEN-BEGRÜNDUNG.....	72
11.1.2.	STUDIENDESIGN.....	73
11.1.3.	INTERVIEW-LEITFADEN	74
11.1.4.	SPEZIELLE ASPEKTE DER AUSWERTUNG.....	77
11.2.	QUALITATIVE AUSWERTUNG DER EINSTELLUNGSKOMPONENTEN	78
11.2.1.	AUSWERTUNG DER KOGNITIVEN EINSTELLUNGSKOMPONENTEN	78
11.2.2.	AUSWERTUNG DER AFFEKTIVEN EINSTELLUNGSKOMPONENTEN	82
11.2.3.	AUSWERTUNG DER KONATIVEN EINSTELLUNGSKOMPONENTEN...	87

12.	ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN	89
13.	LITERATURVERZEICHNIS	93
14.	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	98
15.	TABELLENVERZEICHNIS	98
16.	ANHANG	100
16.1.	TRANSKRIPTION	100
16.3.	ERKLÄRUNG	123
16.4.	ABSTRACT	124
16.5.	LEBENS LAUF	127

1. VORWORT

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen bedanken, die mich bei dieser Arbeit, aber auch während meiner Studienzeit unterstützt haben. Ich bedanke mich bei meiner Familie, bei meiner Freundin und bei meinen Freunden. Die Studienzeit hat mir viel Zeit gegeben mich selber kennen zu lernen und herauszufinden, was ich kann und was ich im Leben tun möchte. Ich bedanke mich bei den vielen Menschen die mir bei Rückschlägen und stagnierenden Phasen immer wieder neuen Mut gegeben haben. Eure Unterstützung hat mir geholfen zu dem Menschen zu werden, der ich jetzt bin und damit meine ich keinen akademischen Titel.

2. EINLEITUNG

„Es gibt so viele Leute auf der Welt, die sich ihre Träume nicht erfüllen und ihre Leidenschaft nicht ausleben. Sie versuchen nur zu überleben. Ich denke, es ist wichtig, die Menschen zu ermutigen, mit mehr Leidenschaft und Liebe zu leben. Dann wäre die Welt auch ein besserer Ort. Sonst ist das Leben bedeutungslos, man kann es nicht genießen und wird nicht glücklich.“ (Film: „Am Limit“)



Abb. 1: Thomas und Alexander Huber (Lechsner, 2009, S.33)

Ein neuer Trend macht sich in den heimischen Kinos breit. Inszenierte Abenteuer- und Risikosportfilme mit Dokumentations- oder Spielfilmcharakter erobern die Kinoleinwände und faszinieren zunehmend die Zuschauer(innen). Das Erlebnis in Film und Kino verbindet sich scheinbar mit dem Erlebnissport. Worin liegt die Ursache, dass diese Nebensportarten, welche normalerweise neben den Hauptsportarten wie Fußball, Tennis, Winter- und Motorsport kaum mediale Beachtung bekommen, auf einmal ganze Kinosäle füllen und ein breites bzw. allgemeines Publikum ansprechen? Was fasziniert die Menschen der westlichen Welt an den Grenzgänger(innen)n in Kino und Fernsehen, welche scheinbar ihre Existenz freiwillig auf Spiel setzen, nur um den Kick zu bekommen.

Sind es die Mangelerscheinungen einer abgesicherten und versicherten „Vollkasko-Gesellschaft“, welche die Menschen in die Kinos bewegt, um dort für ein paar Stunden in eine raue und lebensgefährliche Wirklichkeit aus zweiter Hand einzutauchen? Gibt es eine unbewusste Sehnsucht nach einer Natürlichkeit und Körperlichkeit, welche uns im Alltag verloren gegangen ist und im modernen Abenteuer- und Risikogenre eine besondere Form der Thematisierung bekommt als in der klassischen Sportberichterstattung? Welche Rolle spielen die Medien im magischen Dreieck von Wirtschaft und Sport, da sie auf eine ständige Erneuerung des Programms angewiesen sind? Bekommt der Abenteuer- und Risikosport im TV-Zeitalter von Wirklichkeitsverlust, Pseudoschlagzeile und stofflosem Programm den Rang einer gewissen Authentizität im Sinne von Ehrlichkeit zugeschrieben? Während die Motive von Extremsportler(innen)n in der Literatur ausreichend untersucht werden, ist der Forschungsstand über die Wirkungen von Extremsport-Darstellungen auf Rezipient(innen)en eher dürftig. Das Medienzeitalter erweist sich zugleich als die Ära eines neuen Sportverständnisses von erlebnisorientierten, individuellen und nichtorganisierten Bewegungsformen. Da Abenteuer- und Risikosportarten weitgehend von Männern ausgeübt und scheinbar als Männerdomäne wahrgenommen werden, stellt sich die Frage, für welches Publikum derartige Filme gestaltet sind, welche Konstruktionen von Geschlecht bzw. Männlichkeit diesen Filmen zugrunde liegen und welche Botschaften aus Geschlechterperspektive vermittelt werden. Darüber ist bislang wenig bekannt, ebenso wenig, wie Männer und Frauen dieses Genre aufnehmen, inwiefern filmische Botschaften geschlechterspezifisch (unterschiedlich) wahrgenommen werden und welche Auswirkungen dieses Genres möglicherweise auf das Selbstverständnis von jungen Männern und Frauen hinsichtlich ihrer Beteiligung an Risikosportarten hat.

Ausgangspunkt dieser Forschungsarbeit ist die DVD „Am Limit“, in der versucht wird, die Welt zweier Extremkletterer mittels des Mediums Film, einem breiten Publikum vorzustellen. Aufgrund der Sportthematik und des Kino-Formates bedient sich der Regisseur sämtlicher stilistischer Mittel wie z.B. der Ästhetik, Identifikation, Kommentare, Sounds und Bilder, wodurch ein fast schon künstlerischer Gesamteindruck entsteht. Die Kamera bringt die Zuseher(innen) mit aufwendigsten technischen Mitteln in eine 950 Meter hohe Felswand, deren Ausmaße und Wirkung man sich wahrscheinlich nicht einmal annähernd vorstellen kann. Die Selbstverständlichkeit, mit der beide Athleten sich in diesem ausgesetzten Raum fortbewegen, als ob dies eine ganz normale Alltagssituation wäre, erzeugt einen tiefen Gesamteindruck, welcher zum Nachdenken anregt. Der Sport dient dabei als Ausgangspunkt und Basissystem um eine gesellschaftlich, akzeptierte Verbindung mit dem Publikum herzustellen und auch die Leistungen der beiden Athleten

zu legitimieren. Doch geht es in diesem Film wirklich nur um die Unterbietung eines Zeit-Rekordes? Wollte der Regisseur mit dem Phänomen des Extremsports nicht eher einen radikalen Gegenentwurf zu einer sinnentleerten, hektischen und monotonem Alltagswelt darstellen? Kann man ein Phänomen überhaupt mit dem denkenden Verstand erfassen, welches sich aber rein rational nicht einmal von den Akteuren erklären lässt? Die letzte und wesentliche Frage: Was denken und fühlen die Rezipient(innen)en, wenn sie aus dem Kino gehen bzw. den Fernseher abschalten? Hat der Film zum Nachdenken angeregt und eine Relevanz für das Individuum oder handelt es sich nur um einfachen Erlebniskonsum und eine weitere Zerstreungsmethode? Die wissenschaftlichen Ansätze können Erklärungsmodelle zu diesem Phänomen immer nur aus einer bestimmten Perspektive entwickeln, deshalb besteht der Ansatz dieser Arbeit darin, die unterschiedlichen Modelle, Wissenszugänge und Forschungsdisziplinen rund um den Abenteuer- und Risikosport in Hinblick auf die geschlechterspezifische Fragestellung zu verknüpfen.

„Was wir da machen ist halt gegen jegliche Vernunft. So gesehen vielleicht eine absolute Revolte gegen den gesunden Menschenverstand. Wir sind ja ständig auf der Suche nach irgendwas in dieser Art. Das eine Mal ist es ein Free-Solo, dann ist es Patagonien und jetzt war es Speed. Das ist eigentlich total egal. Diese ständige Suche nach irgend so einer Geschichte, ist aber genau das, was uns momentan unseren Lebensinhalt gibt. Man könnte es vielleicht auch als tägliches Brot bezeichnen, das wir zum Leben brauchen und ohne diesem täglichen Brot wären wir wahrscheinlich so matt und blass, wie eine Pflanze, die kein Wasser und kein Licht kriegt.“ (Film: „Am Limit“)

2.1. FILMBESCHREIBUNG

Gerade der Wechsel von klassischen schnellen Aktion-Szenen zu ruhigen Lagerfeuerszenen mit relativ wenigen Bildschnitten, scheint einerseits untypisch für ein Kinoformat, lenkt aber andererseits den Blick der Rezipient(innen)en auf eine möglicherweise beabsichtigte Perspektive. Das Lagerfeuer brennt im Hintergrund und die beiden Brüder sitzen auf der Spitze des 1000 Meter hohen „El Capitan“. Beide erzählen abwechselnd von Lebenseinstellungen, Weltansichten und ihren Erfahrungen aus dem Klettersport. Die Bekleidung, die langen Haare, der drei Tages-Bart, die müden- aber leuchtenden Augen erzeugen ein symbolhaftes Bild und vermitteln eine scheinbar tiefe Verbundenheit mit der Natur und dem Element Fels (Abb.1, S.6). Die Radikalität der Sportausübung, welche sich in den körperlichen Strapazen und den freiwillig

eingegangenen Risiken manifestiert, steht scheinbar als direkter Gegenentwurf zu den Errungenschaften der Zivilisation (Opaschowski, 2000). Dabei wird den Rezipient(innen)en in einer besonderen Einfachheit vor Augen geführt, dass eine Selbstbemächtigung des Subjekts innerhalb einer institutionalisierten und reglementierten Gesellschaft noch funktionieren kann (Bette, 2004). Gerade weil die Akteure keine Schauspieler, sondern reale Personen aus dem realen Leben sind, entsteht eine besondere Form der Authentizität und Nähe innerhalb des Films. Die Mimik, Gestik sowie das Bild und die Kommentare sind weder geschauspielert noch gibt es irgendwelche Kulissen. Der Grad der Inszenierung verliert für die Rezipient(innen)en an Bedeutung. Man taucht ein in eine Welt mit der man einverstanden oder nicht einverstanden sein kann, die man zu verstehen glaubt, oder bei der man möglicherweise nur den Kopf schüttelt.

„Wenn da kein Fehler passiert, dann kommst du in diesen wahnsinnigen Geschwindigkeitsrausch rein, wo dann auf einmal alles perfekt läuft. Da schau ich dann zum Alexander runter, bei ihm läuft alles perfekt, bei mir läuft alles perfekt. Kein Fehltritt, kein Garnix und dann schwindet komplett die Angst.“ (Film: „Am Limit“)

2.2. HINFÜHRUNG ZUR FRAGESTELLUNG

„Am Limit“ ist ein Sportfilm von Pepe Danquart mit einem Dokumentationscharakter, welcher 2007 in den Kinos des deutschsprachigen Raums ausgestrahlt wurde. Das Hauptthema des Films ist der Speedrekord der beiden Extremkletterer Thomas und Alexander Huber an der Kletterroute „Nose“ mitten im Yosemite Valley. Der Film besteht inhaltlich aus einem Wechsel von Naturbildern, Sportimpressionen und Audio-Kommentaren. Diese Kommentare der Akteure wurden in Form eines rezeptiven Interviews innerhalb des Films verankert. Der Interviewer oder die Interviewerin ist nicht sichtbar und die Akteure erzählen scheinbar narrativ über Themen wie Risiko, Angst, Erfolg/Misserfolg, Beziehungen und Lebenseinstellungen, wobei es zu einer Auflösung zwischen den Grenzen von definierter Sportwelt und individueller Sozialwelt kommt. Der Einsatz digitaler Medien als Forschungsinstrument kann einen tiefen Einblick in die Organisation von Praktiken und die Ausbildung von Stil-Kulturen liefern, welcher weit über den Bereich der Sportpraxis hinaus geht und ermöglicht somit, dass auch die Bereiche des Alltagsleben der Probanden sozial wirksam werden (Stern, 2009, S.64). Filme und andere visuelle Vorlagen lösen bei den Betrachter(innen)n Gefühle aus und erzeugen

eine Identifikation mit Personen, die zentrale, kulturelle Werte in idealisierten Versionen repräsentieren (Denzin, 2003). Das Medium Film verschafft laut Stern (2009) den Sportler(innen)n eine Bühne der Selbstpräsentation, welche als eine intermediale Konstellation von Körper und Bild verstanden werden kann. Die eigenwillige Machart des Films, sowie die Präsentation einer Randsportart mittels zwei bayrischen Spitzenkletterern, welche sich im Film mit ihren gesamten Ecken und Kanten selbst präsentieren, wirft die Frage auf, welche Botschaft hier vermittelt wird und wie man diese Botschaft nach wissenschaftlichen Kriterien erfassen kann?

Ziel dieser Forschungsarbeit soll es sein, zu erkennen, welche Botschaften durch den Sportfilm „Am Limit“ nach der Rezeption bei den Zuseher(innen)n erzeugt werden. Konkret wird nach den postkommunikativen kurzfristigen Medienwirkungen des Erlebens durch die Darstellung bzw. Inszenierung von Bild und Text im Sportdokumentarfilm „Am Limit“ bei Frauen und Männern gefragt. Die Untersuchung erfolgt mittels qualitativen Interviews, d.h. es werden einzelne Personen mit verschiedenen Merkmalen befragt. Die Fragestellungen erfolgen in einer offenen Vorgangsweise ohne geschlossene Hypothesenbildung um neue Erkenntnisse, Trends und Gedankenrichtungen in einem weitgehend neuen Forschungsfeld zu erfassen.

Die Gesamtfragestellung lautet:

- *Wie wird Geschlecht im Sportdokumentarfilm „Am Limit“ konstruiert und inszeniert und wie wirkt der Film auf Frauen und Männer, bzw. auf sportarterfahrene bzw. –unerfahrene Menschen?*

Dabei wird zunächst der Frage nachgegangen,

- *durch welche Szenen und Inszenierungsformen*
- *welche Botschaften „erzeugt“ werden und*
- *wie Geschlecht – im Film: Männlichkeit – inszeniert und durch die Sportart Sportklettern verstärkt wird.*

Darüber hinaus wird mittels qualitativer Forschungsmethoden (Rezipient(innen)analyse) der Fokus der Erhebung darauf gelenkt,

- *wie Männer und Frauen sowie Sportarterfahrene bzw. –unerfahrene den Film bewerten und*
- *welche Botschaften in welcher Weise wirksam sind.*

2.3. GLIEDERUNG DER ARBEIT

Am Anfang dieser Arbeit werden die Besonderheiten des Sportkletterns und Speedkletterns erläutert, sowie auf die speziellen Aspekte des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ eingegangen. Dabei werden verschiedenste Eckdaten und Filmkritiken angeführt. In der weiteren Folge werden die relevanten Begriffe, wie Medien, Wirklichkeitskonstruktion, Massenkommunikation, Wirkungen, Einstellungen, Rezipient(in) und Publikum aus den Disziplinen der Kommunikationswissenschaften bzw. Medienforschung definiert um ein einheitliches Verständnis für die Thematik des Sportdokumentarfilms zu schaffen. Dabei liegt das Augenmerk auf der Verbindung zwischen Kommunikations-, Medien- und Sportwissenschaften, welche prinzipiell als autonome Forschungsfelder anzusehen sind. Das Ziel dieser Verbindung von unterschiedlichen Forschungsdisziplinen, ist ein umfangreiches Kompendium über die Phänomene des Abenteuer- und Erlebnissports anhand des Sportdokumentarfilms „Am Limit“. Der empirische Teil dieser Arbeit beschäftigt sich mit der Frage nach den Folgen und Wirkungen, welche durch den Sportdokumentarfilm ausgelöst werden. Dabei werden eine Methodenbegründung, Methodenbeschreibung und die Ergebnisse der qualitativen Erhebung angeführt. Durch interpretative Verfahren und einer Inhaltsanalyse werden mögliche Effekte in der Schlussfolgerung des letzten Kapitels angeführt. Die formalen Besonderheiten dieser Forschungsarbeit besteht aus eingerahmten Texten (Begriffsdefinitionen) und herausgehobenen Zitaten bzw. Blockzitaten (eingerückt, kleinere Schrift, eventuell kursiv). Die restliche Gestaltung bezieht sich auf die wissenschaftlichen Richtlinien des Instituts für Sportwissenschaften Wien.

2.4. HINWEISE ZUR ARBEITSMETHODE

Bei dieser Diplomarbeit handelt es sich um eine empirisch-qualitative Forschungsarbeit mit einem theoretischen und einem empirischen Teil. Die Fragestellungen erfordern im theoretischen Teil eine Aufarbeitung der Themenbereiche Sportklettern als Abenteuer- und Risikosportart, sowie der Sport-/Film-/Medienanalyse samt Wirkungsforschung jeweils vor dem Hintergrund geschlechtertheoretischer Positionen. Aufbauend auf dieser theoretischen Aufarbeitung erfolgt die Fragenbearbeitung mit qualitativen Methoden. Neben einer Dokumentenanalyse des Sportdokumentarfilms „Am Limit“, um Szenen und Konstruktionsprozesse von Geschlecht zu analysieren, werden Interviews mit 4 Frauen und 4 Männern in der postkommunikativen Phase (nach der Filmrezeption) durchgeführt, um die kurzfristigen Folgen der Rezeption des Sportfilms „Am Limit“ im Bereich der

Einstellungen (Kognition, Emotion, Verhalten) zu erfassen, zu beschreiben und vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Veränderungen sowie vorhandener Geschlechtertheorien zu erklären. Die Auswertung erfolgt mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Mayring (1996).

3. SPORTKLETTERN

„Im klassischen Verständnis ist klettern die Auseinandersetzung des Geistes mit einem zu bewältigenden Stück Fels und der Einsatz des Körpers mit seiner Fähigkeiten als zu bewegendes Medium.“ (Lehmann, 1999, S.38)

Sportklettern entwickelte sich geschichtlich aus dem klassischen Alpinismus, wo das Erreichen des Gipfels im Vordergrund steht. Beim Sportklettern hingegen ist der Weg das Ziel und so werden immer neuere und schwierigere Möglichkeiten gefunden eine Felswand zu erklimmen. Bei der neuen Klettergeneration steht das Spiel mit dem Fels im Vordergrund und nicht mehr das Bezwingen des Gipfels. Die neuen Sportkletterer(innen) wollen sich vom traditionellen Alpinisten aufgrund von Kleidung und Lebenseinstellung unterscheiden, wodurch sich auch eigene Lifestyle-Philosophien entwickelt haben. Anfangs galten die Vertreter(innen) dieser neuen Generation noch als Aussteiger(innen), Außenseiter(innen) oder Hippies. Aufgrund des Einsatzes von Bohrhaken und der Erhöhung der Absicherungen entwickelt sich das Sportklettern weg vom Gefahrenalpinismus, wodurch eine große Zielgruppe erschlossen wird. War das Klettern früher als ein Sport für ausgeflippte Freaks, die ihr Leben an ein dünnes Stück Seil hängten, bekannt, so wird es heute vom Kleinkind bis zu den Rentner(innen)n betrieben (Perwitzschky, 2009, S.9). Der Bohrhaken, welcher von der traditionellen Generation noch immer vehement abgelehnt wird, startete seinen Eroberungszug in die letzten unverbohrten Gebiete und macht das Klettern „objektiv“ um ein vielfaches sicherer und damit auch gesellschaftsfähig. „Durch verbesserte Ausrüstung, optimierte Sicherheit, leicht erreichbare Klettermöglichkeiten in Stadtnähe und der Entwicklung von Kunstwänden etabliert sich das Sportklettern als Trendsportart.“ (Rottensteiner, 2007, S.35) Durch den vermehrten Sicherheitsgedanken und der zunehmenden Anzahl an Aktiven wird der Klettersport als blühender Wirtschaftszweig erkannt. So hat sich aus den kleinen technischen Bergsportgeschäften ein durchaus gewinnbringender Outdoor- und Bergsportmarkt mit Bekleidung und Hart-Ware im Sportartikelsegment gebildet. Diese Entwicklung wird durch die mediale Vermarktung diverser Produkte und Personen unterstützt, was wiederum zu einer enormen Leistungssteigerung in der Sportart führt.

Aber Klettern ist nicht gleich Klettern. Es gibt etliche, verschiedene Formen der Begehung einer Kletterroute. Jeder Begehungsstil erfordert unterschiedliche physische und psychische Fähigkeiten von den Sportlern(innen). Die folgende Tabelle zeigt eine vollständige Auflistung der aktuellen Begehungsstile aus der Literatur, ohne auf nähere Details einzugehen, da das Hauptaugenmerk dieser Arbeit in der Wettkampfform des Speedkletterns liegt:

Tab. 1: Formen des Sportkletterns

<u>Begehungsstile</u>	<u>Mögliche Wettkampf-Formen</u>
Rotpunkt	After Work
On sight	On sight - Wettbewerb
Speedklettern	Speedbegehung
Bouldern	Boulder-Wettbewerb
Deep Water Soloing	Deep Water Soloing
Toprope	Duell-Wettbewerbe
Free Solo	Free Solo
Solo	
Flash	
Pinkpoint	
Technisches Klettern	
Alpinklettern	
Alpines Sportklettern	
Big Wall Klettern	
Big Wall Expedition	
Klettergarten	

Quelle: Modifiziert nach Rottensteiner, 2007, S.58 und Perwitzschky, 2009, S.8

3.1. SPEZIELLE ASPEKTE DER SPEEDBEGEHUNG

Die erste Speedrekord an der „Nose“ wurde von Hans Florine und Yuji Hirayama mit einer Zeit von 2:48:55 im Jahre 2002 aufgestellt. Die Huber Brüder konnten diesen Rekord im Jahre 2007 (ein Jahr nach den Dreharbeiten von „Am Limit“) mit einer Zeit von 2:45:45 brechen. Der aktuelle Rekord wurde mit 2:37:05 von Hans Florine und Yuji Hirayama im Jahr 2008 zurückgewonnen.

„Wenn man Speed klettert, hat man keine Zeit, vorsichtig und überlegt zu handeln... Speedklettern ist gefährlicher als alles andere, weil das Seil einem die Illusion gibt gesichert zu sein. Speed ist Zen in der Kunst des Kletterns. Es bleibt keine Zeit nachzudenken, wo man hingreift oder hintritt, oder ob man abstürzen könnte. Speedklettern bedeutet, an die äußerste Grenze zu gehen, reines Klettern, und genau das ist der Reiz daran.“ (Film: „Am Limit“)

Bei dem Rekordversuch im Film „Am Limit“ handelt es sich um eine Speedbegehung mit einer Seilschaft von zwei Athleten. „Das Ziel einer Speedbegehung ist eine oder mehrere Routen innerhalb einer bestimmten (möglichst kurzen Zeitspanne) zu erklettern. Sehr häufig klettern beide Kletterer gleichzeitig, wie es bei normalen Begehungen nicht erfolgt, dennoch sind die Kletterer mit dem Seil gesichert“ (Rottensteiner, 2009, S.64). Im Gegensatz zum technischen Klettern, ist bei der Speedbegehung jedes Hilfsmittel erlaubt, welches im alpinistischen Repertoire an Materialequipment zu finden ist (Anhalten an Bandschlingen, Expresskarabiner, Verwendung von Trittschlaufen usw.) Als Voraussetzung für eine erfolgreiche Speedbegehung ist die perfekte sicherungstechnische Vorbereitung der einzelnen Routen, sowie die Abstimmung der beiden Athleten in den Bereichen Kondition, Taktik und Teamkoordination. Die Gefährlichkeit einer Speedbegehung liegt einerseits in der Geschwindigkeit, in dem Zusammenspiel zwischen Kondition und Konzentration und in der spärlichen Absicherung der Routen. Je weniger Zwischensicherungen verwendet werden, desto schneller ist die Seilschaft. Speedklettern verlangt einen ständigen Wechsel zwischen dem Klettern in einer gesicherten Seilschaft und dem Freesolo-Klettern(Ungesichertes Klettern), wo das Seil eine Sicherheit suggeriert, die nicht vorhanden ist. Diese Konstellation ergibt sich auch aus der radikalen Sicherungstechnik des Simultankletterns und Shortfixen. Beide Athleten(innen) klettern parallel und bilden so, dass etwaige Gegengewicht im Falle eines Sturzes. An den Standplätzen wird Seil aufgezogen und mittels eines Knotens befestigt. Dadurch kann der Nachsteiger oder die Nachsteigerin sich mit Seilklemmen hochziehen, wodurch der Vorsteiger oder die Vorsteigerin aber ungesichert weiterklettern muss. Die folgenden Zeilen sollen einen methodisch-taktischen Überblick geben, wie die Bewältigung einer Route bei der Speedbegehung funktioniert:

- Beide Sportler(innen) stehen am Stand und eine Person beginnt den Vorstieg zu klettern. Die nachsteigende Person sichert die vorsteigende Person mit einem Sicherungsgerät.
- Die vorsteigende Person klettert so schnell sie kann ihre Route (20-40 Meter) und hängt Zwischensicherungen (Expresskarabiner) ein, welche im Falle eines

Sturzes, den Fallweg reduzieren. Genau diese Zwischensicherungen wurden bei der Speedbegehung der Huberbrüder nur spärlich bis gar nicht verwendet, welches relativ lange Sturzdistanzen zur Folge haben kann. Zehn Meter ohne Sicherung bedeuten zwanzig Meter Fall bis das Seil greift.

- Die vorsteigende Person ist am Stand X angekommen und sichert sich teilweise am Sicherungspunkt (Vorbereiteter Karabiner im Fels). Dann nimmt sie schnellst möglich das restliche Seil auf. Die nachsteigende Person unten ist am anderen Ende des Seils eingebunden.
- Ist das Seil aufgenommen, sodass es bis zur unteren Person (hängt im Seil) gespannt ist, wird es mit einem Achter-Knoten am Sicherungspunkt fixiert (Shortfixing).
- Die vorsteigende Person ruft laut „Stand“ und begibt sich schnellst möglich in den nächsten Vorstieg. Nun klettert diese, ohne das sie jemand sichern kann.
- Die untere Person muss schnell reagieren und zieht sich mithilfe von Steigklemmen am fixierten Seil hoch. Dieses kostet viel Kraft, ist aber wesentlich schneller, als wenn man die Wand im Nachstieg korrekt klettern würde. Es geht schließlich um Zeit.
- Sobald die untere Person am Stand X angekommen ist, sichert sie sich selbst und nimmt die bereits vorsteigende Person oben wieder in die Seilsicherung. Ab diesem Zeitpunkt muss die vorsteigende Person einen Wechsel von Freesolokklettern (ohne Sicherung) zu gesichertem Klettern vollziehen, wodurch wieder mehr Risiko (theoretisch) möglich ist.
- Sobald die vorsteigende Person den nächsten Stand erreicht hat, wiederholt sich der ganze Vorgang. Nach einer gewissen Anzahl von Routen werden die Rollen getauscht, bzw. sind die beiden Huberbrüder auch auf bestimmte Kletterarten in bestimmten Routen spezialisiert.
- Eine Abwandlung dieser Methode ist das Simultanklettern, wo beide Personen gleichzeitig klettern. Zwischen beiden befinden sich dann mehrere Zwischensicherungen. Besonders schwer ist das Simultanklettern für die nachsteigende Person, welche sich auf die Sicherung und die eigene Kletterbewegungen konzentrieren muss. Im Falle eines Sturzes würde sie die vorsteigende Person von der Wand reißen.

Die Regeln des Speedkletterns sind relativ einfach. Das Team klettert so schnell wie möglich vom Einstieg bis zum Ausstieg. Beim Kletterstil sind technische Hilfen erlaubt, solange es schnell ist. Es ist jedoch keine spezielle Präparierung der Route zugelassen.

Der Start ist am Beginn der ersten offiziellen Seillänge und der Endpunkt ein fix vorgegebener Platz am Ende der Wand. Der Routenverlauf ist durch die klassische Linienführung definiert. Die Zeit wird von der Seilschaft selbst gestoppt. Ehrlichkeit ist somit das höchste Gebot. Die Zeitnahme wird gestartet, wenn die erste vorsteigende Person in die erste Route einsteigt. Die Zeit wird gestoppt, wenn die letzte nachsteigende Person das Endobjekt der Route erreicht hat. Die Zeitspanne für den Speedrekord an der „Nose“ ist so gering, dass man prinzipiell bei kleinen Fehlern bzw. einem simplen Sturz eines Kletterers das ganze Unternehmen abbrechen kann, auch wenn dieser in der 30en Seillänge passieren sollte. Daraus lässt sich erschließen welche psychische und physische Leistung über 2,5 Stunden notwendig ist um diesen Rekord zu brechen.

4. SPEZIELLE ASPEKTE DES SPORTFILMS „AM LIMIT“

4.1. SPIELFILM ODER DOKUMENTARFILM?

Damit die Diskussion über die Kategorisierung des Films „Am Limit“ sich nicht in eine subjektive Bewertungs- oder Ansichtssache in Bezug auf das Genre verläuft, werden hier alle Aspekte des Dokumentarfilms angeführt und erörtert. Würde man den Film szenenweise beschreiben, würde man unterschiedliche Grade der Inszenierung, Dramaturgie oder Dokumentation finden. Der Regisseur Pepe Danquart, welcher als erfahrener Dokumentarfilmer bekannt ist, sieht bei seinem Film jedoch keinen Widerspruch zum Dokumentarischen:

„Jeder Film wird anders im Verlauf. Man muss natürlich auch bei Filmen wie diesem, der natürlich zu einem großen Teil inszeniert ist, was aber kein Widerspruch zum Dokumentarischen sein muss, auf das reagieren was passiert.“ (Film: „Am Limit“)

Des Weiteren wird von Pepe Danquart beschrieben, dass er etwas Neues kreieren wollte und deshalb verschiedene Elemente der Dramaturgie, aber auch des Dokumentarfilms mischte. Eine umstrittene Szene ist sicherlich jene, wo beide Brüder auf dem Berggipfel übernachten und Thomas von einem bösen Traum geplagt wird. In dem Traum wird dargestellt, wie beide Brüder während des Kletterns abstürzen. Dabei bleiben sie reglos im Seil hängen und aufgrund des Gewichts bricht die einzige Sicherung aus, wodurch beide in die Tiefe stürzen. Diese Szene ist natürlich reine Fiktion und wurde auch von den Athleten in Absprache mit dem Kamerateam inszeniert. Dennoch wissen die Zuseher(innen), dass es sich um einen Traum handelt und diese Szene keinen Wirklichkeitsanspruch stellt. Ziel dieser Szene ist wahrscheinlich den Zuseher(innen) vor

Augen zu führen, wie ein „Worst-Case-Szenario“ beim Klettern aussehen könnte, und wie die Verarbeitung von Ängsten bei den Athleten vor einem riskanten Projekt ablaufen kann. „Am Limit“ wurde in die Kategorie Dokumentarfilm eingestuft, da er mit echten Personen in realen Situationen gefilmt wurde. Es wurden weder Schauspieler(innen) noch künstliche Kulissen verwendet. Auch die Handlung des Films hat in der sogenannten Wirklichkeit stattgefunden, auch wenn der Speedrekord erst nach dem Ende der Dreharbeiten gebrochen wurde. Wolfgang Thaler, der Kameramann begründet in dem „Making of“ des Films, dass die Praktiken des Klettersports ohne eine Inszenierung der Darstellung nicht in einem Filmformat zu fassen sind.

„Im wesentlichen ist es so, wenn zwei Burschen in 2,5 Stunden 1000 Meter senkrecht hinauflaufend klettern, ist es ganz schwierig das dokumentarisch einzufangen, weil du hast eine Kameraposition, kannst maximal an drei Plätzen auf diesen 1000 Meter sein, wo sie dann an dir vorbeizischen... Das wir dann bestimmte Stellen einfach nachinszenieren, sehe ich nicht als Widerspruch zu einem Dokumentarfilm, weil die Sache ja tatsächlich stattfindet und wir es nur durch diese Nachinszenierung dem Zuschauer möglich machen, diesen Speedevent mit zu erleben.“ (Film: „Am Limit“)

Der Film nimmt die wirkliche Welt als Ausgangspunkt und bedient sich wirklicher Personen in wirklichen Situationen (Denzin, 2003). Die Wurzeln des Dokumentarfilms sind in dem klassischen Ethnographie-Film zu finden, wo prinzipiell eine Kamera aufgestellt wird und diese dann von einem Fixpunkt aus, ohne jegliche Eingriffe, aufnimmt. Man könnte den Dokumentarfilm auch als Gegensatz zum „Mainstream-Hollywoodkino“ verstehen, da es in diesen Formaten meistens um die Erzeugung von Fiktionen geht. „Der Dokumentarfilm... bedient sich einer Ästhetik der Objektivität und einer technischen Apparatur, die wahre Aussagen (Bilder) über die Welt hervorbringt.“ (Denzin, 2003) Die Inszenierung kann als die Überführung des Ungeformten in eine Form beschrieben werden, d.h. Medien können als eine Institution der Formgebung verstanden werden. „Die Welt des Films... ist eine Welt der Formen.“ (Hickethier, 2003, S.145) Die Inszenierung ist notwendig, um über diese miteinander kommunizieren zu können. Die Inszenierung geschieht also immer für jemanden und benötigt daher ein Publikum. Die Inszenierung soll die Wirkung des Geschriebenen verstärken und auch Nicht-Ausgesprochenes sichtbar und erlebbar machen. Dabei werden die einzelnen Elemente so zusammengefügt, dass ein sinnliches, ästhetisches und überwältigendes Gesamterlebnis für das Publikum entsteht. Wie schon erwähnt werden also nicht nur fiktionale Texte (z.B. Spielfilme) inszeniert, sondern auch nicht-fiktionale Produktionen (z.B. Dokumentarfilme).

Obwohl es über die Inszenierung im Dokumentarischen immer wieder heftige Debatten gegeben hat, beschreibt Hickethier die Inszenierung als ein Grundgesetz der Medienwissenschaften:

„Die Vorstellung, die ungestellte Realität könnte einfach ungebrochen in nichtfiktionale (dokumentarische) Produktionen überführt werden, verkennt den grundsätzlichen Charakter des medialen Kommunikationsprozesses. Eine Inszenierung findet bei jeder medialen Produktion statt. Auswahl, Aufbereitung und Präsentation sind notwendige Faktoren der medialen Kommunikation. Inszenierung hat deshalb nichts mit Vortäuschung und Unwahrheit von Aussagen zu tun.“ (Hickethier, 2003, S. 124)

Damit wird die richtige Inszenierung von Welten wichtiger, als die Apparaturen, welche für die Inszenierung benutzt werden. Auch Rusch (2002) spricht von einer Diskussion über den Grad der Inszenierung, da eine ungefilterte Darstellung von Welten in einem Medium aufgrund von medienwissenschaftlichen Gesetzmäßigkeiten nicht möglich ist. Folgende exemplarisch-aufgezählten Elemente des Dokumentarfilms (Denzin, 2003) könnten anhand des Films „Am Limit“ zugeordnet werden:

Tab. 2: Elemente des Dokumentarfilms bei „Am Limit“

<i>Trifft zu...</i>	<i>Trifft teilweise zu</i>	<i>Trifft nicht zu...</i>
-Eine strenge Befolgung einer naturalistischen Perspektive, die eine Verknüpfung zwischen bewegtem Bild und gesprochenem Wort fordert;	-Wenige Großaufnahmen und Bevorzugung der Weitwinkel-Perspektive	-Die Benutzung eines Richtmikrophons und eines tragbaren Aufnahmegeräts
-Authentizität, verstanden als Darstellung wirklicher Personen in wirklichen Situationen	-Verwendung der zurückhaltenden Handkamera, um die Menschen dahin zu bringen, die Wahrheit zu sagen, die sie sonst in gewöhnlichen Situationen nicht äußern würden	-Echtzeit ist wahrer als die filmische Zeit – daraus erklären sich die Langzeit-Einstellungen
- Filmautor(in) ist Beobachter(in)		
-Dramatisierung der dargestellten Wahrheit		
-Glaubwürdige Darstellung der aufgenommenen Situation durch Berichte der beteiligten Personen		-Möglichst geringe Eingriffe durch Schnitttechniken und der Verzicht auf Montagen
-Der Film soll den Betrachter(innen) von der vertrauenswürdigen Wahrheit des Dargestellten überzeugen	-Der Film fängt die objektive Wirklichkeit ein	
-Die Anwesenheit der Filmer(in) wird maskiert und bleibt verborgen		-Aufnahmen nur vom Kamerablick unbeeinflusst

<p>-Einsatz verschiedener Techniken der Überzeugung wie persönliche Zeugnisse und das Reden der gewöhnlichen Leute</p> <p>-Der Film zielt auf das Leben der normalen Leute, die üblicherweise nicht zu Wort kommen</p> <p>-Der Film wird mit drei Kameras produziert: Der Kamera im technischen Sinn, dem Kamerablick der Filmemacher(in) und dem genuinen Blick des Dokumentarfilms. Die Fakten im Film sind das Ergebnis dieser drei Kamerablicke</p>		<p>Ereignisse</p> <p>-Der Fokus liegt auf Alltagserfahrungen, durch die das Soziale definiert wird.</p>
---	--	---

Quelle: Modifiziert nach Denzin (1991, S.33-36, zit.n. Flick, 2003, S.419)

Der Dokumentarfilm zielt also nicht darauf ab, die Wirklichkeit objektiv abzubilden, da dies aufgrund von Mediengesetzen nicht möglich ist, sondern nur eine Vorlage zu erzeugen, die den Betrachter(innen) die Illusion vermitteln, einen ungefilterten Zugang zu einer Wirklichkeit zu erhalten. Haben die Zuseher(innen) also den Eindruck einer wirklichkeitsgetreuen Rezeption von Welten, dann hat der Grad der Inszenierung, welcher immer vorhanden ist, den Bereich des Dokumentarischen nicht überschritten. Fakt ist, dass ohne Inszenierung keine mediale Darstellung einer Sportwelt möglich ist und der Wahrnehmungsgrad einer Inszenierung einerseits auf das Medium und andererseits auf persönliche Faktoren von Zuseher(innen) zurückgeführt werden kann.

4.2. ECKDATEN ZUM FILM

Auch wenn der Vergleich mit „Hollywood-Kinofilmen“, deren Zuschauerzahlen im Millionenbereich liegen, aufgrund des Genre sicherlich nicht zulässig ist, sind die Kinozahlen für den Sportdokumentarfilm „Am Limit“ relativ gering ausgefallen. Aufgrund der reichhaltigen Ausstrahlung in Cineplexe und Multiplexe, dürfte möglicherweise die Thematik einer Randsportart oder auch das dokumentarische Genre eine Barriere für die Kinobesucher(innen) gewesen sein.

Tab. 3: Kino-Zuschauerzahlen „Am Limit“

Land	Absolute Besucherzahlen	Prozentanteil zur Gesamtbevölkerung
Österreich	40.801	0,50%
Schweiz	16.794	0,22%
Deutschland	189.747	0,23%
SUMME	247.342	0,25%

Quelle: Lumiere – Datenbank über Filmbesucherzahlen in Europa (Zugriff am 09.05.2010 unter <http://lumiere.obs.coe.int/web/search/>)

Tab. 4: Eckdaten des Sportdokumentarfilms „Am Limit“

REGIE:	Pepe Danquart
DREHBUCH:	Pepe Danquart
KAMERA:	Wolfgang Thaler
MUSIK:	Christoph Israel
TON:	Max Rammler-Rogall Matz Müller Joe Knauer Erik Mischijew
SCHNITT:	Mona Bräuer
PRODUZENT(IN):	Kirsten Hager Mirijam Quinte Erich Lackner
LÄNGE:	97 min
VERLEIH:	Kinowelt
BEMERKUNG:	Dokumentarfilm
KINOSTART:	22.03.2007
WEBSITE:	http://www.amlimit.kinowelt.de/
PREISE & AUSZEICHNUNGEN:	2008 Bayrischer Filmpreis, Pierrot, Bester Dokumentarfilm (Pepe Danquart)
NOMINIERUNGEN:	2007 Europäischer Filmpreis, nominiert für Prix Arte – Europäischer Dokumentarfilmpreis, Bester Dokumentarfilm (Pepe Danquart) 2008 Deutscher Filmpreis: Lola, nominiert für Lola, Bester Dokumentarfilm (Kirsten Hager, Erich Lackner, Mirijam Quinte) 2008 Deutscher Filmpreis: Lola, nominiert für Lola, Bester Ton (Joe Knauer, Matz Müller, Erik Mischijew, Max Rammler-Rogall)

Quelle: Film-Zeit (Zugriff am 10.05.2010 unter www.film-zeit.de)

4.3. FILMKRITIKEN

Zum Schluss dieses Kapitel werden noch ein paar Filmkritiken aus dem Internetportal „Filmzeit.de“ exemplarisch angeführt. Dabei wird deutlich, welche unterschiedlichen Wirkungen der Film bei Medienkritiker(innen)n ausgelöst hat.

Frankfurter Allgemeine Zeitung: "Die neue, leichte Videofilmtechnik kommt gerade recht, um dieser Kletterkunst hautnah zu folgen. Vergessen ist die Mystik des alten Bergfilms, der dank Arnold Fanck und Leni Riefenstahl in die Filmgeschichte einging. Nur das Drama ist geblieben, und am Anblick der in der Sonne glänzenden Körper der Bergsteiger, die kein aufkommender Sturm mehr überrascht, hätte die Olympiade-Filmerin gewiss ihre Freude gehabt. Der Übergang vom gesponserten Sport- zum Werbefilm ist fließend." (Rother, 2007)

Berliner Zeitung: "AM LIMIT ist kein Bergfilm im herkömmlichen Sinn; kein Kletterfilm, bei dem es nur um Karabiner, Routen oder Expressschlingen geht; keine bloße Dokumentation eines Sportereignisses. AM LIMIT ist eine Charakterstudie zweier Brüder, die durch ein Seil verbunden sind, durch ihre Leidenschaft fürs Klettern, ihren Ehrgeiz, ihr Getriebensein und das gemeinsame Ziel, den Rekord zu brechen. Am Fels sind beide aufeinander angewiesen - und doch ist dort jeder für sich allein." (Bühler, 2007)

Tagesspiegel: "Langsam gleitet die Kamera auf die Kante des Plateaus zu, schwebt darüber hinaus und blickt in die horrende Leere eines tausend Meter tiefen Absturzes, einer gewaltigen Wand, die so glatt ist, dass nicht einmal Regenwasser sich in ihr fängt. ... Und Danquart ist so nah wie noch kein Dokumentarist vor ihm dabei. Das werde den Bergfilm "revolutionieren", schwärmt Alexander Huber, der mehr ist als nur das Porträt einer Obsession." (Müller, 2007)

br-online.de: "Wenn die beiden in diesem außergewöhnlichen Dokumentarfilm offen über ihre persönlichen Schwierigkeiten reden, kommt klar heraus, wie schwer es ist, sich zu behaupten gegen den Bruder, gleichzeitig Verantwortung für ihn zu übernehmen und ihm bei extremsten Touren total zu vertrauen. Und genau dieser Bruderzwist macht aus AM LIMIT mehr als nur einen einfachen Sportfilm, eine psychologisch riskante Reise ins Ungewisse und in seelische Untiefen, in die Gefahrenzone der eigenen Identität." (Köhler, 2007)

Film-Dienst: "Es fehlt das Pathos, das sich aus der Beschwörung der stets gefährdeten Gemeinschaft von Mensch und Natur ergibt, ebenso der anti-modernistische Affekt, die verzweifelte Hoffnung, in der unwegsamen Höhe eine

Zuflucht vor der drohend am Horizont aufragenden Stadt zu finden. Natürlich kann man weder den Hubers noch Danquart vorwerfen, dass die 'Nose' für sie kein Schicksalsberg mehr ist, sondern eine weitere Marke im selbstgesteckten Parcours sportlicher Herausforderungen. Doch was bleibt vom Bergfilm, wenn man ihm das Schwülstig-Philosophische nimmt?" (Kohler, 2007)

Critic.de: "Zu glatt und inszeniert wirkt AM LIMIT. Gleich am Anfang schneidet Danquart da eine fiktionale Traumsequenz in die Dokumentation: Einer der Brüder träumt den Absturz und wälzt sich im Schlafsack – im Wechsel mit leicht aufgehellten Sequenzen, die den Kletterer in der Wand des El Capitan zeigen. Zu viel Wert hat der Regisseur auf das zugegeben atemberaubende Bildmaterial aus den Bergen gelegt. Die Protagonisten treten dabei in den Hintergrund." (Stolp, 2007)

5. ALLGEMEINE ASPEKTE VON MEDIEN

Das folgende Kapitel versucht die wesentlichen Aspekte des Sportfilms mithilfe der Medien- und Kommunikationswissenschaften zu erfassen und zu beschreiben. Relevante Themenkomplexe wie Medienwirklichkeit, Massenmedien, Medienwirkungen, Medienmodelle, Rezipient(innen) und Publikum werden für ein besseres Verständnis definiert und erklärt.

„Medien sind gesellschaftlich institutionalisierte Kommunikationseinrichtungen.“
(Hickethier, 2003, S.20)

Dabei werden die Medienwissenschaften als Teildisziplin der Kommunikationswissenschaften verstanden, welche sich mit den Medien wie Film, Fernsehen, Radio und Internet im Rahmen der Medienforschung befassen. Kommunikation wird als kulturell geregelter Austausch zwischen Kommunikationspartnern verstanden. Der kommunikative Medienbegriff wird als gesellschaftlich institutionalisierte Kommunikationseinrichtung definiert:

„Kommunikation bedient sich immer eines Mediums. Die Menschen, die miteinander kommunizieren, verwenden dabei Zeichen, die mit Bedeutungen in Verbindung stehen. Kommunikation ist wiederum Voraussetzung dafür, dass die Menschen Vorstellungen erzeugen und das Wissen entsteht.“ (Hickethier, 2003, S.20)

5.1. KONSTRUKTION VON MEDIEN-WIRKLICHKEIT

Medien vermitteln Botschaften zwischen dem Kommunikator und den Rezipient(innen)en. Medien sind dabei nicht nur reproduzierend oder abbildend, sondern erzeugen selbst eine eigene Welt, welche als Medienwirklichkeit bezeichnet wird. Ausgangspunkt dieser Überlegung ist nicht die Frage ob es eine Realität gibt, sondern was Realität ist (Hickethier, 2003). Ist die Wirklichkeit, der Traum den eine Person träumt, ohne das sie weiß, dass sie träumt, oder ist die Wirklichkeit der Moment des Aufwachens (Tolle, 2000)? Alles was wir als Realität wahrnehmen ist abhängig von unseren Sinnen bzw. wir können nur wahrnehmen, wofür wir ein Sensorium besitzen. Demnach ist Realität und Wirklichkeit eine menschliche Konstruktionsleistung, die uns nicht bewusst ist, weil sie im Hintergrund ständig vollzogen wird (Schmidt, 1996, S.55, zit.n. Hicketier, 2003, S.33). Demnach ist jedes Individuum der Architekt seiner eigenen Wirklichkeit.

„Medien z.B. können als Systeme verstanden werden, die über spezifische Sensoren ihre Umwelt wahrnehmen und daraus ein mediales Bild der Wirklichkeit bzw. eine nach eigenen Kriterien geschaffene eigene Wirklichkeit erzeugen... Die Medien bilden also nicht eine allgemein vorhandene Wirklichkeit ab, sondern erzeugen eine eigene Medienwirklichkeit, sie produzieren Medientexte über die Welt, die nach den Bedingungen der Medien organisiert sind.“ (Hickethier, 2003, S.34)

Wolters (2005, S.25) beschreibt die Videoaufzeichnung als eine (re)konstruierende Darstellung von weitgehend nicht sprachlichen Geschehnissen. „Auch die Aufzeichnung von bewegten Bildern mit Videotechnik ist selbstverständlich nicht die Wirklichkeit, sondern schon ein Ausschnitt, eine Reduktion, ja sogar eine Verfälschung.“ (Loizos, 2000, zit.n. Wolters, 2005, S.25) Das gleiche gilt für die Darstellung von audiovisuellen Medien, welche eine noch komplexere Form von Wirklichkeit ermöglichen. Die Wirtschaft verspricht den Konsument(innen)en mittels Video-Matrix-Wand, High Definition Television (HDTV) oder HD-Ready eine Verbesserung der Wirklichkeit, wobei es sich aber immer nur um eine Verzerrung handeln kann, die aber manchmal sogar reizvoller ist, als die Wirklichkeit selbst. „Die Menschen leben in einer Welt aus Bedeutungen, einer Wirklichkeit aus zweiter Hand, die durch die meinungsbildenden Institutionen in unserer Gesellschaft geprägt ist.“ (Mills, 1963, S.375, zit.n. Flick, 2002, S.417) Auch Weiß (1999, S.210) beschreibt die Realität von Medien als eine soziale Parallelwelt in der die Menschen sehr viel Zeit verbringen und welche daher wissenschaftlich nicht unterschätzt werden sollte.

“In jedem Moment, in dem ein Mensch ins Kino geht... schlüpft er mental aus der realen, sozialen Welt und tritt in eine künstliche Welt... Die Intensität des Zustands der Vertiefung ist so stark, dass manche Medienforscher von einem Bewusstseinszustand sprechen, der in Trance versetzt.“ (Weiß, 1999, S.210)

5.2. MASSEN MEDIEN UND MASSENKOMMUNIKATION

Unter Massenmedien werden technisch produzierte und massenhaft verbreitete Kommunikationsmittel bezeichnet, die einer großen Gruppe von Menschen dienen. Die Massenmedien sind Voraussetzung für eine passive Anteilnahme und für die Entstehung eines öffentlichen Sportgeschehens (Weiß, 1999, S.197). Bei den Medien im Sport handelt es sich prinzipiell immer nur um Massenmedien, welche das Bild des Sports wiedergeben. Der Begriff der Masse ist aus der Geschichte eher negativ geprägt und eher schwer abgrenzbar. Eine Definition des Begriffs Massenkommunikation wurde von Gerhard Maletzke in den 1960er Jahren geprägt:

„Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Formen der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft), durch technische Verbreitungsmittel (Medien), indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Aussagenden und Aufnehmenden) an ein disperses Publikum (im Unterschied zu einem Präsenzpublikum) vermittelt werden.“ (Maletzke, 1963, S.32, zit.n. Weiß, S.197)

Was wir über die Welt des Sports wissen, erfahren wir zu einem großen Teil aus den Massenmedien. Man könnte auch sagen, Spitzensport ist Mediensport. Dabei entsteht ein Spannungsfeld zwischen einem narrativen Realismus und einer visuell-inszenierten Unterhaltung, welche auf Action, Melodramatik und Spektaklisierung setzt, um die Zuschauergunst zu gewinnen. So bewegt sich das Sportprogramm auf einem schmalen Grad zwischen Information, Spannung und Unterhaltung, wo vor allem Einschaltquoten und Sponsoren eine Priorität haben (Florschütz, 2005, S.2). Luhmann (2004, S.13, zit.n. Florschütz, 2005, S.2) beschreibt die Realität der Massenmedien als eine eigene Welt des Druckens, Funkens, Empfangens, Sendens, des Vorbereitens und des Nachher-darüber-Redens. Die Realität der Massenmedien besteht demnach aus ihrer eigenen

Operationalisierung, und es macht Sinn, die Realität der Massenmedien als die in ihnen ablaufenden Kommunikationen zu verstehen.

5.3. MEDIENWIRKUNGEN

„Der Begriff Medienwirkung umfasst in einem weiteren Sinn alle Veränderungen, die ... auf Medien, bzw. deren Mitteilungen zurückgeführt werden können.“(Schulz, 1982, S.51, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.18)

Die Medienwirkungsforschung versucht eine Antwort auf die Frage, was Medien mit den Menschen machen, zu finden. Dieses Prinzip funktioniert aufgrund der Annahme, dass ein Kommunikator mittels eines Medienstimulus zu einer bestimmten Reaktion bei den Rezipient(innen)en führt. „Generell gilt, dass hinter jeder medialen Produktion auch eine Absicht steht. Jede mediale Kommunikation ist dem Verdacht ausgesetzt, dass ein Kommunikator mit ihr etwas anderes erreichen will, als aus der Mitteilung hervorgeht.“ (Hickethier, 2003, S.47) Diese Veränderungen beziehen sich auf Kognitionen, Emotionen und auf das Verhalten von Mediennutzer(innen)n. Demzufolge können Medienwirkungen einen Einfluss auf unsere Einstellung, Meinung, Weltbilder, Gefühle, Stimmungen Handlungen und unser Wissen ausüben.

„So hat ein Film bereits Wirkung gezeigt, wenn der Rezipient in der Filmgeschichte gefangen ist und mit dem Filmhelden mitfiebert... Das grundlegende Problem beim Nachweis von Medienwirkungen liegt in der Kausalität: Sind die kognitiven, emotionalen oder konativen Veränderungen eindeutig auf die Medien(-inhalte) zurückzuführen? ... Hinzu kommt die grundsätzliche Möglichkeit, durch eine Medienrezeption in den eigenen Ansichten oder Verhaltensweisen bestärkt zu werden. Die Medienwirkung wäre in diesem Fall gar keine Veränderung, sondern einen Konstante.“ (Rusch, 2002, S.121)

Dabei ist festzuhalten, dass sowohl eine konstante Reaktion, als auch eine veränderte Reaktion, welche es ohne Medienwirkung nicht gäbe, als Folge und Wirkung von Medien zu verstehen ist. Bei Medienwirkungen werden einerseits die Dimensionen (vgl. Perse 2001, S.17, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.18) von Wirkungsphänomenen unterschieden (z.B. Mikro vs. Makro, kurz- vs. langfristig, Einstellung vs. Kognitionen vs. Verhalten...), andererseits gibt es laut Bonfadelli (2004, S.19) eine chronologische Einteilung in folgende drei Phasen:

- Die *präkommunikative Phase* beschäftigt sich mit der Fragestellung, welche Faktoren die Nutzung oder Nichtnutzung eines gewissen Mediums bestimmen.
- Die *kommunikative Phase* beschreibt die kognitiven Prozesse wie Aufmerksamkeit, Verstehen, Verarbeitung und Umsetzung der Medienbotschaft während der Nutzung und steht damit in enger Verbindung zu der Rezeptionsanalyse.
- Die *postkommunikative Phase* beschäftigt sich mit den in dieser Forschungsarbeit behandelten Aspekten des Einstellungswandels und dem Einfluss von Medien auf die Stabilität und den Wandel von Meinungsklima d.h. es sind jene Wirkungen, die nach abgeschlossener Kommunikation feststellbar sind.

Dabei werden folgende drei Wirkungsbereiche von Medieneffekten unterschieden:

- Erwerb von Wissen
- Beeinflussung von Meinungen oder Auslösung von Emotionen
- Verhaltensbeeinflussung

Zu berücksichtigen ist, dass es sich im Rahmen dieser Forschungsarbeit um die Erfassung vom kurzfristigen Wirkungspänomen handelt und die Kausalzuschreibung zwischen der Rezeption eines Mediums und eine Verhaltensbeeinflussung von Zuseher(innen)n nur ansatzweise interpretiert werden kann. Longitudinale Studien zu längerfristigen Effekten im Zeitverlauf sind in der Forschung nach wie vor eher selten (McQuail, 2000b, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.22). Da in der Medienwelt eine Vielzahl an Kommunikatoren bei der Herstellung beteiligt sind, kann man immer von einem Konglomerat an Absichten sprechen, d.h. dass durch das Zusammenwirken von Regisseur(innen)en, Kameraführung, und Akteur(innen)en ein neues emergentes Medium entsteht. Auch Pepe Danquart, der Regisseur von „Am Limit“, der mit den Huber-Brüdern den wesentlichen Kommunikator bildet, spricht im „Making of“ über seine Intentionen und Absichten bzw. welche Botschaften er dem Publikum vermitteln will:

„Ich hatte diesen menschlichen Aspekt und ich wollte einen Film für das breite Publikum machen und nicht den Sport ins Zentrum dieses Films stellen. Einerseits habe ich dieses Fingerspitzengefühl für die Brüder gehabt und andererseits auch verstanden, wie die Mentalität eines Extrembergsteigers funktioniert. Das ist mir vertraut aufgrund von Dingen, die ich früher in meiner Jugend gemacht habe. Aber

als Kinomensch wollte ich ein breites Publikum ansprechen und da ich ja auch Spielfilme mache, wollte ich dramaturgische Teile in diesen Film mit einbeziehen. Das ist natürlich eine außergewöhnliche Situation gewesen und dadurch entstand etwas Neues. Ich wusste ich kann es schaffen nicht nur einen Kletterfilm zu machen und nicht nur etwas, das die Kletterwelt begeistert, sondern, dass es eine größere Bedeutung hat. Das auch Menschen, die nichts mit Klettern zu tun haben eine Identifizierung finden, etwas lernen, staunend herausgehen und vielleicht auch Menschen besser verstehen, von denen sie bisher geglaubt haben, sie seien verrückt.“ (Film: Am Limit)

5.4. EINSTELLUNGEN UND MEINUNGEN

„Das Einstellungskonzept hat in der Sozialpsychologie zentrale Bedeutung, weil es ein Paradigma für die Untersuchung grundlegender sozialer und psychischer Prozesse darstellt... Gerade die Beeinflussung von Einstellungen der Rezipienten durch die Inhalte der Massenkommunikation wird nach wie vor häufig ganz allgemein mit Medienwirkungen gleichgesetzt“ (Bonfadelli, 2004, S.95)

Das Konzept der Einstellung wird vor allem in der Sozialpsychologie als Indikator für das Verhalten verwendet (Stahlberg & Frey, 1996, S.219). Einstellungen sind nicht angeboren, sondern werden im Sozialisationsprozess erlernt. Die Wissenschaft unterscheidet beim Einstellungserwerb von Individuen die klassische Konditionierung, kognitive Prozesse der Informationsverarbeitung, sowie externe Anreize aus der Umwelt (z.B. Institutionen). Sie können sich auch mit neuen Erfahrungen ändern und erfüllen für den Menschen Wissens-, Anpassungs-, Abwehr- und Selbstdarstellungsfunktionen.

„Einstellungen stellen deshalb ein psychisches System dar, durch das die Person ihre soziale Umwelt interpretiert und bewertend -intern abbildet (Bonfadelli, 2004, S.97). Eine allgemeine Definition wurde von Allport entwickelt, welche die Begriffe Erfahrung und Reaktionen beinhaltet:

„Eine *Einstellung* ist ein mentaler und neuraler Bereitschaftszustand, der durch Erfahrung strukturiert ist und einen steuernden und dynamischen Einfluss auf die Reaktionen eines Individuums gegenüber allen Objekten und Situationen hat.“ (Allport, 1935, S.810, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.97)

Gerade der sprachliche Begriff „Einstellung“ wird aufgrund seines hypothetischen Konstrukts im Alltagsgebrauch oft mit den Begriffen Meinung oder Überzeugung synonym

verwendet. Diese Begriffe sind dem Einstellungsbegriff als Oberbegriff unterzuordnen und werden folgendermaßen definiert:

„Der Begriff der *Meinung* beschränkt sich auf Überzeugungen, die in Bezug auf das Einstellungsobjekt vertreten werden, oder – anders ausgedrückt – auf die Informationen, das Wissen oder die Gedanken, die jemand mit einem Einstellungsobjekt verbindet.“
(Stahlberg & Frey, 1996, S.219)

„Der Begriff der *Verhaltensintention* schließlich beschreibt eine Neigung zu einer bestimmten einstellungsrelevanten Handlungsweise, d.h. die Bereitschaft, sich gegenüber einem Einstellungsobjekt auf besondere Weise zu verhalten.“ (Stahlberg & Frey, 1996, S.219)

5.4.1. EINSTELLUNGSMODELLE

Laut dem *Dreikomponentenmodell* von Eagly und Chaiken setzt sich die Einstellung aus drei beobachtbaren Faktoren zusammen: Kognitive Reaktion, affektive Reaktion und Verhaltensreaktion. Sie definieren Einstellung als ein hypothetisches Konstrukt, die zwischen bestimmten Klassen von Reizen und bestimmten Klassen von beobachtbaren Reaktionen vermitteln. „Eine *Einstellung* ist eine psychologische Tendenz, die sich in der Bewertung einer bestimmten Entität (unspezifisches Dasein) durch ein gewisses Maß an Wohlwollen oder Missfallen ausdrückt ... Die Bewertung bezieht sich auf alle Klassen bewertender Reaktionen, sowohl offene als auch verdeckte, kognitive, affektive oder verhaltensbezogene.“ (Eagly & Chaiken, 1993, S.10, zit.n. Stroebe, 1996, S.221) Diese drei beobachtbaren Faktoren werden auch als Komponenten der Einstellung bezeichnet und werden im Laufe dieser Arbeit noch genauer behandelt.

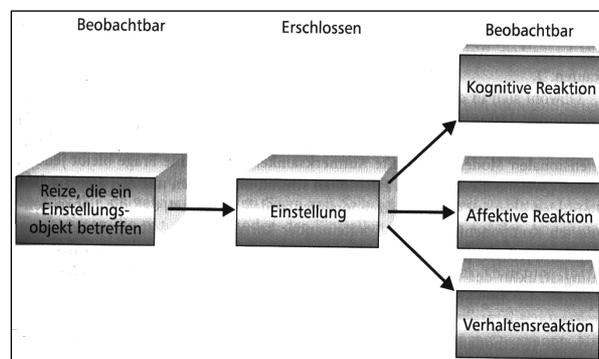


Abb. 2: Dreikomponentenmodell (Eagly & Chaiken, 1993, S.10, zit.n. Stroebe, 1996, S.221)

In einem abgewandelten Modell von Rosenberg und Hovland (1960, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.98) zählen Themenwissen, Faktenwissen und Strukturwissen zu den beobachtbaren Kognitionen der Einstellung. Kognitives Lernen basiert auf sozialen Wahrnehmungsprozessen. Affektive und verhaltensorientierte Reaktionen werden ähnlich behandelt wie in dem Dreikomponentenmodell.

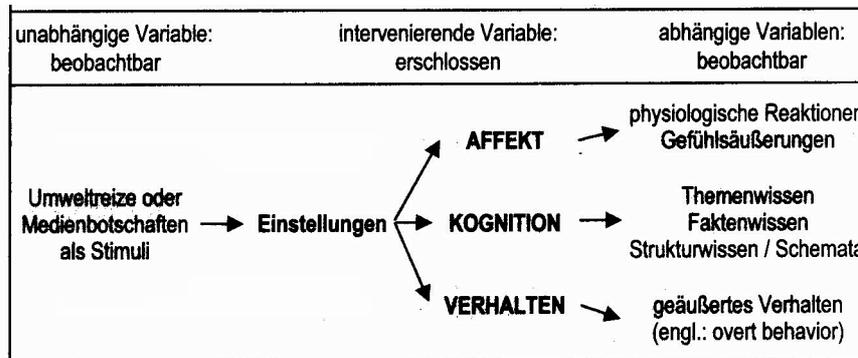


Abb. 3: Einstellung mediatieren Medienwirkungen (Rosenberg & Hovland; 1960, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.98)

Die Kritik an diesem Modell bezieht sich auf das Phänomen, das Personen manchmal anders denken und handeln als sie eigentlich fühlen. Dieses sogenannte *eindimensionale Einstellungsmodell* bezieht sich ausschließlich auf die affektiven Reaktionen und benutzt diesen Begriff gleichbedeutend mit Bewertung. Dieses Modell verlangt eine klare Abgrenzung von dem Begriff der Meinung und Verhaltensintention. Obwohl es genügend Untersuchungen gab, wo einerseits beide Modelle bestätigt, aber auch verworfen wurden, so zeigen die Arbeiten von Schlegel (1975, zit.n. Stahlberg & Frey, 1996, S.222) und Schlegel und DiTecco (1982, zit.n. Stahlberg & Frey, 1996, S.222), dass Einstellungsstrukturen ausschließlich durch die affektive Reaktion abgebildet werden können, wenn die relevanten Meinungen über das Einstellungsobjekt einfach, gering an der Zahl und widerspruchsfrei waren.

5.4.2. THEORIEN VON EINSTELLUNGEN

Die *Dissonanztheorie* von Festinger (1957, zit.n. Bonfadelle, 2004, S.114) ist ein weiterer Erklärungsansatz für die selektive Auswahl von einstellungsrelevanten Informationen. „Sie sagt vorher, dass Personen im allgemeinen motiviert sind, (Einstellungs-) kongruente oder konsonante Informationen aktiv aufzusuchen und (Einstellungs) konträre oder dissonante Informationen aktiv zu vermeiden, um eine getroffene Entscheidung (oder eine bestehende Einstellung) zu stabilisieren und auf diese Weise kognitive Konsonanz zu

bewahren bzw. kognitive Dissonanz zu vermeiden.“ (Stahlberg & Frey, 1996, S.233). Das heißt, dass Einstellungen einen wichtigen Einfluss auf die Wahrnehmung und Beurteilung einstellungsrelevanter Informationen haben und so zu einer Verzerrung der Wahrnehmung führen können:

„Von einer Person z.B., die sehr gern raucht, kann erwartet werden, dass sie Informationen über mögliche negative Folgeerscheinungen dieses Verhaltens... zu vermeiden trachtet. Andererseits wird sie vermutlich die Information, dass auch berühmte Persönlichkeiten gerne rauchen oder dass das Rauchen die Gewichtszunahme verhindert, sehr bereitwillig aufnehmen.“ (Stahlberg & Frey, 1996, S.233).

In einem adaptierten Beispiel könnte man vielleicht annehmen, dass Rezipient(innen)en jene Darstellungen, Aussagen und Wirkungen eines Sportkletterfilms vermeiden, welche zu kognitiven Spannungen führen könnten, aber jene Informationen bereitwillig aufnehmen, welche zu einer Bestätigung bzw. Bestärkung in dessen Einstellungen führen. Dieses Beispiel ist insofern interessant, da sich der empirische Teil dieser Arbeit mit verschiedenen Personengruppen beschäftigt und damit unterschiedliche Wahrnehmungs-Muster mit dem gleichen Einstellungsobjekt konfrontiert werden. Eine konträre Einstellung zu einem Objekt erzeugt eine unangenehme Spannung und das Individuum ist bemüht, diese Dissonanz zu reduzieren, indem es seine Einstellung adaptiert, bzw. in Übereinstimmung mit ihrem Verhalten bringt. In dem Prozessmodell der Unterhaltungsrezeption rekonstruierte Zillmann (1996, S.219, zit.n. Rusch, 2002, S.128) eine ähnliche psychologische Auseinandersetzung von Zuseher(innen)n mit den Medienakteur(innen)en. Dabei fand er heraus, dass die Filmhandlungen der Protagonist(innen)en von den Zuschauer(innen)n positiv oder negativ bewertet wurden. „Eine Billigung führt zu positiven Gefühlen gegenüber den Protagonisten, d.h. die Rezipienten finden ihn sympathisch... eine Missbilligung führt hingegen zu negativen Gefühlen gegenüber dem Protagonisten, einhergehend mit der Ablehnung und Verurteilung seiner Handlungen und seiner Person.“ (Rusch, 2002, S.128) Zillmann wehrt sich ebenfalls gegen die Annahme, Personen können sich mit Protagonist(innen)en identifizieren, sondern vertritt die These, dass die Rezipient(innen)en so wie die Alltagsbeobachter(innen) nur Zeuge des Geschehens sind.

5.4.3. KOMPONENTEN VON EINSTELLUNG

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den wesentlichen drei Komponenten von Einstellungen, welche als Werkzeug für die Sichtbarmachung und Strukturierung von Einstellungen im empirischen Teil dieser Forschungsarbeit verwendet werden.

5.4.3.1. KOGNITIVE KOMPONENTE

„Kognition ist ein Sammelbegriff für alle Prozesse des Wahrnehmens, Denkens, des Erkennens, des Sich-Vorstellens, des Sich-Erinnerns und des Sprechens.“ (Gabler et al, 2004, S.166)

„Aus der Medienwirkungsperspektive bezieht sich die kognitive Komponente auf Überzeugungen, Meinungen, strukturierende Vorstellungen und Wissensgehalte.“ (Flick, 1995; Leyens / Dardenne, 1996: 115ff, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.98) Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die *Wissensstruktur*, welche ebenfalls einen Effekt auf die Einstellung von Personen ausübt. Gerade die Einstellungsbildung erfolgt durch einen kognitiven Lernprozess aufgrund von direkten Erfahrungen oder indirekt-vermittelten Informationen. Dabei werden vor allem den Massenmedien bei der Bildung von Einstellungen ein großer Stellenwert zugeschrieben. Wenn die Empfänger(innen) einer einstellungskongruenten Botschaft bereits eine organisierte Wissensstruktur zu einem Einstellungsobjekt verfügen, werden sie laut Cacioppo et al.(1982, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.120) in einer voreingenommenen Weise auf den Inhalt einer Botschaft reagieren. Im Zusammenhang mit Wissen wird auch der Begriff der direkten oder *persönlichen Erfahrungen* zu einem Einstellungsobjekt erwähnt, welche im Gegensatz zu indirekten Erfahrungen (Massenmedien) eine vielschichtige Einstellungsstruktur erzeugt. Erfahrungen, die eine Person selbst erlebt hat, sind intensiver, haben eine größere Klarheit, sind leichter abrufbar und haben eine zeitliche Stabilität. Hierzu werden folgende Punkte im Bereich der Sport und Medienwirkungen angeführt (Horky, 2009, S.102-105):

Wissensaufwertung:

Bilder werden von Betrachter(innen)n wesentlich schneller rezipiert als Texte, wodurch das Medium Film prinzipiell als Wissensaufwertung gesehen werden kann. Horky sieht in der Veränderung von kognitiven Wirkungen durch die mediale Bildinszenierung eine Erhöhung von Konsumkapital bei Rezipient(innen)en, d.h. die Anreicherung mit

Informationen erhöht das Wissen über Sport, Training und Bewegungsabläufen, welches aber auch mit einem erhöhten Konsumverhalten einhergeht.

Personenzentrierung und Identifikation:

Der sportliche Wettkampf beruht auf einer körperlichen Interaktion von Personen, welche eine Personenzentrierung, Emotionalisierung und Identifikation zur Folge hat. „Die Konzentration und Zentrierung der Medienbilder auf Personen und ihr Handeln führt zu einer der stärksten sozialpsychologischen Wirkungen der Bildinszenierung des Sports in den Medien.“ (Horky, 2007, S.102)

Fokussierung und Relevanzzuschreibung:

Die Bildinszenierung des Sports führt laut Horky (2009, S.104) zu einem Verlust des Gesamteindrucks, wie er z.B. in einem Sportstadion wahrgenommen wird. Die Aufmerksamkeit von Rezipient(innen)en wird durch die Medienbilder gelenkt und fokussiert. Abgesehen von dem Verlust eines Gesamteindrucks bietet der Mediensport aber auch wesentlich mehr Perspektiven. Die Relevanzzuschreibung der Medien zeigt sich einerseits in der indirekten Bewertung und andererseits in der direkten Ausstrahlung von Inhalten. Nur was im Fernsehen zu sehen ist, ist scheinbar wirklich und wichtig.

Verstärkte Erinnerung durch Medienikonen:

Dabei wird die sozialpsychologische Prägung von Zuseher(innen)n innerhalb der Erinnerungen, als Folge von Sportinszenierungen beschrieben. Gerade Slow-Motion Effekte erzeugen tiefsitzende Erinnerungen mit einem hohen emotionalen Gehalt.

5.4.3.2. AFFEKTIVE KOMPONENTE

„Emotionen sind subjektive Befindlichkeiten (Prozesse oder Zustände), die mit Bewertungen der eigenen Situation und physiologischen Erregungs- und Aktivierungsprozessen, sowie mit Verhaltensimpulsen verbunden sind.“ (Gabler et al., 2004, S.227)

Bei der affektiven- oder auch emotionalen Komponente werden einerseits die unspezifischen physiologischen Aktivierungssysteme (Änderung des Herzschlags, Handleitfähigkeit, Muskeltonus), welche die Intensität der Emotion beschreiben und andererseits die spezifischen qualitativen Emotionen (Freude, Spannung, Furcht, Eifersucht), welche sich aus einem kognitiven Bewertungsprozess entwickeln, aufgezeigt.

Der Anreiz des Fernsehens besteht laut Zillmann und Bryant (1985, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.219) in der bequemen und kontrollierten Situation, welche die Möglichkeit einer affektiven Tonus-Änderung in Form eines Entspannungs- oder Spannungserlebnisses bietet. Medien stimulieren Emotionen und können die Nutzer(innen) nicht nur erregen, sondern auch beruhigen. Aufgrund dieser frei-wählbaren Emotionsstimulierung spricht man auch von dem Instrument des „*Mood-Managements*“ (Hickethier, 2003, S.231). Der Sport besitzt als wettkampfbetonte, körperliche Handlung einen hohen Unterhaltungswert (Stiehler, 2003), dabei werden verschiedene Wirkungselemente unterschieden, welche aber teilweise nur schwer von den kognitiven Wirkungen abgegrenzt werden können (Horky, 2009, S.99-101):

Spannungssteigerung

Die Ungewissheit des sportlichen Ausgangs von Wettkämpfen aber auch die mediale Dramaturgie und Inszenierung von Bildern kann zu einer künstlichen Spannungssteigerung führen.

Emotionalisierung

Der Unterschied zwischen Spannungssteigerung und Emotionalisierung ist nur schwer abgrenzbar. Die erlebte Emotion wird dabei als eine physiologische Erregung und als ein gefühltes beteiligt sein verstanden. Das Empfinden von Freude, Trauer, d.h. die Emotionalisierung des Sports ist für viele Personen überhaupt erst der Grund, der die Faszination des Sports ausmacht (Weicker, 2000, S.341). Die emotionale Wirkung wird durch die Inszenierung und emotionale Aufladung von Bildern verstärkt, da sich über Bilder relativ leicht ein emotionaler Mehrwert transportieren lässt. Durch die Verknüpfung von vorhandenen Einstellungen, lassen sich besonders Emotionen hervorrufen und verstärken.

Steigerung der Aggressivität:

Diese Komponente wurde in der Medienforschung stark überschätzt und ist daher nur bedingt gültig. Dabei wurde herausgefunden, dass der Kommentar mehr Auswirkungen auf die Aggressivität hat, als die Bildinszenierung.

Erotisierung und Voyeurismus:

Ein Teilaspekt der Verstärkung von affektiven Wirkungen ist die Erotisierung. Mit Groß-, Nah- oder Detailaufnahmen der sich bewegenden athletischen Körper, lässt sich ein ästhetisch-erotischer Mehrwert erzielen.

Inszenierung von Nähe:

Die Zuseher(innen) sollen möglichst nahe am Geschehen sein, manchmal sogar „mittendrin statt nur dabei“. Durch die visuelle Gestaltung von Nähe, aber auch durch den Kommentar können die Zuseher(innen) in eine parasoziale Interaktion mit den Akteur(innen)en treten. Voraussetzung dafür sind die kulturellen und nationalen Vorlieben von Rezipient(innen)en.

5.4.3.3. VERHALTENS-KOMPONENTE

„Verhalten meint die Gesamtheit aller beobachtbaren, feststellbaren oder messbaren Aktivitäten des lebenden Organismus.“ (Fröhlich, 1994, S.417)

Die verhaltensorientierte oder konative Komponente erfasst das geäußerte Verhalten von Personen und ist damit ebenfalls ein Teil der Einstellung. Gerade in der wissenschaftlichen Forschung zeigt sich, dass eine Verhaltensvorhersage aufgrund von Einstellungen meist keine allgemein gültigen Ergebnisse bringt. Die Erhebung von affektiven Komponenten zur Einstellungsbeschreibung kann durchaus wertvolle Informationen zur Verhaltensvorhersage liefern, sofern affektive und kognitive Komponenten miteinander übereinstimmen. Weiteres gibt es das Phänomen der affektiv-kognitiv inkonsistenten Einstellungen. „Eine Person kann von den gesundheitsschädlichen Wirkungen des Rauchens überzeugt sein und trotzdem auf den Genuss des Rauchens nicht verzichten wollen.“ (Stahlberg & Frey, 1996, S.243)

5.5. MODELLE DER KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWIRKUNGSFORSCHUNG

Der empirische Teil dieser Arbeit bezieht sich zum größten Teil auf die Einstellungsmodelle, sowie das Modell der Massenkommunikation, welche die Folgen bzw. Reaktionen von Medienwirkungen beschreiben. Die in diesem Kapitel exemplarisch angeführten Modelle wurden aus der Einführungsliteratur der Kommunikations- und Medienwirkungsforschung ausgewählt, um den Leser(innen)n die Möglichkeit zu geben ein erweitertes Gesamtverständnis der Medienthematik zu erlangen.

5.5.1. S-R-MODELL DER MEDIENWIRKUNG (MERTEN)

Eines der Grundmodelle ist das Stimulus-Response-Modell der Medienwirkungen, welches auch als Untersuchungsmodell für Kriegspropaganda im I und II Weltkrieg verwendet wurde. Dabei geht es um die direkte, unvermittelte und monokausale Wirkung von Massenkommunikation. Das Modell geht davon aus, dass ein Stimulus identisch von Rezipient(innen)en aufgenommen, verarbeitet und gespeichert wird, was zu einer weitgehend identischen Reaktion führt (Merten, 2007, S.55). Ein berühmtes Beispiel war die massenhafte Panikreaktion auf das Radio-Hörspiel „Invasion from Mars“ von H.B. Wells am 30. Oktober 1938, wonach 1 Million Menschen verängstigt gewesen seien, jedoch nur 12% die eigentliche Nachrichtensendung gehört hatten.

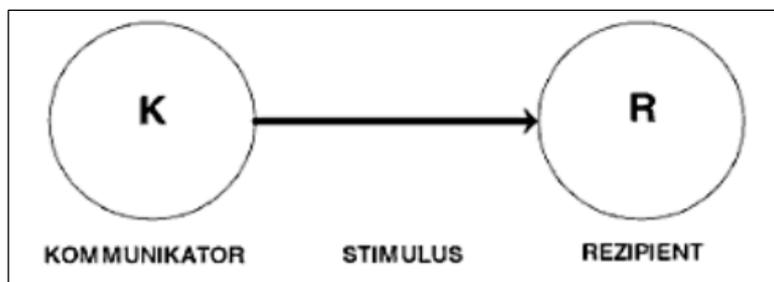


Abb. 4: S-R-Modell der Medienwirkung (Merten, 2007, S.55)

5.5.2. S-O-R- MODELL DER MEDIENWIRKUNGEN (ALLPORT)

Modernere Modelle beschreiben einen Paradigmenwechsel von passiven zu aktiven Rezipient(innen)en, welche Informationen selektierten, sowie eine Entscheidungsmöglichkeit und Handlungsmöglichkeit entwickeln. Dabei entstand auch das S-O-R-Modell der Medienwirkungen von Allport. In diesem Ansatz wurden Medienwirkungen als Faktoren beschrieben, welche eine Bestätigung und Verstärkung von bereits bestehenden Einstellungen zur Folge hatten. Im Gegensatz zum S-R-Modell spielt der Organismus als mediatisierte Instanz eine entscheidende Rolle bei der Aufnahme und Verarbeitung eines Stimulus.

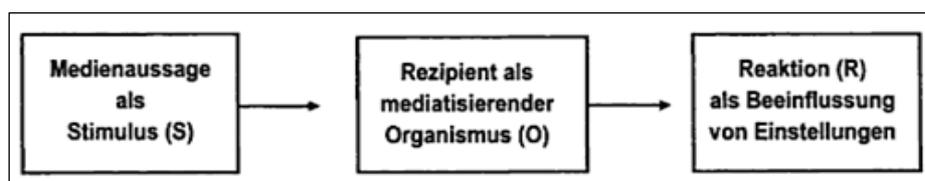


Abb. 5: S-O-R-Modell der Medienwirkungen (Allport, 1953; zit.n. Bonfadelli, 2004, S.32)

5.5.3. USES-AND-GRATIFICATIONS - DER NUTZUNGSANSATZ (SCHENK)

Dieser Ansatz von Schenk soll hier nur ansatzweise beschrieben werden, da er keine direkte Modelleinbindung in dieser Arbeit darstellt, aber dennoch für ein Gesamtverständnis von Bedeutung ist. Dabei wurde die klassische Frage von, was machen die Medien mit den Menschen, in die Frage umgekehrt, was machen die Menschen mit den Medien. Auch dieser Ansatz geht von der Prämisse eines aktiven Publikums aus. Demnach kann ein Massenmedium nur eine Wirkung haben, sofern die Rezipient(innen)en von ihr Gebrauch machen, sie also benutzen und für sich lohnend einschätzen.

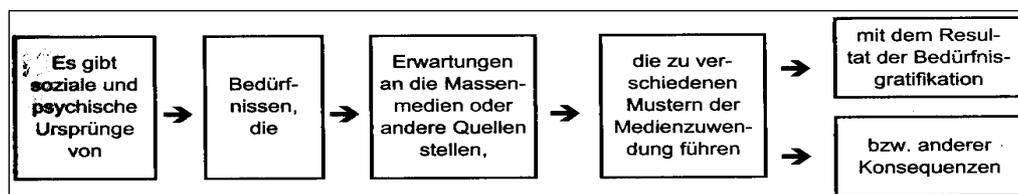


Abb. 6: Prozessmodell der Mediennutzung (Schenk, 2002, S.632, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.169)

Auch der *Nutzungsansatz (Use-and-Gratification-Approach)* von Teichert (1972, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.201) beschreibt die Rezipient(innen)en als aktiv mitgestaltenden Faktor (Mediennutzer(in)), welche durch bewusste Aufnahme und Verarbeitung des Gesehenen und Gehörten individuell reagieren können. Der *dynamisch-transaktionale Ansatz* beschreibt die Unterscheidung zwischen dem aktiven und passiven Kommunikator. „Der Kommunikator ist aktiv, indem er Informationen auswählt, Akzente setzt und (vermutete) Eigenschaften, Bedürfnisse und Gewohnheiten des Publikums gezielt ausnutzt, um seiner Botschaft optimale Wirkungschancen zu geben.“ (Früh, 1991, S.29, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.184) Dieser Ansatz ist auf den Entstehungsprozess des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ zutreffend, da auch hier aktiv versucht wurde, Welten so darzustellen, manipulieren oder zu erzeugen, dass sie für die Zuschauer(innen) einen vermittelbaren Unterhaltungswert bekommen.

5.5.4. SCHEMATHEORETISCHES PROZESSMODELL (AXELROD)

Ein weiterer Ansatz in der dissonanten Verarbeitung ist das Prozessmodell von Axelrod (1973, zit.n. Bonfadelli, S.218). Er beschreibt den Vorgang der Rezeption, indem eine Medienbotschaft wahrgenommen wird und dann selektiven Prozessen unterliegt. Dabei

kommt es zu einem Abgleich zwischen gespeicherten Informationen im Gedächtnis und vorhandenen Informationen in der Wahrnehmung. Dieser Abgleich erfolgt in der Einteilung:

- Information passt mit dem eigenen Schema überein
- Information ist inkonsistent und die alte Interpretation wird beibehalten bzw. die Glaubwürdigkeit der neuen Information herabgesetzt
- Information ist inkonsistent und es wird ein neues Schema gebildet oder kombiniert.

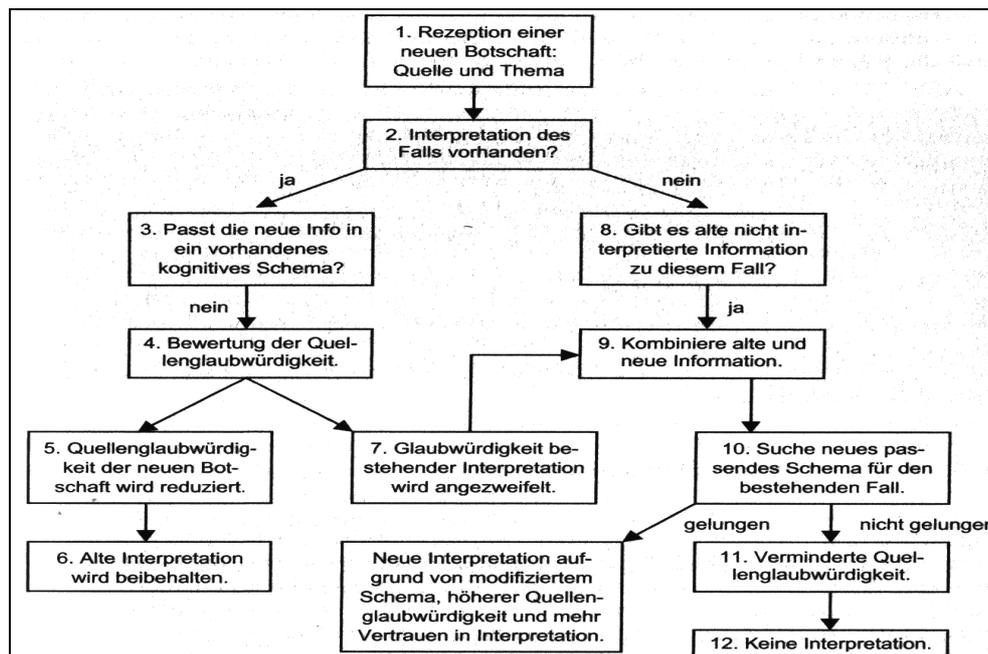


Abb. 7: Schematheoretisches Prozessmodell (Axelrod, 1973, S.1251, zit.n. Bonfadelli, S.218)

An dieser Stelle soll noch einmal gesagt werden, dass der Prozess der Verarbeitung (Rezeptionsanalyse) nicht Ziel und Methode dieser Arbeit sind, jedoch für ein Gesamtverständnis hier exemplarisch angeführt wird.

5.5.5. AGENDA-SETTING-FUNKTION DER MASSEN MEDIEN

Die Agenda-Setting-Theorie beschreibt Medien als selektive „Gatekeeper“, welche darauf Einfluss nehmen, worüber Menschen nachdenken und wird als wichtigste Perspektive der neueren Wirkungsforschung beschrieben, d.h. Themen, die Medien wichtig sind, sind auch Rezipient(innen)en wichtig und umgekehrt. Ausgangspunkt der Prämisse ist, dass

vor jeder Meinungs- und Einstellungsbeeinflussung die Funktion der Thematisierung steht (Bonfadelli, 2004, S.237).

„Medien können aus der Vielfalt der möglichen Ereignisse, die tagtäglich in der Welt passieren, immer nur eine kleine Menge auswählen, über die dann als Medienrealität berichtet wird. Massenmedien konstruieren so für die Öffentlichkeit durch Selektion, Thematisierung und Gewichtung ein Themenuniversum, welches für das Publikum quasi als dringlich dargestellt wird...“ (McCombs & Reynolds, 2002, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.237)

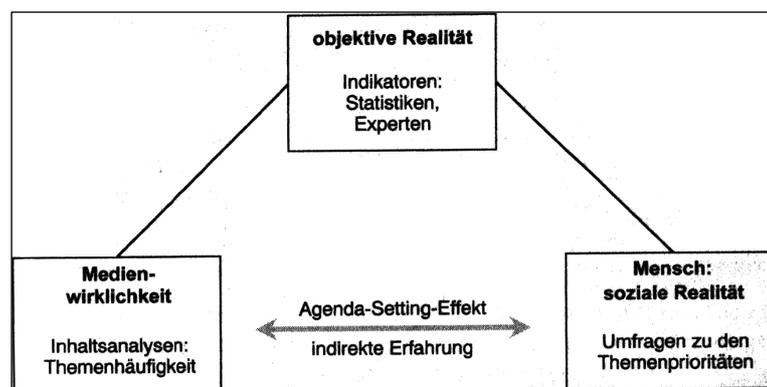


Abb. 8: Agenda-Setting-Funktion der Massenmedien (Bonfadelli, 2004, S.237)

Dabei werden verschiedene Begriffe innerhalb des Ansatzes unterschieden. Der zentrale Grundbegriff ist das Thema, welches sich auf gesellschaftlich kontroverse Fragen und Probleme bezieht (Kriminalität, Arbeitslosigkeit...). Die Frage, in welchem Grad die Zuschauer(innen) von den Medien gelenkt werden und welche Instanzen (Politik, Medien, Publikum) schlussendlich darüber entscheiden, was gesendet wird, konnte noch nicht eindeutig geklärt werden.

5.5.6. DAS FELDMODELL DER MASSENKOMMUNIKATION (MALETZKE)

Kommunikation kann übersetzt werden als Mitteilung machen bzw. Wissen oder Ideen vermitteln. In den Kommunikationswissenschaften bedeutet der Begriff Kommunikation: „Eine Übertragung bzw. Vermittlung von Botschaften, Inhalten oder Bedeutungen von einem Ab-Sender (Kommunikator) zu einem Empfänger (Rezipient(innen)en) durch den Gebrauch von Kommunikationsmitteln (Zeichen- oder Symbolsysteme einschließlich technischer Einrichtungen bzw. Hilfsmittel).“ (Rusch, 2002, S.103) Grundannahme für die Durchführung dieser Forschungsarbeit ist das Feldmodell der Massenkommunikation von

Maletzke (1963, zit.n. Rusch, 2002, S.107). Dieses Kommunikationsmodell ist zwar in der allgemeinen Wirkungsforschung als umstritten beschrieben, beinhaltet jedoch die für diese Forschungsarbeit wesentlichen Komponenten wie Wirkung, Erleben und Aussage. Maletzke beschreibt in seinem Modell die Medienwirkungen zwischen den Rezipient(innen)en (R) und dem Medium (M), welches von einem Kommunikator (K) über eine Aussage (A) produziert wird. Die Rezipient(innen)en werden von äußeren Einflüssen beeinflusst (Selbstbild, Persönlichkeit...) und reagieren mit einer spontanen Antwort auf den Kommunikator, welche in der Fernseher-Zuschauerbeziehung nur indirekt möglich ist.

„Der Akt des Auswählens, das Erleben der Aussage und die daraus resultierenden Wirkungen hängen ab von der Persönlichkeit des Rezipienten, von seinen sozialen Beziehungen, von den wahrnehmungs- und verhaltenspsychologischen Eigenarten des Mediums auf der Empfängerseite, von dem Bild, das sich der Rezipient von der Kommunikator-Seite formt und von dem mehr oder weniger klaren Bewusstsein, Glied eines dispersen Publikums zu sein.“ (Maletzke, 1988, S.62, zit.n. Rusch, 2002, S.106-107)

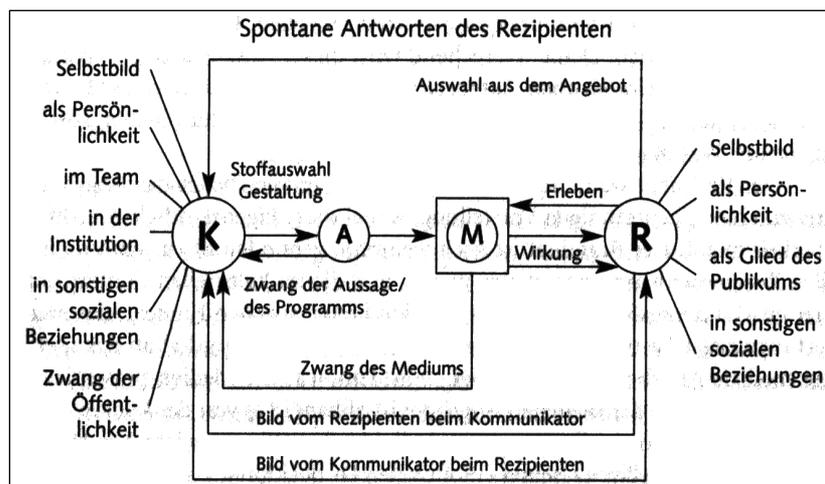


Abb. 9: Das Feldmodell der Massenkommunikation (Maletzke, 1963, S.63, zit.n. Rusch, 2002, S.107)

Dieses Modell kann keine direkte Auskunft über die Entstehung von Einstellungen liefern, jedoch dient es in dieser Forschungsarbeit als Überblicksmodell, in das sich die Modelle der Wirkungstheorien eingliedern lassen. Die Kritik an diesem Modell bezieht sich für diese Forschungsarbeit auf den Kommunikator, welcher in diesem Modell als Einzelperson dargestellt wird und nicht als Konstrukt von unterschiedlichen Mitwirkenden gesehen wird.

5.6. REZIPIENT(INN)EN UND PUBLIKUM

„Menschen sitzen auf Stühlen in ansteigenden Reihen und schauen anderen dabei zu, wie sie sich bewegen.“ (Wulf, 2002, S.573, zit.n. Florschütz, 2005, S.287)

Die Verbindung zwischen Zuschauer(innen) und dem Sporttreiben wurde schon bei autochthonen Naturvölkern vor tausenden von Jahren nachgewiesen. Die Anwesenheit bei sportlichen Handlungen hatte damals vor allem religiöse Motive (Strauss, 2002, S.151). Während die Rezipient(innen)en als einzelnes Individuum beschrieben werden, bezeichnet man das Publikum als ein hypothetisches Konstrukt oder anders formuliert, das Publikum gibt es gar nicht, d.h. das Publikum wird in der Wissenschaft durch Befragung oder technisches Messen methodisch konstruiert. Das Zuschauerphänomen im Sport liegt laut Weiß (1999, S.182) an den Formen von Leistungshandlungen bzw. sichtbaren Symbolen, die sich im Sport klarer darstellen, als in der sonstigen gesellschaftlichen Realität. Der Sport wird zu einem großen Teil auf der emotionalen Ebene rezipiert, ohne sich kompliziert verbal erklären oder begreiflich machen zu müssen. „Der Zuschauer will, dass andere handeln und sich an deren Kraft erregen, er befindet sich auf der Flucht vor sich selbst.“ (Diem, 1960,S.20, zit.n. Stollenwerk, 1996, S.18) Die Motive des Publikums lassen sich auf vier Bedürfnisse reduzieren (Opaschowski, 2000, S.74-77):

- Spaß haben
- Spannung erleben
- Geselligkeit finden
- Begeistert werden

Auch die Flucht aus dem normalen Alltag und die Ablenkung von der Arbeitswelt, wird als zentrales Motiv für die Rezeption von Sport in der „Diversion Theory“ von Sloan (1989, S.183, zit.n. Stollenwerk, 1996, S.19) erwähnt. Manipulation, Irreführung oder Beeinflussung durch die Medien, werden von den Benutzer(innen)n teilweise wahrgenommen und verstanden. Im Allgemeinen dürfte das Problembewusstsein des Publikums bezüglich Medienwirkungen jedoch ziemlich gering sein.

5.7. ZUSAMMENFASSUNG

Die Erkenntnisse dieses Kapitels werden in dem Prozessmodell der Medien-Einstellungs-Reaktionen abgebildet, welches als ein modifiziertes Konglomerat des Feldmodells von Maletzke (1963), den Komponenten der Einstellung von Rosenberg und Hovland (1960) sowie dem Konstrukt von Einstellungen nach Eagly und Chaiken (1993) zu verstehen ist. Der Kommunikator ist in diesem Fall Produzent(in) einer Botschaft, welche einen subjektiven Inhalt darstellt. Über ein Medium (z.B. Film) wird dieser Inhalt mittels technischer Hilfsmittel (medientechnisch) dargestellt aber auch manipuliert, inszeniert und verändert. Aus Sicht der Sozialpsychologie kann man das Medium nun als Einstellungsobjekt und Teil eines hypothetischen Konstrukts beschreiben, welches mit den Rezipient(innen)en in Verbindung tritt. Dieser Prozess wird als Medienwirkung dargestellt und erfolgt aufgrund von Reizen bzw. eines Stimuli. Die Rezipient(innen)en wählen bestimmte Inhalte aus und verarbeitet das Angebotene aktiv zu einer subjektiven sinnhaften Vorstellung. Die Einstellungen werden als internes System dargestellt, um Reize eines Einstellungsobjekts intern bewerten und abbilden zu können. Dabei können kognitive, affektive oder verhaltensorientierte Reaktionen indirekt beobachtet werden, welche zu einer subjektiven Form des Erlebens von erzeugten Wirklichkeiten führen. Das Feedback erfolgt indirekt über Einschaltquoten oder Leserzuschriften und wird deshalb auch als Parafeedback definiert. Dieses Modell soll noch einmal verdeutlichen, dass die Erschaffung von Einstellungen, Wirklichkeiten und Formen des Erlebens als Konstruktionsleistungen des Individuums zu verstehen sind.

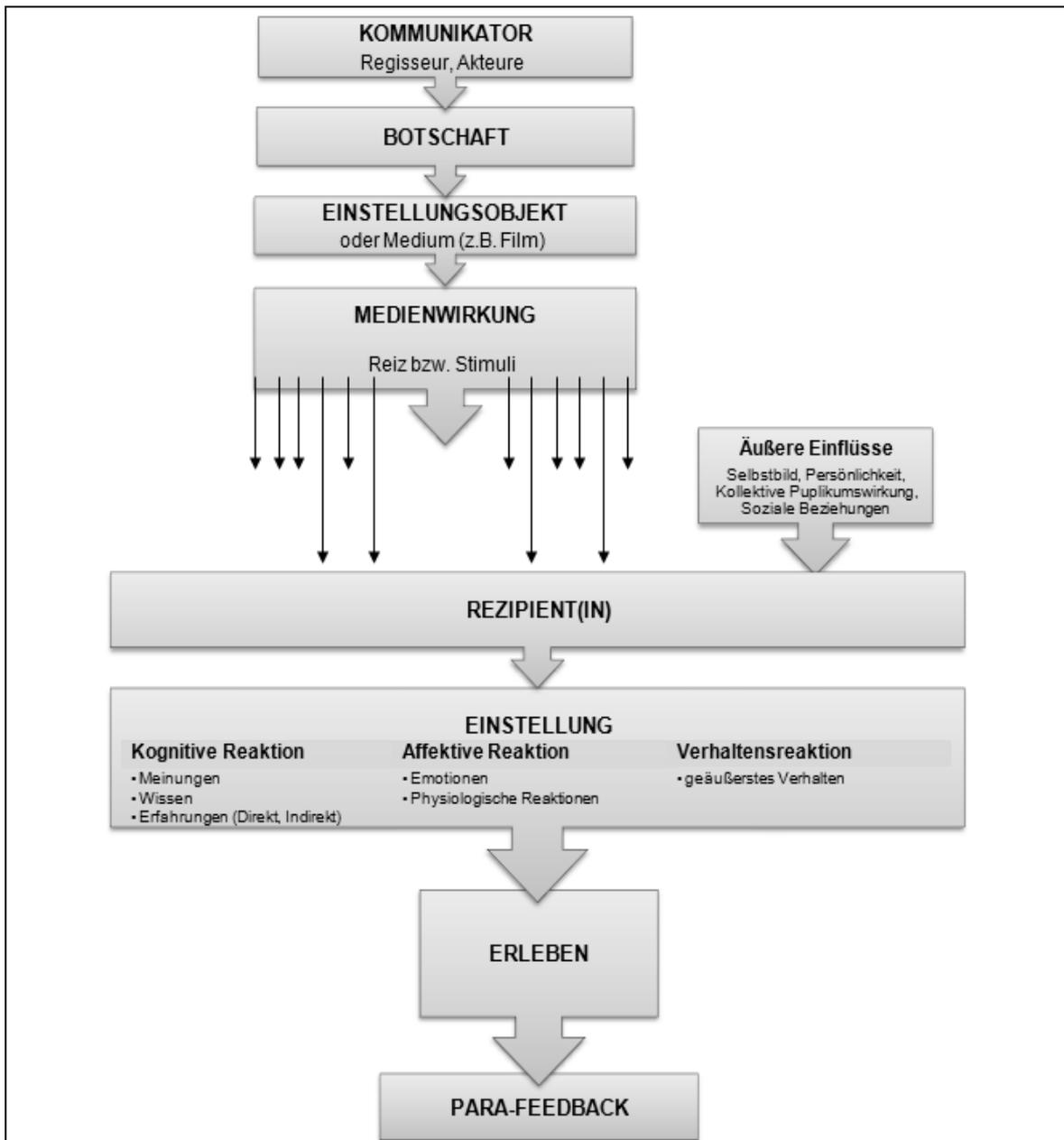


Abb. 10: Prozessmodell von Medien-Einstellungs-Reaktionen modifiziert nach Maletzke (1963, S.63, zit.n. Rusch, 2002, S.107) Rosenberg & Hovland (1960, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.98) und Eagly & Chaiken (1993, S.10, zit.n. Stroebe, 1996, S.221)

Die folgende theoretische Befunde aus der Wirkungsforschung (Bonfadelli, 2004, S.283-290) dienen als Grundlage für die weitere Interpretation von Wirkungen des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ in der empirischen Untersuchung dieser Arbeit. Sie basieren vielfach auf amerikanischen Studien und sind unterschiedlich gut abgesichert. Diese Informationen wurden speziell ausgewählt und dienen als mögliche Erklärungsbefunde für die interpretative Auswertung im empirischen Teil dieser Forschungsarbeit:

KOMMUNIKATOR:

- Je größer die Ähnlichkeit zwischen Informationsquelle und Publikum, desto attraktiver ist der Kommunikator für das Publikum.
- Je mehr ein Kommunikator als attraktiv, bekannt und glaubwürdig angesehen wird, umso weniger wird sein Verhalten als manipulierend angesehen und umso stärker ist die Tendenz der Rezipient(innen)en die Schlussfolgerung zu akzeptieren.
- Der Einfluss der Quelle ist am wirksamsten bei mehrdeutiger und unstrukturierter Information, sowie bei geringer Ich-Beteiligung.

MEDIUM:

- Halo-Effekt: Er bezeichnet die Eigenschaft der Medien, Personen Status zu verleihen, über die in den Medien berichtet wird.
- Nach Untersuchungen von Hans Matthias Kepplinger hat auch der Kamerawinkel, aus der eine Person gefilmt wird einen Einfluss auf die perzipierte Glaubwürdigkeit und Dominanz. Die Befunde sind jedoch umstritten.

AUSSAGE:

- Die Eindringlichkeit und Intensität der Sprache hat einen eindeutigen, unterscheidbaren Einfluss, als der dokumentarische, dynamische oder erzählerische Stil.
- Je stärker Aussageninhalte auf Ziele und Normen von Bezugsgruppen der Rezipient(innen)en bezogen sind, desto größer ist der Druck zur Konformität bezüglich der Inhalte.
- Neue Kommunikationsinhalte können die Rezipient(innen)en eher beeinflussen.

REZIPIENT(INNEN):

- Menschen tendieren zu selektiver Medienzuwendung
- Je umfassender und je stärker die bestehenden Prädispositionen sind, je stärker das Interesse und die Betroffenheit, desto größer ist die Selektivität bei der Nutzung und Aufnahme neuer Fakten.
- Je größer der Unterschied zwischen Inhalt der Medienbotschaft und bestehenden Einstellungen, desto geringer die perzipierte Glaubwürdigkeit des Inhalts.
- Je geringer die Intensität des Interesses an einer Thematik und je weniger persönliche Betroffenheit, desto größer die Möglichkeit der Beeinflussung.

6. SPORT UND MEDIEN

Mediensport heißt prinzipiell Spitzensport und dort vor allem Fußball, Tennis, Winter- und Motorsport. Die Konstruktionsregeln des Mediensports beziehen sich auf Nähe, Rekorde, Siege, Eliten, Konflikte, Gewalt, Personalisierung und Human Interest. Dabei zielen die Medien darauf ab, die Zuschauer(innen) möglichst nahe an das sportliche Geschehen zu bringen. Die Medien selektieren, dramatisieren und inszenieren die Sportrealität zu einer Mediensportrealität. „Dem Fernsehen gelingt, so paradox es klingen mag, die Verbesserung der Wirklichkeit.“ (Hortleder, 1974, S.78, zit.n. Scherer, 2004, S.219)

„Sportliche Wettkämpfe ziehen die Beobachter ins Geschehen hinein, entlasten sie von einer Reflexion der eigenen Befindlichkeit im Moment des Geschehens und versorgen sie mit einer angenehmen Form der Seinsvergessenheit.“ (Bette, 2004, S.18) Der Sport ist heute laut Florschütz (2005) durch die Medien überformt, mediatisiert und in dieser Form ein großes Geschäft. Er ist fixer Bestandteil der Unterhaltungsshow und wird zur Sensation stilisiert, erotisch aufgeladen und zum Boulevard-Thema gemacht. Während der Fernsehsport einen milieubildenden Faktor eines populären Geschmacks darstellt, bildet der Sportfilm den geschichtlichen Ursprung jeglichen Mediensports.

„Was wir über den Sport wissen, wissen wir aus den Medien. Sie bringen uns an den Ort des Geschehens, zeigen uns den Wettkampf, berichten über Hintergründe und lassen uns an Emotionen der Sportler teilhaben. Die Sportwelt ist mit den Medien sehr eng verknüpft: Wenn wir über Sport sprechen, beziehen wir uns fast immer auf ein Medium.“ (Knoll, 2003, S.35, zit.n. Scherzer, 2006, S.23)

6.1. DER SPORTFILM

Der Begriff des Sportfilms wird in der Literatur kontrovers diskutiert. „Nach Hoffmann sind nur solche Filme als Sportfilme zu bezeichnen, die sich thematisch mit Sport im weitesten Sinne oder mit Sportlern im engeren Sinne befassen...“ (Florschütz, 2005, S.40) Diese relativ eng gefasste Definition von Hoffmann schließt nur Dokumentarfilme und Filme über echte Sportler(innen) ein und grenzt Schauspieler(innen) aus. Florschütz (2005, S.40) beschreibt die folgende Einteilung von Sportfilmen in drei Kategorien:

- *Sport als Leitmotiv* (immer wieder auftauchendes Motiv; Narration)
- *Sport als Main-Plot* (meistens figurendeterminierend, z.B. Rocky)

- *Sport als stringenter Subtext oder als Sub-Plot* (z.B. Marathonlauf in Forest Gump; Boxen in Pulp Fiction)

Unter dem Genre des Sportfilms gibt es verschiedene Kategorisierungen (Subgenres):

- Sportdokumentationen (z.B. Am Limit)
- Filme über Sportler(innen) (z.B. Rocky)
- Sport-Dokudramen (z.B. Wilma Rudolph, die schwarze Gazelle)
- Sportfilme mit Spielfilmelementen (Sportdokumentationen mit eingeflochtenen Spielszenen)
- Spielfilme mit Sportelementen (Sport nur als Prätext, um eine Story zu dramatisieren z.B. Forest Gump)

Sportfilme thematisieren den sportlichen Wettkampf und weisen dabei vielfältigste stilistische und dramaturgische Formen auf. Sport als eine symbolische Auseinandersetzung um Fairness, Erfolg, Bewährung, Hoffnung, Macht, Siegen, Scheitern, Erfolg, Medaillen und sehr viel Geld. Aber auch die Selbstbegegnung mit eigenen Schwächen, das Überwinden von Widerständen, der Preis von Verletzungen und die Elemente der Natur sind zentrale Themen. „Sportler-Biografien eignen sich ausgezeichnet als Kinogeschichten für Sportler-Biopics, da es darin immerzu um Kampf, Aufstieg und Schicksalsschläge geht.“ (Florschütz, 2005, S.43) Auch Bette (2004, S.32) beschreibt, dass erst die Möglichkeit des Scheiterns und die direkten Konsequenzen den Extremsport von einem Routinealltag abheben und so das selbst ermächtigte Handeln symbolisch abbilden. Die Sportler(innen) gewinnen trotz sportlichen Scheiterns ein Stück persönlicher Freiheit, sowie die Möglichkeit, ihre Stimmen gegen das System zu erheben (Wulff, S.2002, zit.n. Florschütz, 2005, S.66). Pepe Danquart der Regisseur von „Am Limit“ bezieht in seiner Dramaturgie das Scheitern von Athleten ebenfalls mit ein:

„Ich finde Scheitern zeigt die Größe von Menschen, viel mehr als der Sieg und für diesen Film waren die beiden Unterbrechungen, diese Stürze, die Dramatik, die menschliche Dimension, welche sich da aufgetan hat, die Täler durch die sie gehen mussten, so viel mehr wichtig. Es ist eine durch die Realität gegebene Dramaturgie geworden, die Hollywood nicht besser hätte schreiben können. Das waren Wendepunkte in Momenten, wo man glaubt, man hat schon alles und weiß, wo es hingehet. Auch Thomas, wie er sich aus einer ausweglosen Situation heraus rettet, ist irgendwie eine Metapher für das Leben, wenn man glaubt, dass es nicht mehr weitergeht in der Liebe, in der Beziehung und sich dann wieder

heraus rettet. Das ist so beispielhaft, so visuell., so wunderbar gewesen, in dieser Situation über einen Film durch das Scheitern eine Größe zu zeigen und dann doch zu gewinnen. An das Limit gehen, heißt prinzipiell Scheitern inbegriffen. Das haben sie gezeigt. Sie haben großes Vertrauen gehabt. Sie sind an das Limit gegangen und haben in der Größe, was menschlich oder auch was sie als Brüder in den Konflikten erfahren haben, etwas geschaffen, was mehr wert ist als nur ein weiterer sportlicher Erfolg, von dem sie sowieso schon viele haben. (Film: „Am Limit“)

Florschütz (2005, S.42) erwähnt folgende vier Motivgruppen, die um den Sportfilm kursieren:

- Triumph des Underdogs
- Aufstieg und Fall von Sportler(innen)n
- Fall und Comeback von Sportler(innen)n
- Demontage von Sportstars.

Gerade im Abenteuer- und Risikosport werden Nebensportarten präsentiert, in denen sich Außenseiter(innen) mittels ihrer Leistung sozial sichtbar machen. Dieses Prinzip ist auf den American Monomyth zurückzuführen, in welcher sich die gesellschaftlichen Außenseiter(innen) über das Forum des Leistungssports in die amerikanische Gesellschaft integrieren können. Auch eignen sich Abenteuer- und Risikosportarten für die Dramatisierung, da es meist um keine Mannschaftssportarten handelt. Extremsport wird meist von Außenseiter(innen)n und Einzelgänger(innen)n betrieben, die sich über eine Subkultur jenseits des bürgerlichen Seins definieren. Den Zuschauer(innen)n fällt es leichter sich mit einzelnen Sportler(innen)n zu identifizieren, als mit einer ganzen Mannschaft (Florschütz, 2005, S.52). Der Extremsport wird als Gegenentwurf zu einer repressiven Gesellschaft genutzt und die Betrachter(in) erhält einen traumhaften Einblick in die gefährvolle und fremdartige Welt. „Der Sport dient hier als Forum für radikale Freiheit die in der bürgerlichen Welt mit ihren Beschränkungen und Ängsten verwehrt blieb.“ (Florschütz, 2005, S.70) Diese radikale Freiheitsidee führt im Extremfall bis hin zum selbstgewählten Freitod. Sie wählen als Einsatz keinen Pokal, kein Preisgeld, sondern ihr Leben und spiegeln damit eine Gesellschaft aus bigotten Bürger(innen)n, die es sich in ihren Sicherheitsschlössern bequem eingerichtet haben und sich danach sehnen, die Banalität ihres Alltags zu überwinden.

„Es gibt nur ein wirklich ernstes, philosophisches Problem; den Selbstmord. Die Entscheidung, ob das Leben sich lohne oder nicht, beantwortet die Grundfrage der Philosophie“ (Camus, 1997, S.10, zit.n. Florschütz, 2005, S.72)

6.1.1. GESCHICHTE UND ENTWICKLUNG DES SPORTFILMS

Der Sportfilm konnte natürlich erst nach der technischen Revolution des bewegten Bildes und der Entwicklung des Films im 19.Jahrhundert entstehen. Heute gilt das Fernsehen als Leitmedium. Ähnlich wie der Western und der Science-Fiction-Film zeigt laut Florschütz (2005, S.45) auch der Sportfilm einen phasenartigen Verlauf hinsichtlich seiner geschichtlichen Entwicklung:

Tab. 5: Entwicklung des Sportfilms

1920	Frühe Sportfilme in der Stummfilmzeit
1940-1950	Entwicklung eines eigenständigen Filmgenres mit Überlappung
1930-1980	Adulte Phase des Sportfilms und Ausdifferenzierung des Genres
1980-1990	Phase der Dekonstruktion und Demontage in vielen Sportfilmen (Sportler(innen)biographien), Demontage des Starkults von Sportler(innen)n

Quelle: Florschütz (2005, S.45)

6.1.2. SPEZIELLE ASPEKTE DES KINOS

Der Sportdokumentarfilm „Am Limit“ wurde wie anfangs erwähnt in den Kinos des deutschsprachigen Raumes ausgestrahlt, deshalb erfolgt in diesem Kapitel eine kurze Thematisierung der speziellen Aspekte des Kinos. Da das Fernsehen als Medium jederzeit zugänglich ist und wenig Aufwand erfordert, ist eine Unterscheidung zwischen Kino und privatem Fernsehen in jedem Fall erforderlich. Das Kino ist mehr als nur Film, es handelt sich um ein spezifisches Raumerlebnis. Man taucht ein in den Kinosaal und genießt höchsten Komfort und ein Optimum an Technik (Arns, 2000, S.16). Das Kinopublikum sucht also vor allem die großen, emotionalen Erlebnisse (Hickethier, 2003, S.264) und steht somit in einer direkten Konkurrenzsituation zum Sport (Opaschowski, 2000). Die Zuschauer(innen) müssen einen Film wählen, das Kino aufsuchen und Eintritt bezahlen. Diese Barriere-Überwindung führt zu einer erhöhten Aufmerksamkeit und wird allgemein als Kinoerlebnis beschrieben. (Hickethier, 2003, S.263) Die Entwicklung von einem öffentlichen Lichtspielhaus, wo während des Films gespeist, gefeiert und geredet

wurde, hin zu einem regungslos-sitzenden und still-verfolgenden Kinopublikum, verweist doch auf starke kollektive Disziplinierung während des Kinoerlebnisses innerhalb eines Zeitraumes von ein paar Jahrzehnten.

„Beim Kino handelt es sich um eine Veranstaltung, bei der sich viele Menschen in einen öffentlichen Raum begeben. Teilweise zu Hunderten sitzen sie in einem Raum etwa zwei Stunden lang und schauen gebannt auf eine Leinwand, während von einem Projektor hinter ihnen Licht und Schatten auf diese Leinwand projiziert werden. Um diese Licht- und Schattenbewegungen zu sehen, sitzen sie bei völliger Dunkelheit diszipliniert in engen Sitzreihen, bewegen sich nicht und sehen sich Bilder von Menschen und Dingen an, die sich teilweise sehr heftig auf dieser Leinwand bewegen.“ (Hickethier, 2003, S.187)

6.2. BILDINSZENIERUNG UND AUFBAU DES FILMS

Die Voraussetzung, um ein Medium zu erzeugen ist die Anwendung von technischen Prozessen. Das Bild, der Ton oder der Schnitt benötigen für deren Entstehung spezielle medientechnische Verfahren, Apparaturen und einen Energieeinsatz (Hickethier, 2003, S.29). Ausgangspunkt ist das Manuskript von den Drehbuchautor(innen)en um die Handlung festzulegen. Die Filmfabrik bildet mit dem Atelier, den Werkstätten und der Technik die organisatorische Einheit. Die Regisseur(innen)e entwickeln aus dem Drehbuch den Drehplan und legen die Aufnahmen fest. Die Szenen werden mit den Schauspieler(innen)n geprobt und schließlich aufgenommen. Zum Schluss wird die Aufnahme montiert, geschnitten und mit Titel und Vorspann versehen. Diesen Prozess der arbeitsteiligen Filmproduktion unterteilt man in die drei Phasen der Stoffentwicklung, Projektentwicklung und Produktion (Hickethier, 2003, S.169). Im folgenden Text erzählt Pepe Danquart im „Making of“ über die verschiedenen Besonderheiten seiner Filminszenierungen:

„Ich habe einen der weltbesten Kameramänner als Director gehabt. Ein Freund von mir, der auch schon viele Filme mit mir gemacht hat – Wolfgang Thaler. Ein großartiger Kameramann, der die gesamte Bildgestaltung übernommen hat. Er brauchte aber extreme Kameraleute um in diese Wand hineinzugehen. Er fand sie einerseits in der Kletterwelt, bei Leuten, die in diesem Schwierigkeitsgrad klettern können und sich auch beruflich orientieren, und andererseits an der Filmschule in Berlin bei einem Studenten, der ebenfalls Weltspitze klettert, aber dort Kamera studiert. In dieser Kombination und im Lernen aus der Erfahrung von Wolfgang Thaler wurden die Sachen immer wieder angesehen und verbessert.

Die Kameraleute wurden wieder in die Wand geschickt, es wurden ihnen Tipps mitgegeben oder die Kamera-Auflösung besprochen. Ich wollte zum Beispiel eine Parallelfahrt an der senkrechten Wand nach oben machen, da haben sie Seilzüge gebaut und einen Kameramann als Gegengewicht verwendet, um die Kamera nach oben zu fahren. Sie haben sich Stelzen gebaut, damit sie sich von der Wand wegdrücken konnten und ich sozusagen aus dem Nichts heraus auf diese Wand drehen kann. Um den Kran nach oben zu bringen, hatte ich einen der besten Crew-Leute, Wolfgang Franke, aus Berlin mitgenommen, der mir einen Kran in einer völlig ausweglosen Situation in schwindelerregender Höhe aufbauen konnte. Ich hatte einen Ton-Mann der Spezialantennen in diese Wand einbaute, so hatte ich Direktkontakt und konnte fast Dialogschnitt in einer senkrechten Wand machen. Alles das gab es bisher nicht. Aufgrund dieser Art von außergewöhnlichen Mitarbeitern, die so eine Passion hatten, die alle an ihr persönliches Limit gegangen sind, sind eben auch so außergewöhnliche Dinge entstanden.“ (Film: „Am Limit“)

Die Bilder des Sports in den Medien können als „Sport in den Medien“ verstanden werden. Diese Neukonstruktion erfolgt mit den verschiedensten technischen Apparaturen um eine Dramatisierung und Ästhetisierung des Ursprungsmediums zu erzielen.“ Weil der Film das Abzubildende in wechselnden Kameraeinstellungen zeigt, geht er über eine Imitation der menschlichen Wahrnehmung hinaus und schafft eine Art Omnipotenzgefühl gegenüber dem Gezeigten, weil er durch den Film scheinbar Zeit und Raum beherrscht (Hickethier, 2003, S.29). Die Grundlage der Bildinszenierung im Mediensport bildete die Veränderung von Raum und Zeit der Handlungen. Dabei werden folgenden Konstruktionsmittel unterschieden:

Bildausschnitt:

Mit unterschiedlichen Objektiven können verschieden Bildinhalte erzeugt werden. Man unterscheidet dabei Totale, Halbtotale, Großeinstellung, Nah-Aufnahme oder Close-Ups. Die Möglichkeiten des Bildausschnitts hängt von der Anzahl der Kameras und von den Kamerapositionen ab (Horky, 2009, S.94-95). Wenn die Zuschauer(innen) ein Gesicht sehr nahe sehen, sind sie gleichsam dem Menschen sehr nah – wenn sie Menschen nur als kleine Figuren in der Landschaft sehen, wissen sie, dass diese weit entfernt sind (Gast, 1993, S.16, zit.n. Bohnsack et al. 2003, 62).

Bildbewegungen:

Darunter fallen einerseits das Zoom und andererseits die Kamerabewegung (Schwenken). Durch Heranzoomen, Wegzoomen, Horizontalschwenken,

Vertikalschwenken, Reißschwenken kann man eine eigene Bilddynamik zu erzeugen (Horky, 2009, S.94-95).

Bildgeschwindigkeit:

Darunter versteht man die Veränderung der Zeitstruktur eines Mediums, wie Zeitlupeneinstellung (Slowmotion, Superslowmotion) oder Zeitraffer. Generell ändert sich bei der Veränderung der Geschwindigkeit die allgemeine Bewegungsvorstellung. Schnelle Bewegungen wirken dabei langsamer (z.B. Formel-1-Rennwagen) und langsame Bewegungen (Slow-Motion-Aufnahme) schneller und dynamischer (Horky, 2009, S.94-95).

Kameraperspektive:

Im Film wird selten die Perspektive des menschlichen Blicks verwendet. Die Perspektive bestimmt, was gezeigt werden soll. Man unterscheidet Normalsicht (Augenhöhe eines Erwachsenen), Untersicht (Froschperspektive) und Aufsicht (Perspektive von einer erhöhten Position) (Bohnsack, 2003, S.63).

Kamerabewegung:

Die Kamerabewegung erfolgt über tragbare Kameras, Schienenkameras, Krankameras, Sky- oder Flycams (Horky, 2009, S.94-95).

Spezialkameras

Als Spezialkamera des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ könnte man die Kameraeinstellung nennen, bei der ein Kameramann sich mit Stelzen von der senkrechten Wand abstützt oder den Flaschenzug, in der die Kamera eine vertikale Bewegungsfahrt an der Seite der kletternden Person absolviert.

Spezialeffekte:

Der Begriff der Spezialeffekte ist nur schwer abgrenzbar. Laut Horky (2009, S.94-95): kann auch der Einsatz von Musikuntermalung von Bildern als Spezialeffekt gewertet werden. Klassische Spezialeffekte aus fiktiven Filmen sind z.B. computerprogrammierte Effekte.

Bildschnitt und Bilderfolge:

Durch das Zusammenschneiden von Bildsequenzen wird eine eigenständige Dramaturgie bzw. Spannungssteigerung erzeugt (Horky, 2009, S.94-95). Die Filmemacher(innen) konstruieren dadurch eine bestimmte Lesart (Bohnsack, 2003, S.63).

Licht:

Die Lichtgestaltung ist einer der wichtigsten Arbeitsbereiche im Film. Mit Licht werden Stimmungen und Atmosphäre erzeugt. Dabei unterscheidet man die natürliche Lichtquelle (Sonnenlicht) und künstliche Lichtquellen (Bohnsack, 2003, S.63).

Filmmusik/Geräusche/Ton:

Die Akustik dient nicht nur der atmosphärischen Verdichtung, sondern hat auch eine sinntragende Funktion. Man unterscheidet in der Gesamtheit des Sounds zwischen atmosphärischem Ton, Originalgeräuschen und Effektgeräuschen. Die Musik nimmt eine Sonderstellung für dramaturgische Effekte ein (Bohnsack, 2003, S.64). Sound indiziert aber auch Bewegung. Was wir auditiv wahrnehmen, sind kinetische Ereignisse in der akustischen Spezifität ihres physikalischen Bezugssystems z.B. das Aufschlagen der Hand am Fels, das Knarren des Seils unter Spannung, die Reibung des Kletterschuhs auf dem Felsen oder der Schrei von Athlet(innen)en. Akustische Phänomene liefern den Zuseher(innen)n Informationen über physikalische Eigenschaften und dynamische Einflussgrößen von Formen, Geräten, Körperteilen und auch kinetischen Zuständen (Hotz, 2000, S.70).

Bildkomposition:

Die Bildkomposition umfasst alle Codes, die innerhalb einer Einstellung wirksam sind (Licht, Farbe, Schauplatz, Kameraanordnung, Kamerabewegung...)(Bohnsack, 2003, S.63).

Kommentare:

Kommentare im Hintergrund unterstützen die Veranschaulichung und erzeugen emotionale Stimmungen, wodurch die bewusste Orientierungsgrundlage weiter differenziert und auch ein weiterer Unterhaltungswert produziert wird. Sie liefern neben der bildlichen Darstellung eine textliche Ebene und können direkten Einfluss auf die Wahrnehmung von Zuseher(innen)n nehmen. Gerade der Sportkommentar ist emotional stark aufgeladen (Kroppach, 1970, zit.n. Schierl, 2007, S.220) und versucht die Rezipient(innen)en auf der affektiven Ebene zu erreichen.

6.3. SPEZIELLE ASPEKTE DES MEDIENSPORTS

6.3.1. ÄSTHETISIERUNG IM MEDIENSPORT

Die Ästhetik ist ein zentraler Moment der Faszination des Sports (Gumbrecht, 2005, S.27). Die Voraussetzung dafür ist die Folgenlosigkeit der Tätigkeit für die alltägliche Praxis, wie sie in der Kunst zu beobachten ist. Ästhetik ist nach einer solchen Auffassung demnach nicht im Objekt selbst, sondern im ästhetischen Erleben von Rezipient(innen)en oder von Sportler(innen)n verankert. Eine Reihe von empirischen Untersuchungen hat gezeigt, dass es bestimmte Präferenzen bezüglich visueller Aspekte gibt, was von Rezipient(innen)en als ästhetisch oder nicht-ästhetisch empfunden wird (Schierl & Ludwig, 2007, S.99):

- Tendenz zur einfachen Form/Struktur
- Mindestmaß an Negentropie (Abweichung)
- Unerwartet /unwahrscheinliche Konstellation
- Dominanz nicht verbalisierbarer, visueller Information
- Kontextueller bzw. kultureller Bezug

Die Sport- und Medienmärkte sind durch einen hohen, ökonomischen Wettbewerb gezeichnet. Die Ästhetisierung als Marketingstrategie stellt für die Medien und den Sport eine Möglichkeit der Produktdifferenzierung dar. Gerade die ästhetischen und emotionalen Zusatzinformationen liefern einen Mehrwert für die Rezipient(innen)en und fördern so den Unterhaltungswert einer Sportart auf qualitativer und profilbildender Ebene. Ästhetisierung ist im Sport zu einem großen Teil visuell geprägt und lässt sich in die Mikroperspektive der Sportler(innen), Mesoperspektive von Veranstalter(innen)n und Makroperspektive der Sportmedien differenzieren.

Tab. 6: Ästhetisierungsbereiche im Mediensport

Primär endogene Ästhetisierung	Mikroebene (Sportakteur(innen)e)	Physiognomie / Körperlichkeit
		Technik / Bewegungsabläufe
		Mimik / Gestik
		Kleidung / Outfit / Styling
	Mesoebene (Veranstalter(in))	Corporate Design / Werbung / PR
Primär exogene Ästhetisierung	Makroebene (Mediensport)	Bild
		Grafik

Quelle: Schierl (2004, S.148)

Dabei verwenden die Sportler(innen) die Ästhetisierung in sportbezogenen Bewegungen, inszenierten (nichtsportbezogenen) Handlungsweisen oder in der Sportbekleidung um sich von der Konkurrenz abzuheben und ihren Marktwert zu steigern. Auch die erotische Ästhetisierung in Form von Bekleidung und durchtrainierten Körpern ist im Sport eine wesentliche Komponente, welche durch Inszenierung von Sportlern(innen) oder Medien verstärkt wird.

„Der professionelle Sport ist für die Ästhetik schon deswegen zentral, weil er ein öffentliches Schauspiel bietet, das nicht zuletzt wegen seiner ästhetischen Reize veranstaltet wird. Wer das Verhältnis zwischen der Lust an sportlicher Betätigung und der Lust an ihrer Betrachtung studieren will, sollte sich an den professionellen Sport halten.“ (Seel, 1993, S.92, zit.n. Florschütz, 2005, S.160)

Die Ästhetisierung lässt sich aber nicht nur durch die Handlungen der Sportler(innen) verstärken, sondern auch mittels einer zielorientierten Inszenierung über Medien. Bildbearbeitung, Graphik, Sound und Kommentar liefern stilistische Werkzeuge um den Blick der Betrachter(innen) auf eine verstärkt-ästhetische Perspektive zu lenken. Man denke nur an die Zeitlupeneinstellung einer Sportszene, den Kommentar eines Fußballspiels oder die Hintergrundmusik eines Snowboard-Videos. Durch eine schnelle Bildfolge, unterschiedliche Perspektiven, Einblendungen oder auch durch Zeitlupeneinstellungen werden eine hohe Dynamik und ein dramatischer Mehrwert erzeugt, der das Wirken einer Sportart aufgrund von ästhetischen Mitteln beeinflusst. Die dafür benötigten technischen Methoden, wurden im Kapitel 6.2 bei der Bildinszenierung schon näher erklärt. In der Medienanalyse spricht man von dem Erkennen von filmischen Zeichen und Codes, welche ein breites kulturelles Wissen voraussetzen. Gerade der Körper bzw. die Gestik und Mimik werden für die Vermittlung von emotionalen Zuständen und inneren Befindlichkeiten verwendet. Auch Geräusche oder Musik können als Zeichen verstanden werden.

„Das fotografische und filmische Bild von der Wirklichkeit ist ein Konglomerat von Zeichen, nicht mehr... Die mediale Technik (das technisch-apparativ entstandene Bild) macht aus einem gesehenen Realitätsbild ein mediales Bild, das schon bei dieser Transformation Zeichencharakter besitzt. Innerhalb dieser ikonischen Zeichenebene sind jedoch auch Zeichen vorhanden, die symbolisch sein können... In der Medienanalyse wird oft von einem konventionellen Gebrauch ästhetischer Mittel gesprochen, gemeint ist dann, dass bestimmte ästhetische Formen häufig eingesetzt werden, so dass sie als bekannt vorausgesetzt werden können.“ (Hickethier, 2003, S. 61-67)

Die Ästhetisierung liefert für die medienrelevanten Sportarten zwar einen ökonomischen Mehrwert, wird aber gleichzeitig zur Barriere für Sportbereiche, die sich nicht in die gewünschte Norm eingliedern können. An dieser Stelle sei der Behindertensport erwähnt, welcher auf mediale Öffentlichkeit angewiesen ist, um seine gesellschaftlich-wichtigste Funktion, die Integration von Behinderten, zu erfüllen. Gerade dieser Themenbereich wird in den Medien bis jetzt noch sehr wenig behandelt, da der Behindertensport die ästhetischen Kriterien der Medien wie z.B. Erotik, Attraktivität und Identifikation nur teilweise erfüllt.

6.3.2. DRAMATURGISIERUNG

„Obwohl die Dramaturgie als fiktives Element dem Schauspiel- und Theaterbereich zuzuordnen ist, versucht das Unterhaltungsfernsehen einen Spannungsbogen über die Handlungen des Sportgeschehens zu implementieren. Die Protagonisten werden von Kommentatoren und Printmedien emotional zu Helden erklärt. Ganze Wettkämpfe werden als Krimis, Dramen, Schicksalsspiele oder Horrorszenarien hochstilisiert und tragen in der (Vor)Berichterstattung theatrale Titel wie „Eine Frage der Ehre“, „Die Rache des Bruders“ oder „Die Stunde der Wahrheit“. „ (Schauerte & Schwier, 2004, S.169)

Die Inszenierung kann unter diesem Aspekt auch als eine Form der Dramaturgie verstanden werden (Scherer, 2004, S.218). Eine wesentliche dramaturgische Szene in dem Sportdokumentarfilm „Am Limit“ stellt die am Anfang schon erwähnte Traum-Szene dar. Dabei wurde ein fiktiver Sturz von den beiden Brüdern inszeniert und im Film so dargestellt, als würden sie in die Tiefe stürzen. Die ganze Szene wurde als Traum dargestellt, wodurch der Umgang mit Ängsten verdeutlicht werden soll.

6.3.3. KÖRPERINSZENIERUNG

Auch wird der Körper immer wieder im Kontext von Natürlichkeit und als Symbolträger gegen die Entfremdung einer sich mechanisierenden Welt verwendet. Gerade der Sport bietet der Körperinszenierung und einer sentimental-natürlichen Ideologie eine Bühne. Während ein Großteil der Bevölkerung von Zivilisationskrankheiten wie Herz-Kreislaufproblemen, Übergewicht, Diabetes oder Rückenschmerzen betroffen ist, bildet sich eine rausch-süchtige Gegenkultur in den Extrem- und Abenteuersportarten, in der dem Körper scheinbar keine Grenzen gesetzt sind. Der Erlebnissport bietet eine

Aufwertung des Körpers bis hin zum Körperkult, entgegen dem Trend des Verschwindens des Körpers aus unmittelbaren Produktions- und Lebensprozessen. Diese Thematik wird von den Idolen des Risiko- und Abenteuersports aufgegriffen und ist als Reaktion auf die Zivilisierung unserer Körperlichkeit zu verstehen. Eine Spektaklisierung der Gesellschaft steht in Zusammenhang mit der symbolischen Darstellung von Körper und Sinnlichkeit, welche im Sport höchste Aufmerksamkeit erhalten. (Florschütz, 2005, S.1)

„Man glaubt weiter an die Unendlichkeit und Allmacht der Natur, weil man sein illusionäres Ziel nie erreichen kann, und genau dieses Nichterreichen-Können der Illusion gehört zur Reproduktion der Natürlichkeitsillusion z.B. per Extremsport... Die Suche nach der wirklichen Wirklichkeit, nach der echten Natur kann – wie bei Brecht – die Form annehmen, dass man einen noch nicht verregelten und in diesem Sinne brutalen, ungesunden und natürlichen Sport als den eigentlichen Sport... völlig illusionär zurückfordert.“ (Caysa, 1998, S.122, zit.n. Ränsch-Trill, 2000, S.122)

6.3.4. IDENTIFIKATION

„Das außer-alltägliche Handeln der Wenigen ist zum Vorbild für die Ergebnisgestaltung der Vielen geworden.“ (Bette, 2004, S.8)

Der Begriff stammt aus der Psychoanalyse und bezeichnet die Gefühlsbindung an eine andere Person (Freud, 1971, S.44, zit.n. Bonfadelli, 2004, S. 209) bzw. sich in die Sichtweise und Handlungsziele der Sportakteur(innen)e hineinzusetzen und sie mindestens für die Dauer der Rezeption zu übernehmen. Auf die Mediensituation umgelegt, würde dies bedeuten, dass Rezipient(innen)en das Bedürfnis haben, so zu sein wie andere Personen auf der Leinwand bzw. dem Bildschirm. Diese Identifikation findet vor allem dann statt, wenn einerseits das Vorbild die Bedürfnisse und Wünsche von Rezipient(innen)en befriedigt bzw. auch verstärkt, oder andererseits wenn das Leben der Person eher erfolglos verläuft und sie mit der Identifikation ihren eigenen Status heben möchte. Gerade bei Kindern, die in unbefriedigenden familiären Verhältnissen aufwachsen, wurde in Studien eine starke Identifikation mit Fernsehfiguren festgestellt. In der Theorie wird das Konzept der Identifikation relativ unscharf verwendet, wodurch nicht klar wird, ob es als Endprodukt, emotionaler Zustand oder als Effekt angesehen werden kann (Bonfadelli, 2004, S.210). Florschütz geht davon aus, dass die passive Teilnahme am Sport über eine bloße Identifikation hinausgeht, insofern es sich um eine symbolische Wiedererzeugung der Gesellschaft handelt. „An ihren Helden erkennen sie alle wichtigen

Eigenschaften der Gemeinschaft. So werden die Athlet(innen)en von einem Speicher der sozialen Motorik zum Musterexemplar der nationalen Eigenschaften. Der Körper ist nicht nur ein Bild, sondern die Verkörperung besonderer Qualitäten.“ (Gebauer, 2002, S.165, zit.n. Florschütz, 2005, S.5)

6.3.5. PARASOZIALE INTERAKTION

Im Gegensatz zur interpersonalen Kommunikation fehlt bei der Massenkommunikation die direkte Interaktion zwischen den Gesprächspartnern. Die Medienbotschaft wendet sich nicht an einzelne Individuen, wenngleich die audiovisuelle Illusion den Hörer(innen)n und Seher(innen)n eine soziale Nähe vortäuscht, welches man als *parasoziale Interaktion* beschreibt. Dabei identifizieren sich die Zuschauer(innen) nicht so stark wie angenommen, sondern verhalten sich gegenüber Personen aus den Medien wie Freunde. Das Fernsehen erweckt bei den Mediennutzer(innen)n das Gefühl einer Illusion von persönlicher Nähe und Intimität, ohne aber eine persönliche Verpflichtung, einen Aufwand, ein Risiko, einen Zwang oder eine Verantwortung einzufordern. „Der Rezipient nimmt die Medienbotschaft auf und gibt seine Vorstellung über ein Para-Feedback (Vermutete Zuschauererwartung) an die Redaktion der Sender zurück...“ (Florschütz, 2005, S.176) Es wird davon ausgegangen, dass das Para-Feedback die Ursache einer zunehmenden Entertainisierung, Sensationalisierung und Spektaklisierung des Mediensports ist. Eigentlich sind die Bedürfnisse und Motive der Rezipient(innen)en nur Vermutungen, d.h. man geht davon aus, dass Zuseher(innen) diese Entwicklung befürworten und fördern. Diese Zuschauerwünsche werden aber in der Regel aus ökonomischen Gründen nicht wissenschaftlich falsifiziert.

7. DAS PHÄNOMEN DES ABENTEUER- UND RISIKOSPORTS

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der sogenannten Erlebnis- und Risikogesellschaft und erfasst die Zusammenhänge zwischen dem Phänomen des Abenteuer- und Erlebnissports und den Medien. Was aber ist ein *Erlebnis* genau? Während der Begriff Leben den gewöhnlichen Ablauf des Individuums beschreibt, hat das Erlebnis den Charakter des Außergewöhnlichen. Jedoch kann ein Erlebnis nicht einfach passiv konsumiert werden, sondern unterliegt einem aktiven Konstruktionsprozess.

„Erlebnisse werden nicht vom Subjekt empfangen, sondern von ihm gemacht. Was von außen kommt, wird erst durch Verarbeitung zum Erlebnis.“ (Schulze, 1992, S.44, zit. n. Dieckert, 2002, S.233)

Abenteuer im Sport können als länger andauernde, ausgangsoffene und zum Teil gefährvolle Unternehmungen verstanden werden. Schleske (1977, S.33, zit.n. Neumann, 2002, S.237) benennt drei Erlebnismerkmale, die für den *Abenteuersport* zentral sind:

- Das Erleben von etwas Neuem und Fremden.
- Das Erleben von verschiedenen Formen des Überraschenden.
- Das Erleben von etwas mehr oder weniger Gefährlichen.

Der *Risikosport* definiert Sportarten, wo eine erhöhte Lebensgefahr, im Vergleich zu Abenteuer- und Erlebnissport vorliegt (Bässler, 1997, S.55, zit.n. Rottensteiner, 2007 S.51) und wird in der Fachliteratur auch dem Wagnissport untergeordnet.

„Im sportlichen Wagnis wird selbsttätig eine unsichere Situation aufgesucht und mit Hilfe der eigenen Fähigkeiten bewältigt. Dem gegenüber weist die Bezeichnung Risikosport auf eine höhere Gefährlichkeit der betreffenden Sportart hin.“ (Neumann, 2002, S.237)

Der *Extremsport* beinhaltet, dass der Sportler(innen) sich an der Grenze seiner individuellen Leistungsfähigkeit bewegt (Breuer/Sander, 2003, S.41, zit.n. Rottensteiner, 2007 S.51) und sich bei der Ausübung seiner Sportart an sehr ausgesetzten Standorten bewegt. (Egner, Kleinhans, 2000, S.62, zit.n. Rottensteiner, 2007 S.51)

Extrem-/ Risikosport beinhaltet außerordentliche körperliche Strapazen, ungewohnte Körperlagen und körperliche Zustände, einen ungewissen Handlungsausgang, sich ändernde Situationsbedingungen und lebensgefährliche Aktionen...“ (Allmer, 1998, S.62; zit. n. Neumann, 2002, S.235)

„Für einen spaßorientierten Umgang mit Angst und Unsicherheit bietet sich der Sport geradezu an, weil es in diesem Handlungsfeld nicht um die Bearbeitung gesellschaftlich brisanter Problemfelder wie Ökologie, Arbeitslosigkeit, Terrorismus oder Übermilitarisierung geht. Die Risiken, die Menschen im Sport zu bewältigen trachten, sind Luxusrisiken, denen sie sich in ihrer Freizeit stellen oder die Profis zum Amüsement einer abenteuerinteressierten Zuschauer- oder Leserklientel im Rahmen ihrer Berufsrollen stellvertretend eingehen.“(Bette, 2004, S.20)

Opaschowski (2000) beschreibt das Zeitphänomen des Abenteuer- und Erlebnissports als eine *Flucht vor der Langeweile und Routine*. Diese Langeweile oder Reizarmut ist grundsätzlich eine Ursache von westlichen Zivilisationserrungenschaften und wird auch von Bette (2000, S.16) als Kehrseite von Sicherheit, Routine, Handlungsentlastung und Systemvertrauen beschrieben. Langweilten sich früher die Fürsten, während das Volk in Arbeit versank, so sind es heute die Top-Manager(innen) und Politiker(innen), welche Burnout gefährdet sind. Das Verhältnis hat sich umgekehrt und so sind es oft Personen aus mittleren, sozialen Schichten, die nach ihrem scheinbar sinnentleerten Job das Erlebnis in der zunehmenden Freizeit suchen.

„Risikoakteure sitzen an einer Tafel, an der sie nicht sitzen möchten... aber sie profitieren in einer subtilen Weise von der Existenz dieser Tafel.“ (Bette, 2004, S.123)

Die Risikogeneration kennt keine Kriegs-, Nachkriegs- oder ökonomische Notzeiten. Sie hat nie unter Hunger, Durst oder Kälte gelitten. Dort wo der Alltag keine Herausforderungen an Körper, Leib und Seele bietet, werden künstliche Strapazen erschaffen.

„Ich sitz jeden Tag in der Bank. Ich hab nichts weiter zu tun, als den Leuten die Ohren voll zu quaken, möglichst steril auszusehen und nett zu sein. Am Wochenende power ich mich aus.“ (Der Spiegel, 1993, Nr. 34, zit.n Opaschowski, 2000, S.105)

Die Arbeitswelt bietet offensichtlich kein „Spannungsfeld für Kämpfer(innen)“, denn Abenteuersportler(innen) keine Rente sondern Beute. Einseitig gefordert und unausgelastet flüchten sie sich in außerberufliche Grenzbelastungen. Keine Arbeitgeber(in), keine Tarifverhandlung oder Gewerkschaft wäre in der Lage, solche Grenzleistungen im Beruf zu fordern. Auch die Routine einer funktional differenzierten Gesellschaft bietet kaum Freiräume der Selbstermächtigung. Das Leben in der Gesellschaft ist organisiert und reguliert:

„Menschen werden demzufolge in Spezialeinrichtungen geboren, gepflegt, vermessen und registriert. Sie durchlaufen Organisationen, in denen sie beschult und gebildet werden, ihre Arbeit verrichten, in denen sie rechtlich kontrolliert und sanktioniert, religiös geprägt, künstlerisch informiert oder militärisch unterwiesen werden. Selbst das Ende der Individuen unterliegt strengsten organisatorischen Regeln. Wenn Menschen sterben, ziehen hierauf spezialisierte Einrichtungen ihre Körper klinisch-sauber für eine diskrete Entsorgung aus dem Verkehr. (Bette, 2004, S.24)

In einer Gesellschaft, in der das Handeln des Einzelnen von Institutionen geleitet und eingeschränkt wird, bekommen die Abenteuerhelden mit ihren spektakulären Aktionen den Stellenwert einer mangelnden Ressource. Sie zeigen, dass Subjekte noch nicht gänzlich tot sind und ein eigenmächtiges Handeln in einer organisierten und reglementierten Gesellschaft immer noch möglich ist. Ein weiterer Aspekt des Risikosports ist die *Bewältigung von Grenzsituationen* und Angst. „Der Erfolgsautor Stephen King kann sich angeblich nicht erklären, warum die Leute bereit sind viel Geld dafür hinzublättern, dass man ihnen extremes Unbehagen bereitet (Apter, 1994, S.92, zit.n. Opaschowski, 2000, S.118). Die Devise lautet Mut zum Risiko und Mut, sich seinen eigenen Ängsten zu stellen. Gerade beim Klettern bedeutet jede einzelne Kletterbewegung eine symbolhafte Verwandlung von Unsicherheit in Sicherheit. Auch stellt der Abenteuer- und Risikosport eine *Wiederbelebung des Körpers* und der Sinne dar, weil die Bewegungen des Körpers im mechanisierten Alltag an Bedeutung verlieren.

„Menschen werden bewegt, ohne sich selbst bewegen zu müssen... und wo Hochhäuser mit Treppen und Aufzügen eine Bewältigung der Vertikale ermöglichen, macht es zunächst wenig Sinn, an der Außenhaut der Gebäude empor zu klettern und dabei Kopf und Kragen, sowie eine anschließende polizeiliche Verhaftung zu riskieren. (Bette, 2004, S.73-104)

7.1. MEDIENASPEKTE VON ABENTEUER- UND RISIKOSPORT

1999 wurde die Eiger-Nordwand vor laufender Kamera bestiegen. Es wurden Helmkameras und Mikrofone bei den Bergsteiger(innen)n angebracht, sodass jedes Schnaufen und jede Suche nach dem nächsten Griff live in der Schweiz und Deutschland übertragen wurde. Im Jahr 2003 wurde eine Reality-Live-Besteigung des Mount Everest durchgeführt. Extrem-TV auf Leben und Tod als Ursache eines *Zeitalters der Extreme*? Geht das Mittelmaß verloren und nur die hochstilisierte Sensation wird als wichtig gewertet? Ein Spiel, das die Medien nicht nur mitspielen, sondern auch verstärken. Selbst Banales wird zum außergewöhnlichen Ereignis erklärt. Viele glauben mittlerweile schon, dass selbst das Wetter nicht mehr normal sei. Der Regen wird zur Sintflut, der Wind zum Orkan und der kühle Sommer zur Eiszeit des Jahrhunderts. Das Motto der Extremsportler(innen) lautet, ich gehe ein Risiko ein, nehme das Abenteuerprojekt mit der Kamera auf und berichte darüber, also bin ich (Bette, 2004, S.38). Aufmuth (1996, zit.n. Opaschowski, 2000, S.93) hat sich mit dem Typus des

Extremsports und Abenteuers beschäftigt und fand heraus, dass es sich dabei meist um sensible Menschen handelt, welche durch ein häufiges Erleben von Leere und einer große Unrast charakterisiert sind. Sie sind auf der Suche nach Identität und bereit dafür relativ hohe Risiken einzugehen. Bette beschreibt den Extremsport als eine Kulturtechnik der Lebensbejahung. Extremsportler(innen) sind keine lebensmüden Draufgänger(innen), sondern radikale Symbolfiguren. Je näher sie dem Tode kommen, desto mehr spüren sie das Leben. Sie kämpfen nicht um das Überleben, sondern für das Leben. Apter beschreibt das Lebensprinzip des Risikos als eine wesentliche Voraussetzung für die Weiterentwicklung von Kultur und Gesellschaft, welches von Entdecker(innen)n, Forscher(innen)n und Künstler(innen)n seit jeher angewendet wurde. „Pionier und Neuerer müssen Risiken eingehen.“ (Apter, 1994, S.223, zit.n. Opaschowski, 2000, S.126) Der Sport wird für die einen zur Ersatzreligion und für die anderen als Ersatz für entgangene Lebensfreuden im Alltag. Aber nicht nur die Extremsportler(innen) sind auf der Suche nach Spannung, auch die Zuschauer(innen) möchten das kalkulierbare Risikoerlebnis konsumieren.

„Er konsumiert inszenierte Unterhaltung, gebraucht und verbraucht sie... In Zukunft werden die Zuschauer mehr Show und Entertainment als sportlichen Wettkampf um Platz und Sieg suchen.“ (Opaschowski, 2000, S.73)

Die deutsche Produktionsfirma Brainpool zeigt mit dem Format „TV-Total“ und ihrem Moderator Stefan Raab wie man die Einschaltquote mit Pseudosportaktivitäten (Schlag den Raab, Autoball, Wok, Stock Car, bzw. Boxen, Poker und Turmspringen...) und prominenten, untrainierten Teilnehmer(innen)n in die Höhe treibt. Bewusst oder unterbewusst trifft Stefan Raab damit den von Opaschowski prognostizierten Zeitgeist. Die Veränderung von Sportgewohnheiten erzeugt eine starke Konkurrenz für den klassisch-institutionalisierten Sport zu anderen Freizeitaktivitäten wie Shopping, Freizeitparks, Kinobesuchen, Kneipengänge, Autofahren und Urlaubsreisen. Die wachsende Erlebnisorientierung, der Trend zur Single-Gesellschaft und die demographischen Nachwuchsprobleme stellen Sportvereine und Sportverbände vor weitreichende Probleme. Opaschowski appelliert an eine Neudefinition bzw. Neu-Identität des Sports:

„Sport ist heute in erster Linie das, was die meisten Menschen als Sport empfinden und nicht nur das, was Sportverbände offiziell unter Sport verstanden wissen wollen...“ (Opaschowski, 2000, S.61)

Galt der Sport jahrzehntelang als verlängerter Arm des Berufs, so muss er sich mittlerweile den Aktivitätsbereichen von Medien, Konsum, Kultur und Tourismus unterordnen. Während die Vereine die Schuld der Fluktuation bei der Attraktivität ihres Angebots suchen, entgeht ihnen die Entwicklung eines neuen konsum- und erlebnisorientierten Sportverständnisses.

Eine Gefahr des passiven Fernsehkonsums liegt laut Bette in der Erfahrung der eigenen Begrenztheit der Wirkungsmöglichkeiten und der Nichtigkeit der eigenen Person. Dabei vergleichen die Zuseher(innen) die außergewöhnlichen Vorgänge in den Medien mit ihrer eigenen Situation, welche dadurch stark abgewertet wird. Die Medienwelt erscheint dadurch wichtiger und aufregender, als die eigene Welt.

„Hörer und Leser gewinnen das Bild, dass das gesellschaftlich relevante Handeln immer woanders stattfindet, sie aber selbst daran nicht beteiligt sind.“ (Bette, 2004, S.27)

Wenn man das Wesen von Abenteuer- und Risikosportarten und die Zusammenhänge zwischen Sportler(innen)n, Gesellschaft, Wirtschaft und Medien erfasst hat stellt sich die Frage, warum sind Abenteuer- Risiko- oder Extremsportarten so interessant für die Medien? Welche Eigenschaften grenzen diesen Sportbereich von den Hauptsportarten Fußball, Tennis, Winter- und Motorsport ab. Klassische Sportarten mit eigenen präparierten Stadien sind doch bereits bestens telegenisiert, inszeniert und mediatisiert? Wieso nehmen Kameraleute die Mühen auf sich, ihre Athleten(innen) in einer 1000 Meter senkrechten Felswand zu filmen. Sie schwimmen in einer 15 Meter hohen Welle oder springen mit dem Fallschirm aus einem Flugzeug nur um eine gute Kameraperspektive zu bekommen? Ein regelrechtes Genre der Abenteuer- und Actionfotographie hat sich rund um den Abenteuer- und Extremsport entwickelt, wie man auch dem Zeitschriftenformat „Red Bulletin“ entnehmen kann:

„Cliff Diver, Freestyle-Motocrosser, Big-Wave-Surfer und ihre Artverwandten angemessen zu fotografieren ist eine gleichermaßen kreative wie technische und in vielen Fällen auch athletische Herausforderung in der Art von: mit BASE-Jumpfern auf den Berg raufklettern, mit den Extremskifahrern runterfahren. Oder mit prall gefülltem Foto-Rucksack am Buckel durch die Stierkampfarena rennen, in der Motocrosser durch die Luft fliegen.“ (Sperl & Wagner, 2010, S.3)

Die Antwort für diese Entwicklung lässt sich vielleicht in der Verflachung der Medieninhalte finden, was ein Problem der derzeitigen Mediensituation darstellt. Medien sind in ihrer derzeitigen Ausrichtung immer auf Sensationen und ständige Erneuerungen

angewiesen. Die Symbolsysteme der Medien arbeiten mit mythologische Bildern, Objekten und Handlungsmustern und erhalten damit einen beinahe religiösen Stellenwert. Doch nicht immer gelingt es den Medien ihre Rezipient(innen)en bei Laune zu halten. Die Zuschau(e)in(nen)r gewöhnen sich zunehmend an die Sensationsdynamik und verlangen immer mehr. Die ständige Erneuerung von Inhalten und der Wirklichkeitsverlust von immer stärker werdenden Inszenierungen stellen die Medien vor das Problem der Verflachung ihres Programms:

„Wenn aber die Wirklichkeit immer mehr verschwindet, spult die Wiederaufbereitungsanlage sozusagen leeres Material ab: stofflose Programme. Die Strukturen funktionieren noch, auch das obligate Wiederaufbereitungsgetöse – aber was da eigentlich gezeigt, geglättet, veranschaulicht oder klargemacht werden soll, wird immer unklarer, das ist gespenstisch.“ (Kreiemeier, 1997, zit.n. Florschütz, 2005, S.22)

Dieser Trend zu extremen Erlebnissportarten weist auf den Trend der Event-Orientierung im alternativen Sport hin. „In Extremsportarten wie Free-Climbing a la Reinhold Messner oder Bungee Jumping will man hingegen eine von der Norm abweichende Individualität inszenieren. Dieser Drang nach Einzigartigkeit und Besonderheit fordert in einer Eskalationsspirale immer extremere Ausdrucksformen wie im Extremsport.“ (Florschütz, 2005, S.285) „Hier geht es um den ultimativen Kick, es sollen vor allem emotionale oder physische Schockerlebnisse bei den Beteiligten stimuliert werden...“ (Rademacher, 1998, S.13, zit.n. Florschütz, 2005, S.34) In diesem Trend zeigt sich eine Auflösung von Sportwelt und Sozialwelt. Der Sport wird zum Lifestyle und damit zum Gegenentwurf eines traditionellen Sportverständnisses. Sport spielt sich nicht mehr in den Vereinshallen und Sportanlagen ab, sondern wird zum persönlichen und individuellen Event für eine euphorisch-rauschhafte Selbstbegegnung und Selbststeigerung der Sportler(innen) und Zuschauer(innen).

8. SPORT – MEDIEN – WIRTSCHAFT

Um die Verbindung zwischen dem Sport und den Medien besser verstehen zu können, ist es wichtig die wirtschaftliche Komponente und den wechselseitigen Nutzen dieses Regelkreises näher zu beleuchten. Gleich vorweg sei gesagt: Mediensport ist männerdominierter Spitzensport. Fernsehen und Zeitung berichten in einem männlich-codierten Leistungssystem über Rekorde und Sensationen.

„Abenteuer und Risiko passen in das Ereignisschema der Medien hinein, weil sie spektakuläre Handlungen bieten, die es im Einerlei des Alltags sonst nicht zu sehen gibt.“
(Bette, 2004, S.36)

Im Vordergrund steht das Außergewöhnliche. Dem/der Breitensportler(in) als Jogger(in) oder Radfahrer(in) kann man bei jedem Spaziergang begegnen. Der Sport lebt von einer Bildersprache und wenn die Menschen hinter den spektakulären Handlungen noch interviewt werden können, entspricht dies dem Neuigkeits- und Visualisierungsbedarf von Massenmedien. „Der Sport braucht die Medien nicht nur zur Selbstdarstellung, sondern auch um für Sponsoren interessant zu werden und die Medien brauchen attraktiven Stoff für ihre Abnehmer, das Medienpublikum.“ (Fenk, 1986, S.8) Die Ökonomisierung des Sports hat diesen zur Industrie werden lassen, sie braucht dazu die Starbildung, führt zu einer Merchandisierung, Medienvernetzung und zu einer neuen Eventkultur (Florschütz, 2005). Wenn die Sportler(innen)n in den Medien mit voller Ausrüstung und in Aktion gefilmt werden, steht immer auch ein Werbeträger für bestimmte Produkte im Hintergrund. So wie Sportplätze als Werbeflächen genutzt werden, sind auch die Athlet(innen)en für Sportgeräte, Bekleidung, Getränke oder andere Produkte interessant. Das Athlet(innen)en-Image der Sportlichkeit, Leistungsfähigkeit, Dynamik, Gesundheit oder Naturverbundenheit kann mittels gezielter Werbung auf ein Produkt übertragen werden. Doch welche Eigenschaften machen den Sport so attraktiv für Medien? Prinzipiell bietet der Sport ein ideales Setting für die Sportberichterstattung, die immer Unterhaltung für ihr Publikum braucht. Die Journalisten sind im Sport nicht auf mühsame Recherchen angewiesen, denn die Sportveranstaltung ist lange im Voraus geplant und die Sportorganisationen suchen die Medien von sich aus auf. Eine Frage, die zwischen der Beziehung von Sport und Medien diskutiert wird ist, ob sich der Sport mittlerweile dem Setting der Medien unterworfen hat? Der Begriff der *Telegenisierung* beschreibt die Anpassung des Sports an die Gesetzmäßigkeiten und Inszenierungsformen der Medien. *Telegen* beschreibt, das wirkungsvolle zur Geltung kommen von Personen im Fernsehen und verfolgt primär ökonomische Ziele von Sportler(innen)n, Veranstalter(innen)n und Sponsoren (Schauerte & Schwier, 2004). Dabei greifen die Medien sehr oft aktiv in die Regelsysteme von Sportarten ein (z.B. Werbeunterbrechungen oder Erhöhung der Spieldynamik durch Zeitlimits), oder erlassen z.B. Bekleidungsvorschriften (Erotisierung im Frauen-Beachvolleyball) um die Quote zu steigern. Nicht jeder Sport ist für die Verbindung mit Medien und Wirtschaft optimal geeignet. Rand- und Nebensportarten bekommen von den Medien wenig bis keine Aufmerksamkeit, was sicherlich auf die Gewohnheiten bei Wirtschaft und Publikum zurückzuführen ist und nicht immer auf das

Setting der Sportart. Eine wesentliche Voraussetzung von Mediensportarten ist die Ästhetik von Bewegungsbildern. Warum sich jedoch die finanziellen Mittel und die Präsenz der heutigen Medienwelt nur auf relativ wenige Hauptsportarten konzentriert, obwohl die nationalen Erfolge ausbleiben, folgt einer scheinbar geschichtlich-konditionierten Logik. Randsportarten werden trotz stark-steigender Mitgliedszahlen und internationaler Erfolge in Österreich noch immer von den Medien ignoriert und haben nur die Möglichkeit über spezialisierte Sportkanäle an Sendezeit zu gelangen. Alpinistische Bergbesteigungen werden mittlerweile in den Tages-Printmedien unter der Rubrik Chronik, Nationale Nachrichten oder sogar Society angeführt. Scheinbar ist im Sportteil der Printmedien aufgrund von Fußballtabellen, Motorsportergebnissen und Tennisberichten kein Platz mehr. Vielleicht passen die Inhalte des Abenteuer- und Risikosport besser auf eine Seite mit außergewöhnlichen Erdbebenkatastrophen oder Vulkanausbrüchen, als in die alltägliche Sportberichterstattung?

8.1. SELBSTINSZENIERUNG VON SPORTATHLET(INNEN)EN

Die Sportler(innen) werden auch als Lebenskünstler bezeichnet und als jemand verstanden, der nach innen (Körper) und nach außen (Umwelt) einen bestimmten Lebensstil pflegt:

„Der Sportler als Lebenskünstler ist kein Narr, Schmarotzer, Vagabund, Zuhälter, Dandy, Playboy, er ist auch kein Gesetzloser, sondern einer, der sich selbst ein Gesetz gibt und dies auch für den selbstbewussten Umgang mit dem Körper geltend macht, indem er ihn nach selbstbestimmten Regeln, nach Maßen und in Maßen einübt.“ (Caysa, 1998, S.126, zit.n. Ransch-Trill, 2000, S.122)

Sportstars heben sich ähnlich wie berühmte Schauspieler(innen) oder Politiker(innen) von der Masse ab und werden von der Gesellschaft oft bewundert. Jedoch ist die sportliche Leistung meist alleine zu wenig. Die Sportler(innen) schaffen sich mit den Medien eine Bühne der Selbstpräsentation (Stern, 2009, S.65). Die erfolgreichen Athlet(innen)en haben ein „Corporate Design“ ähnlich wie ein Unternehmen und verkörpern damit eine gewisse Marke. Zu der sportlichen Präsentation von Spitzensportler(innen)n gehört auch eine angemessene Medieninszenierung. Dabei wird versucht mit menschlichen Qualitäten, Charaktereigenschaften und Charisma eine Authentizität zu erzeugen, die Sympathiewerte beim Publikum einbringt und die Sportler(innen) als Produkt von anderen abhebt. Die professionelle Außendarstellung ist ein wesentliches Kriterium des

Marktwerts, obwohl dies nichts mit der sportlichen Leistung zu tun hat. Die Sportler(innen) verkörpern immer Werte einer bestimmten Gesellschaft oder gewissen Schichten und agieren somit als Leitfiguren einer Sportart. Dabei nehmen sie auch oft Stellung zu außersportlichen Themen. Die Selbstinszenierung bedient sich damit sehr stark der schon erwähnten Identifikation. Ein weiterer Punkt der Selbstinszenierung ist die Kommunikation. Erfolgreich zu kommunizieren, das setzt Mut und Ehrlichkeit voraus. Kommunikation kann aber auch über die Körpersprache erfolgen. Mit dem Thema der Selbstinszenierung soll auch der Begriff der *Testimonial-Werbung* kurz beschrieben werden. Darunter versteht man den Einsatz von prominenten Personen, die in Werbekampagnen gewissermaßen Zeugnis ablegen und sich für das beworbene Produkt verbürgen. Gerade Sportler(innen) eignen sich als Testimonials für Produkte, da sie bei den Konsument(innen)en Sympathie, Vertrauen bzw. Glaubwürdigkeit im Sinne einer Aktivierung und Unterhaltung, hervorrufen können (Schierl & Schaaf, 2007, S.296). Als Höchstmaß der Selbstinszenierung im Abenteuer- und Risikosport sei an dieser Stelle der Sportkletterer und Bergsteiger Reinhold Messner erwähnt, welcher immer wieder in der Fachliteratur zitiert wird. Die urbildhafte Natur-Typ-Präsentation im Sportfernsehen und in Talkshows, zeugt von einer inszenatorischen Raffinesse bei dem Spiel mit der Kamera. Dabei werden bestimmte Körperimages kreiert, die den Wünschen und Sehnsüchten von Rezipient(innen)en entsprechen (Florschütz, 2005, S.15). Im Abenteuer-, Risiko- und Extremsport haben die Sozialfiguren die Sprache von Psychologen, Soziologen, Marketingexperten oder Philosophen erlernt, um ihr eigenes Tun und Handeln gegenüber anderen zu erklären und zu legitimieren, was die wissenschaftliche Analyse dieser Phänomene nicht gerade erleichtert (Bette, 2004)

„Mein Unterwegssein hat wenige Richtlinien. Eine davon ist von den Bedingungen des Abenteuers definiert; erstens, dass ich dorthin gehe, wo die anderen nicht sind; zweitens, dass ich mich von der Neugierde leiten lasse; drittens, dass ich bis zur Grenze gehe; viertens, dass ich riskiere, verändert oder nicht wieder zurückzukommen und fünftens, dass ich dem Weg meines Herzens folge. Ich gehe nicht dorthin, wo mich die Medien, die Fans oder meine Vertragspartner gerne sähen, ich gehe dorthin, wo ich immer auch scheitern könnte.“ (Messner, 1995, S.358, zit.n. Bette, 2004, S.35)

9. SPEZIELLE ASPEKTE VON GENDER UND GESCHLECHT

„Geschlechterrollen sind gesellschaftliche Normen bzw. Erwartungen bezüglich des Verhaltens von Frauen und Männern und ex definitione ein soziales und kein biologisches Phänomen.“ (Weiß, 1999, S.41)

Ein Schwerpunkt dieser Arbeit besteht in der Verbindung von Medienforschung und Abenteuer- und Risikosport im Bezug auf die Darstellung von Geschlecht. In den letzten drei Jahrzehnten hat sich eine Entwicklung von der Frauenforschung zur Geschlechterforschung vollzogen. Im Zentrum der Forschung steht demnach nicht mehr die Frau, sondern die Kategorie Geschlecht (Gender). Dabei unterscheidet man das biologische Geschlecht (Sex) von dem sozialen Geschlecht (Gender):

„Sex meaning biological or anatomical differences between women and men is also distinguished from sexual activity.“ (Batcup & Thomas, 1994, S.46; zit.n. Webber, 2005, S.19)

„Der angelsächsische Begriff Gender bezeichnet die kulturelle und institutionalisierte Form, mit der biologischen Geschlechterunterschieden innerhalb einer Gesellschaft und in einer bestimmten historischen Phase soziale Bedeutung verliehen wird. Kurz: Gender beschreibt das soziale Geschlecht.“ (Bublitz, 2010, S.95)

Prinzipiell liefert der Sport eine visuelle Empirie der natürlichen Geschlechterunterschiede (Hartmann-Tews, 1997, S.9) und so wird auch im Abenteuer- und Risikosport der Körper als wesentliche visuelle Form thematisiert. Leistungsunterschiede können damit unmittelbar mit der Biologie der Geschlechter kurzgeschlossen werden. Das folgende Kapitel soll die speziellen Aspekte von Geschlecht im Bereich Medien, sowie Abenteuer- und Risikosport beschreiben, um eine theoretische Grundlage für qualitative Interpretationen zu schaffen.

9.1. GENDER UND MEDIEN

Die Medien haben an der Herstellung, Aufrechterhaltung und Veränderung der Realität der Geschlechterordnung einen nicht zu unterschätzenden Anteil.“ (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S.230)

Empirische Untersuchungen zur Folge dominiert in der medialen Vermittlung von Sportereignissen eine männlich-geprägte Sportwelt. Rekorde, Wettkämpfe und Konkurrenzsituationen im Sport stellen eine Metapher für die harte Männerwelt dar (Florschütz, 2005, S.178). Der Sport basiert auf geschichtlich entstandenen, codierten, männlichen Werten, wodurch der Frauensport mit ganz anderen Grundvoraussetzungen konfrontiert wird.

„Sowohl Rahmenbedingungen des Sports als auch das Wertesystem im Sport bilden den diskursiven Raum, in dem sich männliche Hegemonie entfaltet hat und nach wie vor aufrechterhalten wird.“ (Dorer, 2007, S.25)

Ausgehend von Publikum, Sportinstitutionen und Wirtschaft werden die Medien von einem hierarchischen Geschlechtsdualismus durchzogen. Wie schon in den Modellen der Medienforschung erwähnt, können Effekte durch Medien verstärkt, konstruiert oder thematisiert werden. Diese Wirklichkeitskonstruktion von Geschlecht muss nicht direkt von den Rezipient(innen)en übernommen werden, jedoch liegt der Einfluss von sich wiederholenden Darstellungen auf die Rezeption sehr nahe.

„Medien als Institutionen sind die Orte, an denen Prozesse des doing gender abgestützt oder auch verändert werden können. In diesem Sinne sind Medien als Technologien des Geschlechts zu verstehen.“ (de Lauretis, 1987, zit.n. Diketmüller, 2006, S.245)

Dabei haben Filme eine nicht zu unterschätzende Bedeutung für die Konstruktion von Geschlecht. Sie stellen eine wesentliche Orientierungshilfe für Sozialisation und Identitätsentwicklung von Männlichkeit und Weiblichkeit dar. (Diketmüller, 2006, S.246) Obwohl die Medien kaum in die Prioritätensetzung von Sportverbänden eingreifen, so verstärken diese meistens die vorgesetzten Trends und wirken selten dagegen. So scheinen die Ökonomisierung und Leistungsorientierung des Sports, die entscheidenden Faktoren zu sein, welchem sich auch das Geschlecht unterordnen muss. Die Zahlen belegen insgesamt eine deutliche quantitative Unterrepräsentation von Sportlerinnen in den Medien. Qualitative Studien haben herausgefunden, dass auch die qualitative Darstellung von Sportlerinnen in den Medien einem eindeutigen geschlechtsspezifischen Muster unterliegt. In diesem Zusammenhang wird eine Verniedlichung, Infantilisierung, Trivialisierung und Sexualisierung beschrieben, welche bei männlichen Sportlern in dieser Form nicht zu finden ist (Dorer, 2007, S.27). Die Darstellung von Männersport erfolgt primär über Leistung, während Berichte über Frauensport sehr oft von außersportlichen Themen handeln, wo Sportlerinnen eher in außersportlichen Rollen als Mutter, Tochter

oder Ehefrau beschrieben wird. Männliche Ideale beziehen sich auf Aktivität, Stärke, Dominanz und Erfolg, während weibliche Attribute mit Passivität, Harmonie und Unterordnung beschrieben werden. Auf der Basis dieser historisch, sozial und kulturell gefestigten Geschlechtsstereotypen verwundert es nicht, wenn aktive und erfolgreiche Frauen das traditionelle Weiblichkeitsideal irritieren (Hartmann-Tews & Rulofs, 2007, S.142).

9.2. GESCHLECHTSSPEZIFISCHE ASPEKTE VON REZEPTION

Um die geschlechtsspezifischen Aspekte von Sportmedien zu verstehen gilt es, auch die Rezeption und das Publikum näher zu beschreiben. In diesem Zusammenhang wurde im Rahmen der ORF-Hitliste (2005) herausgefunden, dass bei Männern 21 von 30 meistgesehen Sendungen unter die Kategorie Sport fallen, bei Frauen waren es nur zwei. Aus diesen eindeutigen Studien ergibt sich die Situation das Sportinhalte zu einem Großteil für Männer gemacht werden und wir es bei Sportmedien mit einer „Arena der Männlichkeit“ zu tun haben. Dabei dürfte es ein gemeinsam geteiltes Regelwissen darüber geben, wie mediale Information und Unterhaltung auszusehen hat und wie Geschlecht inszeniert werden muss. Laut Opaschowski (2000, S.76) kann das Ambiente rund um eine Sportveranstaltung für Frauen wesentlich interessanter sein, als der Sport selbst. Männer hingegen stellen als Zuseher vermehrt sportliche Ansprüche und identifizieren sich stärker mit den Sportlern und dem Programm. Das Mitsehen der Frauen von Sportsendungen erfüllt unter anderem auch eine soziale Rolle, da das Familienleben gemeinsam gestaltet wird. Die Fortschritte von Gleichstellung und einem Empowerment für Frauen entwickeln sich zwar sehr langsam, jedoch ist mit einem zunehmenden Umdenken in der Zukunft zu rechnen (Dorer, 2007, S.31).

„Was Frauen und Männer letztlich bei der Rezeption aus dem sportmedialen Angebot machen – auch in Bezug auf die Frage der Geschlechterkonstruktion -, ist bisher weitestgehend unerforscht.“ (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S.238)

9.3. GESCHLECHTSSPEZIFISCHE ASPEKTE - VON ABENTEUER- UND RISIKOSPORT

Beleuchtet man den Abenteuer- und Risikosport unter geschlechtsspezifischen Gesichtspunkten, dann fallen einem zwei unterschiedliche Entwicklungen in diesem Sportbereich auf. Einerseits bietet dieser Bereich eine Bühne für die klassisch, männlich-

codierte Rollenverteilung und andererseits findet man gerade im Klettersport ein Empowerment seitens der aktiven Sportlerinnen. Laut Wasserteurer (2004, zit.n. Vogelsinger, 2009, S.18) wachsen Kinder in einem weiblich geprägten Umfeld auf, wodurch es gerade für Burschen schwieriger ist, sich mit männlichen Geschlechtsrollen zu identifizieren, da der Vater meist beruflich tätig ist. Eine wesentliche Identifikationsmöglichkeit bieten daher die männlichen Idole aus den Medien. Sudy (2009, S.23) beschreibt in diesem Zusammenhang den Abenteuer- und Risikosport als wichtigen Bestandteil des männlichen Individuationsprozesses, wodurch dieses Sportfeld häufiger von Männern als von Frauen aufgesucht wird. Gerade im Abenteuer- und Risikosport wird der männliche Körper als heldenhafte Kampfmaschine in Szene gesetzt, während der weibliche Körper als das ewige erotische Lustobjekt in anderen Sportarten inszeniert wird. Der idealisierte, männliche Held setzt sich Gefahren aus, an denen die Zuschauer(innen) empathisierend partizipieren. Während emotionale Darstellungen von männlichen Körpern am Rande des Todes, beim Kampf gegen den Schmerz oder gegen den Blackout von der Kamera gezoomt werden, bleibt die Kamera bei einem Unglück einer Sportlerin auf Distanz (Florschütz, 2005, S.197). Während Sportler mit dem, was sie tun, bewertet werden, so werden Sportlerinnen nach ihrem Aussehen bemessen. Obwohl immer mehr Frauen in den Bereich des Extremsports vordringen, zeigen Untersuchungen, dass Männer deutlich risikofreudiger sind als Frauen. Auch die Verarbeitung von körperlichen, psychischen und sozialen Problemen verläuft bei Männern mit äußerlichen Handlungen, während Frauen eher dazu neigen diese Probleme zu verinnerlichen (Rettenwander, 2003, S.16). Dieses scheinbar extrovertierte Verhalten von Männern und introvertierte Verhalten von Frauen spiegelt auch die Unfallstatistik bei Alpinunfällen wieder, wo Frauen nur einen Anteil von 40% haben. Auch in der alpinistischen Entwicklungsgeschichte waren Frauen kaum beteiligt, was aber nicht heißen muss, dass sie alpinistisch untätig gewesen wären (Rottensteiner, 2007, S.36). Der weibliche Vereinsanteil, sowie die Funktionärstätigkeit sind bis 1970 unterrepräsentiert. Aber die Anzahl der weiblichen Abenteuer- und Risikosportlerinnen im 21. Jahrhundert ist ständig im Steigen begriffen. Lynn Hill und Catherine Destivelle übernehmen Vorreiterinnenrollen im alpinen Klettern und zeigen, dass auch Frauen in den obersten Schwierigkeitsgraden klettern können. Bucher beschreibt zwei unterschiedliche Typen von Frauen in der Klettersportszene:

„Einerseits finden sich jene Frauen/Mädchen, die vor allem deswegen klettern, weil ihre Freunde bzw. Partner klettern... Andererseits gibt es eine mindestens ebenso große Zahl von Kletterinnen, die ihre eigene Position im Szenegefüge einnehmen. Soweit wir das beobachten können, spielt deren weibliche Identität in Bezug auf diese Position keine Rolle. Insofern kann man davon ausgehen, dass sich der

Umgang der Geschlechter miteinander in der Kletter-Szene – im Vergleich zu anderen Szenen – unkompliziert gestaltet. Das liegt unter anderem auch daran, dass der Inszenierung von Weiblichkeit bzw. Männlichkeit in dieser Szene nur wenig Raum gegeben wird.“ (Bucher, 2001, S.198)

Zu der körperlichen Belastung bei Frauen in Extremsportarten kommt noch eine psychisch –soziale Belastung hinzu. Aufgrund von traditionellen Rollenbildern ist die Frau in der Gesellschaft für die Erziehung der Kinder verantwortlich und so ist sie immer mit der Entscheidung konfrontiert, sich in festgesessene Rollenbilder einzufügen oder radikal auszubrechen.

„Im Gegensatz zur sozialen Anerkennung extremer sportlicher Leistungen von Männern werden Frauen oft bei gleichen Leistungen als verantwortungslos bezeichnet und ihr Können reduziert.“ (Sudy, 2009, S.25)

9.4. FAZIT

Extrem- und Risikosport wird noch immer als Männersport in den Medien dargestellt, obwohl gerade der Klettersport für Frauen die Möglichkeit bietet, aufgrund von Körpereigenschaften, das gleiche Leistungsniveau von männlichen Spitzensportlern zu erreichen. Der Kraftvorteil der Männer, kann mit höherer Technik, besserer Beweglichkeit und geringerem Körpergewicht kompensiert werden. Laut Hartmann-Tews und Rulofs (2007) bietet diese Situation die Gelegenheit einer Neutralisierung von biologischen Geschlechterdifferenzen. Damit wird auf den Trend hingewiesen, dass es neben der klassischen Klischeedarstellung auch vereinzelt zu einer Auflösung von alten Geschlechterverständnissen kommt. Frauen im Sport sind deutlich weniger in den Medien vertreten und auch die Art der Berichterstattung bezieht sich oft auf außersportliche Bereiche, wodurch ihre finanziellen Mittel stark eingeschränkt werden. Mit anderen Worten ausgedrückt: Entweder spielen Sportlerinnen das Spiel der Medien mit und lassen sich als Mutter, Partnerin oder Lustobjekt in Boulevard-Zeitungen ablichten, oder sie werden einfach fallen gelassen und sind damit für Sponsoren und Wirtschaft nicht interessant. Der Klettersport unterscheidet sich scheinbar von anderen Sportarten in der Geschlechterbehandlung, vielleicht sogar weil er keine regelmäßigen Mediendarstellungen bekommt.

10. ZUSAMMENFASSUNG

Zum Schluss des theoretischen Teils dieser Forschungsarbeit sollen die wesentlichen Erkenntnisse aus den angeführten, wissenschaftlichen Disziplinen noch einmal zusammengefasst werden. Der Abenteuer- und Risikosport hat eine Marktnische, innerhalb eines reglementierten und abgesicherten Systems entdeckt und entwickelt sich zu einem erlebnisorientierten Trend innerhalb einer westlich orientierten Konsumgesellschaft. Menschen haben die Möglichkeit über diese Form der Bewegung spezielle Bedürfnisse aktiv oder passiv zu befriedigen, welche in ihrem Alltag- und Arbeitsleben vernachlässigt werden. Obwohl der Extremsport auf einem männlich-codierten Leistungssystem beruht, zeigen gewisse Sportarten auch einen Gegentrend. Sportkletterinnen haben die Möglichkeit sich in den obersten Schwierigkeitsgraden zu behaupten, wodurch Geschlechterunterschiede neutralisiert werden können. Man kann auch davon ausgehen, dass die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu Geschlechtsunterschieden im Sport nur begrenzt auf den Abenteuer- und Risikosport zutreffen, da dieser keine regelmäßige Medienpräsenz genießt. Diese Situation könnte sogar die Möglichkeit bieten, einen Gegentrend zu klassischen Hauptsportarten zu setzen. Gerade die Medien benutzen den Extremsport für ökonomische Ziele, da er sich gut in ihre Gesetzmäßigkeiten integrieren kann und einen authentischen Zeitgeist verkörpert. Der wesentliche Punkt des Abenteuer- und Risikofilmgenres beruht auf der Frage: Welche Wirkungen entstehen durch die Rezeption von Risiko- und Abenteuersportfilmen und welche Wirkungen wollte man durch dieses Medium entstehen lassen? Handelt es sich bei der dokumentarischen Darstellung von authentischen Welten nicht auch um eine moderne Form von Inszenierung? Die Inszenierung von Natürlichkeit, Authentizität und scheinbar ungeplanten Dialogen innerhalb des Sportdokumentarfilms „Am Limit“, lassen eine innere Logik vermuten, welche eine Parallele zum gesamten Abenteuer- und Risikosports aufweist. Während die bewegten Bilder von Extremsportaktivitäten sich tief im Gedächtnis verankern, sorgt der Kommentar für einen direkten Transfer von Botschaften und so für eine Entlastung der eigenen Reflexion. Muss man als Zuschauer(in) noch eine eigene Meinung formulieren, denn eigentlich wurde ja schon alles gesagt, erklärt und kommentiert? Wie kann man die eigenen Gefühle beschreiben, die bei der Betrachtung dieser radikalen Sportausübung entstehen, wenn nicht einmal die Akteur(innen)e Worte finden, um ihr Handeln rational zu erklären?

11. QUALITATIVE ERHEBUNG UND ANALYSE

Ziel dieser qualitativen Forschungsarbeit ist die Beschreibung von kurzfristigen Wirkungen, welche auf den Sportdokumentarfilm „Am Limit“ zurückzuführen sind. Mittels Interviews werden die kurzfristigen Folgen der Rezeption des Films „Am Limit“ im Bereich der Einstellungen (Kognition, Emotion, Verhalten) erfasst, beschrieben und vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Veränderungen sowie vorhandener Geschlechtertheorien erklärt. Dabei sollen neue Wirkungen und Trends in der Rezeption von Abenteuer- und Risikofilmen aufgezeigt werden, welche die Grundlage für weitere Hypothesen bzw. quantitative Studien bilden.

11.1. SPEZIELLE ASPEKTE DER FORSCHUNGSMETHODE

Die Forschungsmethode dieser Arbeit besteht aus einer qualitativen Wirkungsanalyse im Bereich der postkommunikativen Einstellungsreaktion, welche aufgrund von Kriterien des wissenschaftlichen Arbeitens, von anderen Analysen streng abzugrenzen ist. Zum besseren Verständnis soll hierbei zwischen Rezeptionsanalyse, Inhaltsanalyse, Nutzungsforschung und Wirkungsanalyse unterschieden werden (Grimm, 2005, S.5):

- *Die Inhaltsanalyse* erfasst und beschreibt (massen-) mediale Inhaltsangebote, die eine Vorlage für eine Rezeption liefern.
- *Nutzungsforschung* erfasst, beschreibt und erklärt die Zuwendung des Publikums zu (massen-) medialen Inhaltsangeboten. Sie befasst sich in diesem Sinne mit einer Voraussetzung für Rezeption.
- *Wirkungsforschung* erfasst, beschreibt und erklärt die Folgen der Medienrezeption für das Individuum und/oder für die Gesellschaft
- *Rezipientenanalyse* im engen Sinne erfasst, beschreibt und erklärt den Prozess der Aufnahme und Verarbeitung (massen-) medialer Inhaltsangebote.

11.1.1. METHODEN-BEGRÜNDUNG

Als Horizonterweiterung für die Disziplin der Sportwissenschaften wird vor allem das digitale Video als bislang ungenutztes Forschungsinstrument beschrieben. Die Erweiterung der Forschung auf visuelle Medien als sinnstiftendes und sinntragendes

Medium für Verstehen und Erkennen wäre gerade für sozialwissenschaftliche Felder der Sportwissenschaften von besonderer Bedeutung.

„Intersubjektive Nachvollziehbarkeit, Gültigkeit und Verlässlichkeit sind übergeordnete Kriterien jedweder Forschung und müssen für Videographie lediglich reformuliert werden. Dazu zählt die Offenlegung der Blickachse, wobei der Gedanke der kulturkonservativen Medienkritik Gehör finden darf.“ (Hietzge, 2009, S.50)

Wie lassen sich Einstellung zu unterschiedlichen Einstellungsobjekten messen? Einstellungen sind nicht direkt beobachtbar, sondern beziehen sich auf Merkmale und Verhaltensweisen von Umweltobjekten. Deshalb lässt sich die Einstellung auch nur indirekt über die Selbsteinschätzung von Personen messen. Diese Methoden werden als Selbsteinschätzungsverfahren oder direkte Messung beschrieben und in der Literatur meistens quantitativ durchgeführt, indem Personen eine Selbsteinschätzungsskala ausfüllen. Dabei geht es vor allem darum, Rückschlüsse auf das Verhalten zu ziehen. Ziel dieser Forschungsarbeit ist jedoch das qualitative Erfassen von verschiedenen Versionen des Erlebens von Personen nach der Rezeption eines bestimmten Einstellungsobjekts um mögliche offene Interpretationen, Botschaften, Einstellungen, sowie Meinungen der Empfänger-Sender-Verbindung zu beschreiben. Die Gegenstände, welche mit dieser Untersuchung erhoben werden, sind außerordentlich komplex:

„Solche komplexen Kognitionen über das Selbst oder Aspekte von Welt, die zumindest implizit auch Argumentationsstrukturen enthalten, werden als *subjektive Theorien* bezeichnet.“ (Groeben, 1988, zit.n. Rusch, 2002, S.288)

Die sogenannte Einzelfallstudie als charakteristisch, qualitatives Forschungsdesign bietet nicht nur die Möglichkeit eine bestimmte Forschungsfrage zu erheben, sondern auch die Generierung von realistischen Daten im Kontext eines natürlichen Umfeldes.

11.1.2. STUDIENDESIGN

Den halbstandardisierten Interviews liegt ein Leitfaden zugrunde, der in Anlehnung an die Literatur erarbeitet wurde und eine Interviewdauer von etwa 10 - 15 Minuten erwarten lässt. Das Sampling erfolgt nach Geschlecht (4 Frauen und 4 Männer) sowie nach den Erfahrungen im Sportklettern (je zwei sportklettererfahrene bzw. -unerfahrene Frauen und Männer), deren maximale Ausbildung die Hochschulreife ist. Die Auswahl der Personen erfolgte aufgrund des Prinzips der Homogenisierung (Alter, Ausbildung) zur

bestmöglichen Vermeidung von Störvariablen und zur Erhöhung des Forschungseffekts. Die kognitive Einstellungskomponente wird einerseits durch die Auswahl von vier sportklettererfahrenen Personen automatisch generiert und andererseits durch spezifische Fragestellungen sichtbar gemacht. Dafür wurden den Teilnehmern zwei Fragen vor der Filmrezeption gestellt, wo der Film noch keinen Einfluss auf Wissen oder Erfahrungen nehmen konnte. Danach wurden die Personen gebeten, den Film anzusehen und direkt im Anschluss mit dem eigentlichen Interviewleitfaden befragt. Die postkommunikativen Wirkungsfolgen beziehen sich auf den direkten Zeitraum nach der Rezeption des Films. Würde der Zeitraum zwischen dem Anschauen des Films und der Durchführung des Interviews einige Tage oder Wochen zurückliegen, würde man damit einen anderen Effekt beschreiben.

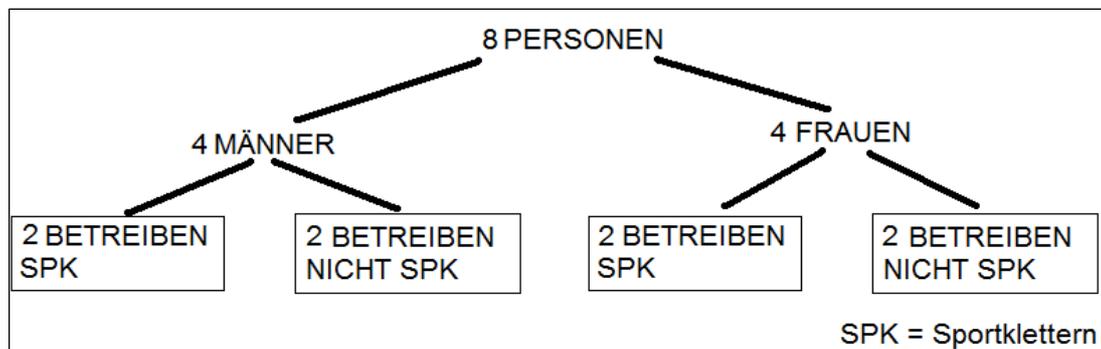


Abb. 11: Einteilung der befragten Personen

11.1.3. INTERVIEW-LEITFADEN

Die Befragung erfolgt mündlich und wird für die spätere Transkription auf einem Aufnahmegerät gespeichert. Als ersten Punkt werden die allgemeinen Daten erhoben, um die speziellen Merkmale der befragten Personen zu dokumentieren.

Tab. 7: Allgemeine Daten

Geschlecht:	4 Frauen (w) 4 Männer (m)
Sportklettern:	4 x Ja 4 x Nein
Alter:	(w) 17 Jahre, 23 Jahre, 17 Jahre, 23 Jahre (Durschnitt 20 J.) (m) 27 Jahre, 27 Jahre, 25 Jahre, 26 Jahre, (Durschnitt 26,5 J.) Gesamtdurchschnittsalter: 23,1 Jahre
Abgeschlossene Ausbildung:	(w) Konditorin, Schülerin, Matura, Lehre Mediendesignerin (m) KFZ-Mechaniker, Elektromechaniker
Beruf:	(w) Schülerin, Kellnerin, Grafik- und Mediengestalterin (m) Softwareentwickler, Förster, Maschinenschlosser, Schlüsseldienst
Betreibt regelmäßig folgende Sportarten:	(w) Reiten, Mountainbiken, Schwimmen (m) Radfahren, Snowboarden, Fußball, Wandern, Laufen, Kung Fu, Krafttraining

1-TEIL – FRAGEN VOR DER FILMREZEPTION

- Erzähl mir bitte alles, was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?
- Was verbindest du mit dem Begriff „ Extremsport „?

Wichtig bei der Durchführung der empirischen Arbeit ist es die Personen bis auf die Unterscheidungskategorien (Geschlecht, Sportartenzugehörigkeit) relativ homogen zu halten, um so mögliche Störvariablen (Alter, Ausbildung, Sportinteresse, Zeitpunkt der Rezeption) im Bereich der Biographie bzw. Persönlichkeit der Personen auszugleichen. Die in der Literatur beschriebenen Drittfaktoren von Medienwirkungen können den erhobenen Forschungseffekt verstärken oder abschwächen, sodass die wissenschaftlichen Ergebnisse keine Aussagekraft besitzen. Ziel des Leitfadenterviews ist eine narrative und unbeeinflusste Erzählweise der befragten Personen, um eine breite Perspektive der Medienwirkung sichtbar zu machen. Voraussetzung dafür ist eine entspannte Gesprächsatmosphäre, in der sich die Personen nicht bewertet fühlen. Diese Form der Befragung soll den Personen die Möglichkeit geben mit selbst formulierten Worten auf die Fragen zu antworten. Man spricht dabei auch von einer polysemischen

Betrachtung von Medientexten, d.h. man ist offen für unterschiedlichste Interpretationen durch die Mediennutzer, oder ob sie eine im jeweiligen Text angelegte Lesart annehmen (Bortz & Döring, 1998, zit.n. Rusch, 2002, S.287). Die Zusatzfragen wurden deshalb nur dann gestellt, wenn sie inhaltlich passend waren oder um den Erzählfluss der befragten Person aufrecht zu erhalten

2-TEIL – FRAGEN NACH DER FILMREZEPTION

- Kannst du den Film überblicksmäßig mit eigenen Worten beschreiben?
- Kannst du „Speedklettern“ mit eigenen Worten beschreiben? Um was geht es da eigentlich?
- Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?
 - Welche Emotionen fühlst du bei den Naturszenen? (Zusatzfrage)
 - Wie haben die Patagonienszenen mit dem Wind und den Zelten auf dich gewirkt? (Zusatzfrage)
- Kannst du die Kletterszenen mit eigenen Worten beschreiben, in denen beide Brüder in Aktion gefilmt werden?
 - Was ist dir aufgefallen? (Zusatzfrage)
- Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder andere Kletterer auf dich gewirkt?
 - Wie findest du die Einstellung von den Kletterern im Film? (Zusatzfrage)
- Wie würdest du die Huber-Brüder mit eigenen Worten beschreiben?
 - Was macht sie für dich besonders? (Zusatzfrage)
- Welche persönliche „Message“ könnte der Film für dich haben?
 - Welche Relevanz könnte diese „Message“ für deinen Alltag haben? (Zusatzfrage)

11.1.4. SPEZIELLE ASPEKTE DER AUSWERTUNG

Die Auswertung der Erhebung erfolgt mittels qualitativer Inhaltsanalyse (Mayring, 2000) zur Analyse und Reduktion des Textmaterials, sowie den sogenannten *interpretativen Verfahren*. „Bei ihrer Anwendung werden die Interpreten selbst zum Forschungsinstrument. Dabei wird versucht unter Anwendung von Operationen alltagssprachlicher Kommunikation und ggf. unter Heranziehung von relevantem Hintergrundwissen zu einer stimmigen Deutung eines Textes zu gelangen.“(Brunner, 1994 und Lamnek, 1995, zit.n. Rusch, 2002, S.290) Danach folgt eine Deutung der einzelnen Interviews, wo Zusammenhänge und Rückschlüsse in Bezug auf die Literatur aufgezeigt werden.

„Interpretation heißt auch Verständigung. Sie verlangt, Gefühle und Eindrücke zu präzisieren, sich in den Bedeutungshorizont eines Werkes hinein zu bewegen, so dass es zur Überschneidung mit dem jeweils eigenen Erfahrungs- und Denkhorizont kommt. Interpretation ist ein Prozess der Orientierung im Werk, das dadurch allmählich vertrauter wird, seine Brüche und Tiefen erschließt. Sie ist aber auch ein Prozess der Orientierung im Kopf der Betrachter. Bei der Interpretation treten Publikum und Kunstprodukt, Subjekt und Objekt in ein umgreifendes Spannungsfeld ein, indem ästhetische und sozial, psychische und historische Dimensionen einander durchdringen und sichtbar werden.“(Koebner, 1990, S.6, zit.n. Zimmermann, 1999, S.241)

Wolters (2005, S.27) spricht in diesem Zusammenhang auch von den geübten Beobachter(innen), welche zwischen Beobachtung und Interpretation unterscheiden können. Auch Rose (2000, zit.n. Wolters, 2005, S.33) beschäftigt sich mit der Frage der Beobachtung, Interpretation und Transkription von audiovisuellen Videos:

„Every step in the process of analyzing audiovisual material involves translation. And every translation involves decisions and choices. There will always be variable alternatives to the positive choices made, and what is left out is as important as what is present. Choice in a multiple field is especially important when analyzing a complex medium, where translation will usually take the form of simplification.“
(Rose, 2000, S.246, zit.n. Wolters, 2005, S.33)

Ziel einer Beschreibung ist also nicht die Vollständigkeit, sondern die Nachvollziehbarkeit. Interpretationen sind wichtig, um einen Gegenstand aus einer Perspektive darstellen zu können. Bei diesem intellektuellen Wagnis der dichten Beschreibung gibt es keine

allgemein gültige Anleitung. Beschreibungen sind deshalb immer für ein bestimmtes Publikum gemacht und können einen Gegenstand auch nie in seiner Ganzheit erfassen. Es handelt sich immer nur um eine Version einer Beschreibung (Bergmann, 1991, S.96, zit.n. Wolters, 2005, S.35). In einem letzten Schritt wird versucht die Fälle untereinander in Beziehung zu setzen, um eventuelle Gemeinsamkeiten der Aussagen oder Trends zu beschreiben. Die Kritik an interpretativen Verfahren basiert immer auf der fehlenden Systematisierung.

11.2. QUALITATIVE AUSWERTUNG DER EINSTELLUNGSKOMPONENTEN

Für die inhaltliche Analyse der Einstellungskomponenten in den nächsten drei Kapiteln werden Kernkategorien (Ebene1) und Subkategorien (Ebene2) in jeweils geschlossener oder offener Form codiert. Ausgangspunkt für die Codierung sind entweder theoretische Konzepte oder aus der Transkription abgeleitete Kategorien. Teilweise wurde auf die Subkategorie verzichtet, da sich eine Einteilung in mehreren Ebenen nicht angeboten hat. Das Ziel der folgenden drei Kapitel ist es, die Effekte der Befragung zu erfassen und zu beschreiben. Die eigentliche Interpretation und Übersichtsdarstellung der wesentlichen Effekte erfolgt dann im Kapitel 11. Die befragten Personen werden zur leichteren Orientierung mit folgenden Formulierungen in einem Klammersausdruck ergänzt, um auf die Vernetzung zwischen Tabelle und Interpretationstext hinzuweisen:

Tab. 8: Formulierungen

<i>Geschlechterorientiert</i>	<i>Geschlechterneutral</i>
Frauen (Sportklettern Ja)	Personen (Sportklettern Ja)
Frauen (Sportklettern Nein)	Personen (Sportklettern Nein)
Männer (Sportklettern Ja)	
Männer (Sportklettern Nein)	

11.2.1. AUSWERTUNG DER KOGNITIVEN EINSTELLUNGSKOMPONENTEN

Die kognitiven Einstellungskomponenten beziehen sich auf den Erfahrungs- und Wissensgehalt der Personen. Dabei unterscheidet man folgende Kernkategorien:

- *Indirekt-vermittelte Information*
- *Direkte Erfahrungen*

Während sich die indirekt-vermittelten Informationen rein auf die Rezeption eines Massenmediums (Video, Zeitung, Internet) beziehen, beschreiben die direkten Erfahrungen, jene Prozesse des Sich-Vorstellens oder des Sich-Erinnerns, mit denen die Person ihre persönlichen Erfahrungen mit dem Einstellungsobjekt verbindet. Unterschiedliches Wissen oder Erfahrungen über ein Einstellungsobjekt führen zu einer anderen Rezeption. Prinzipiell wurden vier Personen befragt, die Sportklettern selber ausüben (Sportklettern Ja) und vier Personen, die keine Erfahrungen im Sportklettern haben (Sportklettern Nein). Um diese Wissensunterschiede auch sichtbar zu machen, wurden zwei spezifische Fragen vor dem Film und eine spezifische Frage nach dem Film zu diesem Bereich gestellt. Bei der Analyse der Interviews hat sich aber gezeigt, dass Wissen und Erfahrungen auch in anderen Fragen wirksam wurden:

- Erzähl mir bitte alles, was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?
- Was verbindest du mit dem Begriff „Extremsport „?
- Welche persönliche „Message“ könnte der Film für dich haben?
- Welche Relevanz könnte diese „Message“ für deinen Alltag haben?

Tab. 9: Auswertung der kognitiven Einstellungskomponenten

EBENE 1 (Kernkategorie)	EBENE 2 (Subkategorie)	EBENE 2 (Aussage)	Sex	Sport- klettern
Indirekt- vermittelte Information	Sicherungs- technische Aspekte	„Wenn man dann vielleicht nicht gesichert ist“	W	Nein
		„Eine steile Wand, die man z.B. ungesichert hinauf geht.“	W	Nein
		„Man verzichtet teilweise auf die Sicherungen...“	M	Nein
		„Für mich ist Sportklettern im Vergleich zu alpinem Klettern relativ sicher, weil ich die Bohrhaken habe und nicht selber setzen muss.“	M	Ja
		„...Gesichertes Klettern auf verschiedenen Routen.“	W	Ja
		„Gesichertes Klettern auf verschiedenen Routen.“	W	Ja
		„Die Herausforderung eine Wand mit verschiedenen Schwierigkeitsgraden zu bezwingen.“	M	Ja
	Konditions- und Trainingsaspekte	„...es eine gute Ausdauer für den Körper ist.“	W	Nein
		„man muss intensiv dafür hintrainieren...“	W	Ja
		„...extrem auf etwas hintrainiert“		
		„Dynamisch, statisch... Kraft.. Ausdauer... Muskulatur“	W	Ja
		„das ist anstrengend.“	W	Nein
		„...wenn Menschen wie du und ich trainieren und Situationen meistern...“	M	Ja
	Sport- psychologische Aspekte	„Extremsport ist im Grunde das, wo du immer am Limit bist.“	M1	Nein
		„Das ist halt gefährlich und gibt einem den Kick oder so.“	W	Nein
		„Man geht bis an seine Grenzen und es kann gefährlich werden.“	W	Nein
		„Gefahr.. Adrenalin“	W	Ja
		„...eine gewisse Art von Freiheit... Sicherlich ein geiles	M	Nein

		Gefühl. Adrenalin fällt mir auch noch ein.“		
		„Extremsport sind alle Sportarten, wo Leute einen gewissen Kick suchen, diesen Adrenalin-Kick.“	M	Ja
		„Das heißt wenn irgendetwas nicht funktioniert, kann dein Leben ziemlich schnell vorbei sein.“ „Das ist risikoreich und interessant.“	M	Nein
		„Für mich ist Extremsport, wo man ein gewisses Risiko für sein eigenes Leben trifft und sein Leben auf Spiel setzt.“	M	Ja
		„Wenn Menschen wie du und ich trainieren und Situationen meistern, die ohne Training für einen Normalsterblichen lebensgefährlich sind und wirklich an das Limit gehen.“	M	Ja
		„Spaß... Vielleicht etwas mit Freunden oder Gruppen erleben.“	W	Nein
	Naturaspekt	„Das man das im Freien machen kann.“	W	Ja
		„früher bin ich halt auf Bäume raufgeklettert... und im Steinbruch“	M	Nein
		„Steile Wände... und es ist meistens draußen...“	M	Nein
Direkte Erfahrungen	Sich vorstellen	„Ich denke eher, dass ich das nicht machen würde.“ „Ich würde das nicht ohne Sicherung machen.“	W	Nein
		Ich möchte da nicht irgendwie Freesolo herumsteigen. Da bin ich einfach viel zu ängstlich und habe viel zu wenig Erfahrung.“	W	Ja
		„Ich denke, dass ich das vielleicht auch entwickeln könnte... Das könnte für mich eine Ambition sein... aber man kann sich daran ein Beispiel nehmen.“	W	Ja
		„Ich hätte es auch gerne mal gemacht.“	M	Nein
		„Was die Klettern würde ich auch gerne.“ „Es besteht nur ein Risiko, wenn ich einen Vorstieg mache.“	M	Ja
		„Das ich auch gerne so viel Zeit hätte um mir das anzueignen.“ Das ist einfach ein Extrem... ich kann mir das einfach nicht vorstellen.“ „Das ist auf alle Fälle schwer zum Umsetzen, aber es motiviert auf alle Fälle. Es wird sich weisen, ob ich vielleicht auch einmal auf der „Nose“ bin.“	M	Ja
		Sich-Erinnerns	„Ich habe es halt immer wieder mit dem verglichen was ich tue, mit meinen Klettereien.“	W
		„Früher, wie ich noch nicht klettern war, habe ich mir gedacht, das ist doch ein Wahnsinn wie die da hinauf klettern.“	M	Ja

Die indirekt-vermittelten Informationen lassen sich in folgende Subkategorien unterteilen:

- *Sicherungstechnische Aspekte*
- *Sportpsychologische Aspekte*
- *Konditions- und Trainingsaspekte*
- *Naturaspekt*

Die wesentlichen Themen der Aussagen beinhalten einerseits sportpsychologische Aspekte und andererseits Sicherheitsaspekte. Dabei werden die sportpsychologischen Aspekte mit Schlüsselwörtern wie Gefahr, Lebensgefahr, Risiko, Adrenalin und Limit beschrieben, während bei den sicherungstechnischen Aspekten immer wieder der sogenannte Sicherungsgedanke betont wird. Obwohl alle befragten Personen eine relativ gleichmäßige Verteilung innerhalb der Kernkategorien (Sportklettern Ja/Nein, Geschlecht) aufweisen, unterscheiden sie sich jedoch deutlich in den qualitativen Ausführungen. Während die Personen (Sportklettern Ja) relativ viele Details aus der Sicherungstechnik, sowie der psychischen Komponente anführen, beschränken sich die Aussagen der Personen (Sportklettern Nein) auf relativ grobe Formulierungen (z.B. „das ist anstrengend“). Dies zeigt sich nicht nur in der Länge der Antworten, sondern auch im Erzählfluss. Bei den Frauen (Sportklettern Nein) lassen sich während der Befragung längere Überlegungsphasen, größere Pausen, sowie ein eher stockender Erzählfluss beobachten, während die Männer (Sportklettern Ja und Nein) und Frauen (Sportklettern Ja) schnellere, detailliertere und längere Antworten geben. Ein weiterer qualitativer Aspekt der kognitiven Einstellungskomponente ist der Unterschied zwischen Männern und Frauen, die beide keine Erfahrungen mit dem Sportklettern haben. Während die Männer (Sportklettern Nein) ein starkes Interesse, viele spezifische Details und eine positive Meinung zu dem Film aufweisen, wird von den Frauen (Sportklettern Nein) eher eine negative bzw. distanzierte Haltung wiedergegeben. Dieses zeigt sich in den oft angeführten Themen, wie Gefahr, Risiko, Anstrengung, Sicherungsgedanke, aber auch Geselligkeit. Die direkten Erfahrungen als Kernkategorie werden in folgende Subkategorien eingeteilt:

- *Sich vorstellen*
- *Sich erinnern*

Während der Prozess des „sich Vorstellens“ prinzipiell bei jeder Person (Sportklettern Ja und Nein) möglich ist, kann der Prozess des „sich Erinnerns“ nur bei jenen Personen aktiviert werden, die auf eine persönliche Erfahrungsstruktur mit dem Einstellungsobjekt zurückgreifen können. Aufgrund der voreingenommenen Wissensstruktur wurden im Bereich der direkten Erfahrungen vermehrt Aussagen von den Personen (Sportklettern Ja) beschrieben. Dabei kann man beobachten, dass sehr viele Vergleiche zwischen dem Film und dem eigenen Klettern der Personen (Sportklettern Ja) getroffen werden. Es erfolgt ein Vergleich mit dem Medium, indem der Rezipient versucht, die neuen Erfahrungen in seine bereits bestehenden Strukturen einzuordnen. Die Sichtbarmachung des Erfahrungsunterschiedes zwischen den Personen (Sportklettern Ja) und den

Personen(Sportklettern Nein), ist an sich keine neue Erkenntnis, jedoch stellt sie eine wesentliche Voraussetzung für die Interpretation weiterer Einstellungskomponenten dar. Die kognitive Einstellungskomponente zeigt deutlich, dass es ein größeres, qualitatives Erfahrungs- und Wissensspektrum bei den Personen (Sportklettern Ja) gibt. Aufgrund dieser Analyse können folgende Trends festgehalten werden:

- *Personen(Sportklettern Ja) mit direkten Erfahrungen zum Einstellungsobjekt beschreiben mehr sportartenspezifischere Details im Sportdokumentarfilm „Am Limit“.*
- *Personen(Sportklettern Ja) mit direkten Erfahrungen im Sportklettern versuchen die neuen Informationen in ihre bestehenden Wissens- und Erfahrungsstrukturen einzuordnen.*
- *Männer (Sportklettern Nein) ohne direkte Erfahrungen im Sportklettern zeigen im Gegenteil zu Frauen (Sportklettern Nein) eine positive Haltung gegenüber dem Sportdokumentarfilm „Am Limit“.*

11.2.2. AUSWERTUNG DER AFFEKTIVEN EINSTELLUNGSKOMPONENTEN

Die affektive Komponente bezieht sich auf die Gefühle bzw. Emotionen die der Film nach der Rezeption auslöst. Dabei gibt es eine spezifische Frage nach den Gefühlen der Person und mehrere unspezifische Fragen, auf die ebenfalls von den befragten Personen eingegangen wurde:

- Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?
- Kannst du die Kletterszenen beschreiben, wo beide Brüder in Aktion gefilmt werden.
- Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder andere Kletterer auf dich gewirkt?
- Wie findest du die Einstellung von den Kletterern im Film?
- Wie würdest du die Huber-Brüder mit eigenen Worten beschreiben?

Tab. 10: Auswertung der affektiven Einstellungskomponenten

EBENE 1 (Kernkategorie)	EBENE 2 (Subkategorie)	EBENE 3 (Aussage)	Sex	Sport- kletter- n	
Spannung	Spannung	„Eigentlich mehr Spannung. Dort wo so eine Musik aufgekommen ist und man glaubte, sie fliegen jetzt runter, da war ich sehr nervös.“	W	Nein	
		„Es war schon spannend.“ „... wie der eine auf der Slackline zwischen den Bergen über den Wasserfall balanciert ist, das war Wahnsinn.“	W	Nein	
		„Wenn man es vom Schluss her sieht, dann ist eigentlich ziemlich viel Spannung in dem Ganzen, ob sie es schaffen.“	M	Nein	
	Scheitern, Unfälle	„Sie haben es ja nicht beim ersten Mal geschafft. Das macht sie irgendwie sympathisch.“	W	Ja	
		„Die haben das gefilmt als würde er abstürzen und er stürzt dann zum Schluss wirklich ab. Man sieht nicht wo er hin fällt, sondern er ist einfach weg. Man weiß nicht ob es jetzt Tote gibt oder hat er sich noch aufgefangen.“	W	Nein	
		„Der eine hat sich beide Füße gebrochen oder die Bänder gerissen und da haben sie dann ein Jahr warten müssen. Das war extrem für mich.“	W	Ja	
		„Welche Szene mir aber auch besonders gefallen hat, war wie der erste Bruder runter gefallen ist... die anderen ihn den Berg hinunter tragen... Die Szene hat mir am meisten gefallen.“	M	Nein	
		„Sie geben ihre Gefühle preis von dem was sie erleben und stehen zueinander auch wenn etwas schief geht.“	M	Ja	
	Risiko, Gefahr, Angst	„Einerseits Angst, wenn ich mir denk, dass ich da hinauf klettern müsste.“ „Auch Respekt hätte ich gesagt vor dem, was die alles auf sich nehmen und den Gefahren, die sie sich aussetzten.“	W	Ja	
	Bild- Inszenierung	Natur- Impressionen	„Das hat alles sehr schön ausgesehen.“	W	Nein
			„Sonst waren halt unglaubliche Naturaufnahmen. Wie die das mit dem Klettern gefilmt haben ist unglaublich.“ „Das war ein Wahnsinn. Da musst du so ein Glück haben, dass du diese Sonnenaufgänge und Mondszenen filmen kannst.“	W	Nein
„Wasserfälle, Flüsse und der Fels, die Tiere. Das ist alles so unberührt. Das ist total beeindruckend.“			W	Ja	
„...dass die Landschaft extrem geil ist.“			M	Nein	
„Durch die vielen Bilder die man sieht, Berge, Landschaften hat man ein gewisses Freiheitsgefühl.“			M	Ja	
Sportszenen		„Aber die Zusammenarbeit ist halt toll und die Bilder mit den Nahaufnahmen sind wahnsinnig beeindruckend.“	W	Ja	
Inszenierung von Nähe	Nicht interessant	„Normal, ich finde das war... nicht so spannend für mich.“	W	Nein	
		„Teilweise interessant und teilweise na ja.“	W	Nein	
	Sympathie, Authentizität	„Extrem arg, leidenschaftlich, sportlich und voll bei der Sache... die leben halt ihren Traum.“ „Bei den Dialogen hat man halt herausgehört, dass sie für das leben.“	W	Ja	
		„Schon Bewunderung. Ich finde das wahnsinnig, was die tun.“	W	Ja	

		„Aus sportlicher Sicht finde ich es toll. So wie sie rüber gekommen sind, waren sie auch total sympathisch. Ich könnte mir total gut vorstellen mich mit denen auf einen Kaffee zu setzen. Finde ich toll.“ „Es sind Powermänner.“		
		„Das sind ziemlich sattelfeste Jungs.“	M	Nein
		„Es kommt so rüber, wie wenn sich die nicht verstellen, sondern die sagen das einfach frei von der Seele raus, was ihnen das bringt. Das finde ich echt super.“	M	Nein
		„Was ich ziemlich respektiere und super finde, dass sie sich ihre Wünsche erfüllen und nicht nur im Leben so dahin trotten.“	M	Ja
		„Das sind lässige Kerle, die am Boden geblieben sind und nicht überheblich... die machen einfach keine Show, sondern sagen es wie es ist.“	M	Ja
	Sprache, Dialoge, Kommentare	„Ich finde cool, wie die miteinander reden. Die verschonen sich irgendwie nicht und es ist halt direkt und klar.“	W	Ja
		„Es hat alles sehr natürlich gewirkt, also nicht irgendwie gekünstelt oder klugscheißerisch... sondern es hat sehr neutral und sehr offen gewirkt.“	M	Nein
		„Durch das was sie reden und wie sie miteinander reden teilweise, hört man raus, dass ihnen das total wichtig ist... Das wird dadurch vielmehr herausgearbeitet bei den Dialogen.“ „Was mir gut gefällt, dass die bayrisch miteinander reden.“	M	Nein
		„Total menschlich und überhaupt nicht überheblich. Total mit zwei Füßen am Boden und auch total sympathisch. Ich finde die haben eine sehr interessante Einstellung.“	M	Ja

Aus den Aussagen in der Befragung sind folgende drei Kernkategorien entstanden, welche mit theoretischem Hintergrund geschlossen codiert wurden:

- *Spannung*
- *Bildinszenierung*
- *Inszenierung von Nähe*

Bei der Spannungssteigerung werden die Unfälle, das Scheitern, das Risiko, die Gefahr und die Spannung selbst beschrieben. Personen (Sportklettern Nein) haben das Schlüsselwort Spannung relativ oft verwendet. Dies könnte bedeuten, dass die dramaturgischen Spannungselemente mehr in das Wahrnehmungsfeld der Personen(Sportklettern Nein) gerückt sind, als bei den Personen(Sportklettern Ja). Auch die Bildinszenierung von Naturimpressionen und Sportszenen werden mit einer positiven Meinung bzw. Überzeugung von den befragten Personen beschrieben. Die Inszenierung von Nähe mittels Kamera-Naheinstellungen, Kommentaren und Dialogen gibt den Rezipient(innen)en die Möglichkeit, mit den Akteuren des Films in eine parasoziale Interaktion zu treten. Diese Interaktion hat bei den Frauen(Sportklettern Nein) scheinbar

nicht stattgefunden, da sie die Kommentare und die Dialogszenen uninteressant gefunden haben. Ganz im Gegenteil dazu wurde von den Männern(Sportkletterern Ja und Nein) und den Frauen(Sportkletterern Ja) ein eindeutiger Sympathiewert gegenüber den Akteuren des Films beschrieben. Die Rezipient(innen)en haben den Eindruck einer authentischen Darstellung von den beiden Akteuren. Dabei werden die Huber-Brüder mit Eigenschaftswörtern wie sympathisch, leidenschaftlich, bewundernswert, toll, natürlich, direkt, klar, nicht gekünstelt, menschlich, nicht überheblich und lässig beschrieben. Dieser Effekt steht in Zusammenhang mit der Bildinszenierung und kann einerseits auf den Bildausschnitt und andererseits auf die Kommentare zurückgeführt werden. Während die vielen Nah-Einstellungen eine visuelle Emotionalisierung der Rezipient(innen)en ermöglichen, repräsentieren die scheinbar narrativ geführten Dialogszenen kulturelle und nationale Vorlieben. Dabei wurden einerseits der bayrische Dialekt und andererseits die starke Authentizität der Akteure in den Aussagen positiv hervorgehoben. Die Rezipient(innen)en bekommen das Gefühl den Athleten nahe zu sein und entwickeln ein scheinbar freundschaftliches Verhältnis im Rahmen einer parasozialen Interaktion:

„So wie sie rüber gekommen sind, waren sie auch total sympathisch. Ich könnte mir total gut vorstellen, mich mit denen auf einen Kaffee zu setzen.“ (weiblich, Sportkletterern Ja)

Ein weiterer emotionaler Aspekt war die Thematisierung der Familie im Film, obwohl keine konkrete Frage seitens des Leitfadens dazu gestellt wurde. Dazu wurde eine Szene mit der Mutter der beiden Brüder gefilmt. In dieser Szene wurde diskutiert, warum die Söhne solche gefährlichen Risikosportarten ausüben müssen, obwohl sie daheim eine Familie mit Kindern haben. Dieses Thema hat die Rezipient(innen)en sichtlich bewegt und wurde mehrfach beschrieben.

Tab. 11: Thematisierung der Familie

EBENE 1 (Kernkategorie)	EBENE 2 (Aussage)	Sex	Sport- klettern
Negative Meinung	„Ich weiß halt jetzt, dass der eine zwei Kinder zuhause hat. Ja, wenn die Frau einverstanden ist@@ wird es wohl so sein. Ansonsten würde er das wahrscheinlich nicht machen. Aber es ist schon eine enorme Verantwortung so etwas zu tun, wenn man Kinder daheim hat.“	W	Nein
	„Der eine hat eine Familie, was ich so mitbekommen habe mit zwei Kindern, das ist schon extrem arg.“	W	Ja
	„Ich finde es toll, dass es bei den Herren, ich glaube beide haben Familie oder einer auf jeden Fall, trotzdem funktioniert. Das finde ich toll, dass der auch ein Familienleben haben kann.“ „Ich könnte mir jetzt nicht vorstellen, dass das mein Bruder oder sonst jemand betreibt und dass ich das unterstützen würde.“	W	Ja
	„Er hat eigentlich eine Familie daheim mit zwei Kindern und trotzdem nimmt er darauf keine Rücksicht“	M	Nein
Positiv Meinung	„Der Thomas hat zwei Kinder und eine Frau und lebt sein Leben genauso weiter, wie er will.“	M	Ja

Dieses Thema wurde von den Frauen (Sportklettern Ja und Nein) und von den Männern (Sportklettern Ja und Nein) unterschiedlich beschrieben und kann in folgende zwei Kernkategorien eingeteilt werden:

- *Negative Meinung*
- *Positive Meinung*

Bei drei Frauen (Sportklettern Ja und Nein), sowie einem Mann (Sportklettern Nein) wurde der Familienaspekt mit Verantwortung, Risiko bzw. Rücksichtslosigkeit beschrieben, wodurch man auf eine negative und besorgte Meinung schließen kann. Von einem befragten Mann (Sportklettern Ja) wurde die Familienthematik eher als positiv beschrieben. Zwei Männer (Sportklettern Ja und Nein) haben den Familienaspekt in der Befragung nicht erwähnt. -Aufgrund dieser Analyse können folgende Trends festgehalten werden:

- *Die affektive Einstellungskomponente des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ besteht für die Rezipient(innen)en zum größten Teil aus Spannungssteigerung, der Inszenierung von emotionalen Bildern und der Inszenierung von Nähe.*
- *Der Kommentar bildet eine emotionale Verbindung zwischen Medium und Rezipient(in) und ist damit eine Voraussetzung, um eine kulturell geprägte*

Identifikation bzw. parasoziale Interaktion zu ermöglichen, sofern die Zuseher(innen) eine positive Meinung gegenüber dem Einstellungsobjekt aufweisen.

- *Die Identifikation bzw. parasoziale Interaktion wurde einerseits von den Personen (Sportklettern Ja) und andererseits von den Männern (Sportklettern Nein) positiv beschrieben. Frauen (Sportklettern Nein) zeigen eher eine neutrale bis distanzierte Haltung gegenüber den Akteuren im Film „Am Limit“.*
- *Der Dokumentations-Charakter und die narrativ, inszenierten Dialoge bilden wesentliche Instrumente zur Verstärkung des Wirklichkeitsanspruches und der Darstellung von authentischen Welten mittels nationaler Vorlieben der Rezipient(innen)en.“*
- *Die Thematisierung der Familie im Zusammenhang mit Risiko- und Abenteuersport wurde überwiegend von Frauen (Sportklettern Ja und Nein) eher negativ und sorgenvoll beschrieben und bei den Männern (Sportklettern Ja und Nein) entweder positiv oder gar nicht erwähnt.*
- *Trotz der Darstellung von männlichen Sportkörpern, wurde von keinem der befragten Personen der Aspekt der Erotisierung erwähnt.*

11.2.3. AUSWERTUNG DER KONATIVEN EINSTELLUNGSKOMPONENTEN

Die Verhaltenskomponente bezieht sich auf jene Verhaltensänderungen, welche durch die Rezeption eines Mediums ausgelöst wird und kann aufgrund des Studiendesigns nicht wissenschaftlich nachgewiesen werden, da dieses nur bei Langzeitstudien möglich ist. Die Interpretation von möglichen konativen Wirkungen kann durchaus zutreffend sein, sofern die affektive und kognitive Komponente im Gesamteindruck übereinstimmen. Die folgende Auflistung von Aussagen über das eigene Verhalten sollen mögliche Wirkungen erkennen lassen. In der weiteren Folge wurden folgende Fragen dazu gestellt:

- Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?
- Welche persönliche „Message“ könnte der Film für dich haben?
- Welche Relevanz könnte diese „Message“ für deinen Alltag haben?

Tab. 12: Auswertung der konativen Einstellungskomponenten

EBENE 1 (Kernkategorien)	EBENE 2 (Aussage)	Sex (M/W)	Sportklettern (Ja/Nein)
Passiv	„Ich würde das eher nicht machen.“	W	Nein
Neutral	„Ich weiß nicht, ob ich es umsetzen kann, aber vielleicht irgendwann später.“	W	Ja
	„Also für meinen Alltag, ich weiß jetzt nicht, aber für das Klettern vielleicht.“ „...aber man kann sich daran ein Beispiel nehmen.“	W	Ja
Aktiv	„Das ich das auch gern machen würde. Das ich auch gern so viel Zeit hätte um mir das anzueignen.“	M	Ja
	„Er macht einfach voll Lust auf das Klettern.“	M	Nein
	„Ich wäre am liebsten selber dort.“ „Raus in die freie Natur.“ „Das ist ein Film, wo man sich Hintergrundgedanken macht und sich denkt, das wäre interessant so etwas selber einmal zu machen.“	M	Ja

Die folgenden Aussagen können eine Verhaltensreaktion in Bezug auf den Sportdokumentarfilm „Am Limit“ nicht nachweisen, jedoch liegen in der Transkription spezifische Daten auf der Basis einer Selbsteinschätzung der befragten Personen vor. Wie schon in der Theorie erwähnt, kann man aufgrund der Verhaltensaussagen keine korrekte Prognose für ein aktives Verhalten treffen, jedoch lassen sich innerhalb der Aussagen qualitative Unterschiede anführen. Für die konative Einstellungskomponente wurden folgende drei offen-codierte Kernkategorien gewählt:

- *Passiv*
- *Neutral*
- *Aktiv*

In der verhaltensorientierten Einstellungskomponente ist ein klarer geschlechtsspezifischer Unterschied innerhalb der Aussagen zu verzeichnen. Bei der Analyse der Transkription findet man immer wieder Hinweise auf verhaltensbezogene Reaktionen der befragten Personen. Drei Männer (Sportklettern Ja und Nein) gaben eine aktive Verhaltensäußerung an und erwähnten, dass sie auch gerne dort klettern würden oder dass sie unbedingt wieder einmal raus in die freie Natur müssten. Im Gegensatz dazu wurde die Ablehnung von einer Frau (Sportklettern Nein) eher verstärkt. Die Frauen (Sportklettern Ja) beschreiben in ihren Aussagen, eine eher neutrale Haltung, welche aber nicht mit der Euphorie der männlichen Aussagen vergleichbar ist. Aufgrund dieser Analyse kann folgender Trend festgehalten werden:

- *Bei den Männern(Sportklettern Ja) führt die Rezeption des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ zu einer deutlicheren Erhöhung der Verhaltensintention als bei den Frauen(Sportklettern Ja und Nein).*

12. ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die qualitative Auswertung der Wirkungen des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ bei jungen Männern und Frauen zeigt nicht nur relativ starke Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede zwischen den Geschlechtern, sondern liefert auch die Grundlage für weiterführende, wissenschaftliche Fragestellungen im Bereich des Abenteuer- und Risikosports. Pepe Danquart wollte mit dem Sportdokumentarfilm „Am Limit“ nicht nur einen reinen Kletterfilm schaffen, sondern auch einen Film inszenieren, der ein breites Publikum anspricht. Die Botschaft des Films wurde von allen befragten Personen relativ homogen wahrgenommen und bezog sich darauf, dass man seine Träume leben muss.

„Für mich hat er ganz klar die Message, da gibt’s eigentlich nur eine, die da wirklich gut herauskommt, dass man seine Träume leben soll und das man sie nicht aufgeben soll... Der eine Philosoph ist für mich ja irgendwie die Stimme von dem Film... ich finde der Film ist nicht nur ein Kletterfilm, sondern es geht eigentlich in erster Linie um diese Message...“ (männlich, Sportklettern nein)

„Am Limit“ ist ein Sportdokumentarfilm, welcher mittels Spannung, Bildinszenierungen, sowie der Inszenierung von Nähe, die Gefühle der Zuseher(innen) berührt und so zu einer tieferen Ebene des Erlebens führt. Die Darstellung des Films erhebt einen intensiven Wirklichkeitsanspruch. Echte Akteure geben den Zuseher(innen)n einen Einblick in ihre Welt und zeigen tatsächlich stattgefundene Handlungen. Der Kommentar verstärkt die emotionale Verbindung zwischen Medium und Rezipient(innen). Während man die Huberbrüder beim Klettern mit spannungsgeladener Musik beobachtet, wechselt der Bildschnitt regelmäßig zwischen den Spannungs- und Entspannungsszenen, während beide Akteure ihre Emotionen, Erwartungen bzw. Ziele kommentieren. Die Zuseher(innen) tauchen in die scheinbar authentische Darstellung einer rauen und exponierten Felsenlandschaft ein und die Grenze zwischen definierter Sportwelt und individueller Sozialwelt löst sich langsam auf. Der Grad der Inszenierung verliert an Bedeutung, und es entstehen Identifikationen, parasoziale Kommunikation, sowie selektive Wahrnehmungsprozesse. Dabei fällt auf, je attraktiver, bekannter und glaubwürdiger der Sportdokumentarfilm „Am Limit“ empfunden wird, umso weniger

werden die Wirkungen als manipulierend eingestuft und umso stärker scheint die Tendenz der Rezipient(innen)en die Schlussfolgerungen des Films zu akzeptieren. Dabei stellt sich die Frage, welche manipulierenden Wirkungen man dem Genre des Abenteuer- und Risikosports zukommen lassen kann, da in dieser Sportsparte doch eine gewisse populäre Bewunderung seitens junger Männer und Frauen zu beobachten ist? Welches Potential an Manipulationsmechanismen bietet die Darstellung von scheinbar authentischen Sportwelten im Abenteuer- und Risikosport für das „Dreieck“ von Sport, Wirtschaft und Medien?

Personen, die selber Sportklettern, haben es leichter bei der Rezeption des Films, da sie die neuen Informationen in bereits bestehende Erfahrungsstrukturen einordnen können. Dieser Vorteil erlaubt ihnen eine schnellere und spezifischere Informationsaufnahme, da sie effizienter, klarer und zeitlich stabiler auf bestehendes Wissen zugreifen können. Personen, die nicht auf dieses Vorwissen zugreifen können, vollziehen während der Rezeption einen Lernprozess und können nach der Rezeption nicht so viele Detailinformationen wiedergeben. Dieses kognitive Einstellungsmuster zeigt sich sehr oft, wenn die befragten Personen einen Vergleich zwischen ihren eigenen Erfahrungen und dem Einstellungsobjekt schildern.

„Klettertechnisch finde ich das Oberhammer was die leisten. Was die klettern, würde ich auch gerne können.“ (männlich, Sportklettern ja)

Der Abenteuer- und Risikosport bietet vor allem für junge Männer eine Möglichkeit der Identifikation und es zeigen sich bei der Analyse des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ relativ klassische Rollenverteilungen. Verbindet man die Ergebnisse der Analyse mit dem schematheoretischen Prozessmodell von Axelrod (1973, zit.n. Bonfadelli), dann ergeben sich klare geschlechterspezifische Effekte. Dabei fällt auf, dass die Wirkungen des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ in das Schema der Männer besser integriert werden können, als bei den Frauen, was eventuell auf die Darstellung der beiden männlichen Hauptakteure im Film zurückzuführen ist. Frauen, welche keinerlei persönliche Erfahrungen mit der Sportart haben, stoßen bei dem Film eher auf eine inkonsistente Information, wodurch die alte distanzierte Haltung gegenüber dem Einstellungsobjekt beibehalten wird. Dieser Effekt zeigt sich vor allem in der positiven Grundhaltung aller Männer bzw. jener Frauen, welche die Sportart selbst betreiben. Sie beschreiben den Film als sehenswert und finden die Akteure sympathisch. Des Weiteren beschreiben die Männer, bzw. auch die sportklettererfahrenen Frauen eine stärkere parasoziale Kommunikation.

„So, wie sie rüber gekommen sind, waren sie auch total sympathisch. Ich könnte mir total gut vorstellen, mich mit denen auf einen Kaffee zu setzen.“ (weiblich, Sportklettern ja)

Diese Ergebnisse zeigen, dass der Abenteuer- und Risikosport noch immer eine wichtige Rolle im männlichen Identifikationsprozess darstellt. Die Gründe dafür liegen laut Wasserteurer (2004, zit.n. Voglsinger, 2009, S.18) in dem weiblich geprägten Umfeld, in dem es für heranwachsende Burschen schwierig ist, sich mit männlichen Geschlechterrollen zu identifizieren. Gerade Burschen sind daran gewöhnt, sich ihre Vorbilder in den Medien zu suchen. Dieses Muster aus der Kindheit könnte ein Grund für die positive Identifikation von Männern mit dem Abenteuer- und Risikosport sein.

Ein Phänomen des Abenteuer- und Risikosports ist die geschlechterspezifische Thematisierung der Familie im Zusammenhang mit lebensgefährlichen bzw. risikoreichen und zweckfreien Handlungen. Dabei wurde von allen befragten Frauen, aber auch von einem nichtkletternen Mann eine deutlich-negative und sorgenvolle Haltung in Bezug auf die Familie und die Kinder der Akteure beschrieben. Die beiden Männer, welche die Sportart selbst betreiben, haben im Gegensatz dazu, eine positive Haltung gegenüber den risikoreichen Handlungen beschrieben bzw. die Familienthematik auch nicht bewertet. Dieses Muster scheint laut Sudy (2009, S.25) auf ein gesellschaftliches Rollenverhalten der Frauen als Mutter und Erzieherin hinzuweisen, welche sich selber mit dem Einstellungsmedium in Beziehung setzen und dadurch, das Verhalten von Abenteuer- und Risikoakteur(innen)en als sozial-verantwortungslos bezeichnen. Eine andere Erklärung wäre, dass Männer laut Studien und Unfallstatistiken wesentlich risikofreudiger sind als Frauen, wodurch vielleicht unterschiedliche Risiko-Toleranzen entstehen.

„Aber es ist schon eine enorme Verantwortung so was zu tun, wenn man weiß, man hat Kinder daheim.“ (weiblich, Sportklettern Nein)

Ein weiterer Aspekt des Abenteuer- und Risikosports wäre die Erotisierung, welche trotz der Darstellung von männlichen Sportkörpern, weder von Frauen noch von Männern angesprochen wurde. Der Klettersport bezieht sich zu einem überwiegenden Teil auf den Leistungscode und bietet daher eine relativ geschlechtsneutrale Behandlung von Männern und Frauen. Laut Bucher (2001, S.198) wird der Inszenierung von Weiblichkeit bzw. Männlichkeit in der Sportkletterszene nur wenig Raum gegeben. Der Leistungscode hat im Klettersport auch nicht die Möglichkeit, auf unterschiedliche Leistungen von Frauen und Männern hinzuweisen, da das Weltklassenniveau bei beiden Geschlechtern sehr eng

zusammenliegt. Dieses ergibt sich aus der bereits schon erwähnten Thematik von Körpergewicht, Klettertechnik, Beweglichkeit und Kraft.

Um Einstellungen beschreiben oder messen zu können, müsste man laut Literatur auch das Verhalten der Personen mit einbeziehen. Da dieses nur in Studien möglich ist, in denen Personen über einen längeren Zeitraum beobachtet werden, soll folgende geschlechtsspezifische Verhaltensintention festgehalten werden. Der Film wurde von den Männern, welche die Sportart selber betreiben, mit einer deutlich aktiveren Verhaltensintention beschrieben, als von den Frauen. Während die Männer nach der Filmrezeption im Interview erzählten, dass sie die Sportart gerne aktiv ausprobieren würden bzw., dass der Film für sie sehr animierend gewesen sei, zeigten die Frauen eine distanzierte bzw. eher ablehnende Verhaltensintention. Eine Verhaltensintention ist zwar noch bei weitem keine durchgeführte Handlung, jedoch kann man die Beschreibungen der Rezipient(innen)en immerhin als einen gewissen Handlungsvorsatz deuten.

„Er macht einfach voll Lust auf das Klettern.“ (männlich, Sportklettern nein)

„Ich würde das eher nicht machen.“ (weiblich, Sportklettern nein)

Zum Schluss soll noch einmal erwähnt werden, dass die Ergebnisse dieser Arbeit als qualitativer Beitrag für weiterführende Untersuchungen zu verstehen sind. Die in dieser Analyse aufgezeigten Phänomene und von den Rezipient(innen)en beschriebenen Themenkomplexe ergeben eine Übersicht über mögliche Wirkungen des Sportdokumentarfilms „Am Limit“ im Bereich des Abenteuer- und Risikosports. Die Thematisierung des Abenteuer- und Risikosports scheint im Zeitalter des 21. Jahrhunderts nicht nur als populär, sondern auch als äußerst komplex. Gerade die Individualisierung, welche in diesen Sportbereichen zu beobachten ist, stellt eine große Herausforderung an die qualitative Feldforschung. Unterschiedliche Meinungen, Ansichten, Einstellungen, Weltbilder oder Sinnhorizonte prägen zunehmend die alternative Bewegungslandschaft. Die Darstellung von Abenteuer- und Risikosportarten ist somit ein wesentlicher Indikator für gesamtgesellschaftliche Entwicklungen und sportspezifische Gegenentwürfe. Dabei stoßen die verschiedenen Forschungsdisziplinen der Sportsoziologie, Sportpsychologie und Sportpädagogik immer wieder auf die Grenzen zwischen qualitativer Interpretation und quantitativer Nachweisbarkeit, um die Zusammenhänge von Sportwelten und Sozialwelten zu erklären. Hiermit soll ein wissenschaftlicher Überblick über die komplexe Thematik des Abenteuer- und Risikosports gegeben sein, welcher hoffentlich einige Fragen beantworten konnte und weitere Fragen entstehen lässt.

13. LITERATURVERZEICHNIS

- Arns, A. (2000). Zur Geschichte des Großkinos. In I. Schenk (Hrsg.), *Erlebnisort Kino* (S.15-33). Marburg: Schüren Verlag.
- Bette, K.-H. (2004). *X-treme-Zur Soziologie des Abenteuer- und Risikosports*. Bielefeld: Transcript.
- Bohnsack, R. (2003). Film- und Videoarbeit. In R. Bohnsack, W. Marotzki & M. Meuser, (Hrsg.), *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung – Ein Wörterbuch* (S.62-67). Opladen: Leske & Budrich.
- Bonfadelli, H. (2004). *Medienwirkungsforschung I – Grundlagen*, (3. Aufl.), Konstanz: UVK-Verlag.
- Bonfadelli, H. (2004). *Medienwirkungsforschung II – Anwendungen*, (2. Aufl.), Konstanz: UVK-Verlag.
- Breckner, R. (2003). Körper im Bild. Eine methodische Analyse am Beispiel einer Fotografie von Helmut Newton. *Zeitschrift für qualitative Bildungs-, Beratungs- und Sozialforschung*, 1, 33-60.
- Bublitz, H. (2010). Geschlecht. In H. Korte & B. Schäfers, (Hrsg.), *Einführung in die Hauptbegriffe der Soziologie*, (8. Durchgesehene Aufl.), (S.87-106). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bucher, T., Hitzler, R. & Niederbacher, A. (2001). *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*. Opladen: Leske und Budrich.
- Bühler, K. (2007). *Berliner Zeitung*, Zugriff am 10.05.2010 unter www.film-zeit.de
- Denzin, N. K. (2003). Reading Film – Filme und Videos als sozialwissenschaftliches Erfahrungsmaterial. In U. Flick, E. V. Kardoff & I. Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung. Ein Handbuch* (2. Aufl.). (S.416-429). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Dieckert, J. (2002). Spaß und Erlebnis. In J. Dieckert & C. Wopp (Hrsg.), *Handbuch Freizeitsport* (134, S.229-234). Schorndorf: Hoffmann Verlag
- Dinkelaker, J. & Herrle, M. (2009). *Erziehungswissenschaftliche Videographie*, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Diketmüller, R. (2006). Sport im Unterhaltungsfilm und die Inszenierung von Geschlechterverhältnissen. In B. Rulofs & I. Hartmann-Tews (Hrsg.), *Handbuch Sport und Geschlecht* (S.243-250). Schorndorf: Hoffmann Verlag.
- Dorer, J. (2007). Mediensport und Geschlecht. *Impulse*, 62, 25-31.

- Effenberg, O. A. (2000). Der bewegungsdefinierte Sound, In H. Altenberger (Hrsg.). *Medien im Sport – zwischen Phänomen und Virtualität* (S.67-75). Schorndorf: Karl Hofmann Verlag.
- Elsaesser, T. (2000). Vom kollektiven Publikum zum individuellen Zuschauer. In I. Schenk (Hrsg.), *Erlebnisort Kino* (S.34-54). Marburg: Schüren Verlag.
- Fenk, A. (1986). Die Symbiose zwischen Sport und Medien. *Beiträge zur Medienpädagogik – Sehen Hören Bilden*, 25 (142), 8-14.
- Flick, U. (2002). *Qualitative Sozialforschung*. (6. Aufl.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Florschütz, G. (2005). *Sport in Film und Fernsehen – Zwischen Infotainment und Spektakel*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Friebertshäuser, B., Langer, A. & Prengel, A. (2010). *Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft*, München: Juventa Verlag.
- Fröhlich, V. (1994). *Psychoanalyse und Behindertenpädagogik*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Fuhs, B. (2003). Fotografie und qualitative Forschung – Zur Verwendung fotografischer Quellen in den Erziehungswissenschaften. In B. Friebertshäuser & A. Prengel (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft* (S.265-285). München: Verlag Weinheim.
- Gabler, H., Nitsch, J.R. & Singer, R. (2004). *Einführung in die Sportpsychologie-Teil 1*, (4 unveränderte Aufl.). Schorndorf: Karl Hofmann Verlag.
- Grimm, J. (2005). *Methoden der Kommunikationsforschung mit Rezipientenbezug*. Zugriff am 18.05.2010 unter http://www.univie.ac.at/ipkw-lammgasse-grimm/src/LV_SOSE_05/VWien03Praes03RezAna.pdf
- Gumbrecht, H. U. & Deggerich, G. (2005). *Lob des Sports*. Frankfurt: Suhrkamp
- Hartmann-Tews, I. & Rulofs, B. (2007). Zur Geschlechterordnung in den Sportmedien – Traditionelle Stereotypisierungen und Ansätze ihrer Auflösung. In T. Schierl (Hrsg.) *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S.137-150). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Hickethier, K. (2000). Kino in der Erlebnisgesellschaft. In I. Schenk (Hrsg.), *Erlebnisort Kino* (S.150-165). Marburg: Schüren Verlag.
- Hickethier, K. (2003). *Einführung in die Medienwissenschaften*. Stuttgart: Metzler Verlag.
- Hitzge, M. (2009). Bewegte Bilder für bewegte Interaktion – videographische Methodenkonzepte am Beispiel der ZeitRäume-Studie. *Leipziger Sportwissenschaftliche Beiträge*, 50, 48-63.

- Horky, T. (2009). Sozialpsychologische Effekte der Bildinszenierung und –Dramaturgie im Mediensport. In H. Schramm & H. Marr, (Hrsg.), *Die Sozialpsychologie des Sports in den Medien*. (Sportkommunikation V, S.93-109). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Hotz, A. (2000). Gezielter Medieneinsatz zur Steuerung von Lern- und Lehrprozessen. In H. Altenberger (Hrsg.) *Medien im Sport – zwischen Phänomen und Virtualität* (S.12-34). Schorndorf: Karl Hofmann Verlag.
- Höfer, A. (2006). *Doppelpass – Frankfurter Fußballfilm Festival*. Symposium am 03.Juni.
- Kohler, M. (2007). *Film-Dienst*, Zugriff am 10.05.2010 unter www.film-zeit.de
- Köhler M. (2007). *br-online.de*, Zugriff am 10.05.2010 unter www.film-zeit.de
- Kraus, L. & Schwiersch, M. (1996). *Die Sprache der Berge: Handbuch der alpinen Erlebnispädagogik* (1.Aufl.). Alling: Sandmann.
- Lehmann, R. (1999). *Sportklettern als persönlichkeitsbildendes Medium*. Diplomarbeit. Fachhochschule Düsseldorf.
- Leonhard, D. J. & King, R. (2006). Screening the social – An introduction to sport cinema. In R. King & D. J. Leonhard (Hrsg.), *Visual Economies of/in Motion – Sport and Film* (S.1-12). New York: Peter Lang Publishing.
- Marshall, W.R. & Rodriguez, J. (2006). Floating – Surfing and Signification. In Leonhard, In R. King & D. J. -Leonhard (Hrsg.), *Visual Economies of/in Motion – Sport and Film* (S.13-32). New York: Peter Lang Publishing.
- Mayring, Ph. (1996). *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken* (S.32-35). Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Merten, K. (2007). *Einführung in die Kommunikationswissenschaften* (3 Aufl.). Berlin: LIT-Verlag.
- Mollenhauer, K. (2003). Methoden erziehungswissenschaftlicher Bildinterpretation. In B. Friebertshäuser & A. Prengel (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft* (S.247-264). München: Verlag Weinheim.
- Müller, A. (2008). *Risikosport-Suizid oder Lebenskunst*. Merus Verlag: Hamburg.
- Müller, K. (2007). *Tagesspiegel*. Zugriff am 10.05.2010 unter www.film-zeit.de
- Neumann, P. (2002). Wagnis und Abenteuer. In J. Dieckert & C. Wopp (Hrsg.), *Handbuch Freizeitsport*, 134, 235-241.
- Opaschowski, H. W. (2000). *Xtrem-Der kalkulierte Wahnsinn-Extremsport als Zeitphänomen*. German Press Verlag: Hamburg.
- Perwitzschky, O. (2009). *Besser Klettern*. BLV-Buchverlag.
- Rank, M. (2004), *Medienpädagogik im Sport – Grundlagen und Anwendung eines Kompetenzmodells*. Hamburg: Dr. Kovac Verlag.

- Rettenwander, A. (2003). Risiko und Extremsport, Zugriff am 16.08.2010 unter <http://www.psychologie-und-gesundheit.at/Texte/Risiko&Extremsport.pdf>
- Rheinberg, F. (1997). *Motivation*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Rother, H. J. (2007). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, Zugriff am 10.05.2010 unter www.film-zeit.de
- Rottensteiner, H. (2007). *Felsklettern-Motive im Spiegel gesellschaftlicher Veränderung*. Diplomarbeit. Universität Wien.
- Rulofs, B & Hartmann-Tews, I. (2006). Zur sozialen Konstruktion von Geschlecht in der medialen Vermittlung von Sport. In B. Rulofs & I. Hartmann-Tews (Hrsg.), *Handbuch Sport und Geschlecht*, (Band 158). (S.230-242) Schorndorf: Hofmann Verlag.
- Rusch, G. (2002). *Einführung in die Medienwissenschaften - Konzeption, Theorie, Methoden, Anwendungen* (1.Aufl). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Ränsch-Trill, B. (2004). Voyeurismus des Mediensports. In T. Schierl (Hrsg.), *Die Visualisierung des Sports in den Medien* (S.82-95). Köln: Halem Verlag.
- Schauerte, T. & Schwier, J. (2004). Die Telegenisierung von Sportereignissen. In T. Schierl (Hrsg.), *Die Visualisierung des Sports in den Medien* (S.164-186). Köln: Halem Verlag.
- Schellhaaß, H. M. & Fritsch, C. (2007). Sport im Fernsehen als Grundversorgung. In T. Schierl (Hrsg.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S.243-255). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Scherer H. (2004). Die Darstellung von Emotionen in der Sportberichterstattung, In T. Schierl (Hrsg.), *Die Visualisierung des Sports in den Medien* (S.214-240). Köln: Halem Verlag.
- Scherzer, K. (2006). *Medienrealität von Sportidentifikationsfiguren*, Diplomarbeit, FH-St.Pölten, Medienmanagement.
- Schierl, T. (2004). Ästhetisierung als produktpolitisches Instrument medial vermittelten Sports, In T. Schierl (Hrsg.) *Die Visualisierung des Sports in den Medien* (S.135-163). Köln: Halem Verlag.
- Schierl, T. & Bertling, C. (2007). Personalisierung und Prominenz in der Sportberichterstattung, In T. Schierl (Hrsg.) *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S.155-181). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Schierl, T. & Ludwig, M. (2007). Visualisierung und Ästhetik des Sports in den Medien, In T. Schierl (Hrsg.) *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S.94-109). Schorndorf: Hofmann-Verlag.

- Schierl, T. & Schaaf, D. (2007). Der Einsatz von Sportlern als Testimonials in der Werbung, In T. Schierl (Hrsg.) *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S.294-307). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Schnotz, W. (2000). Psychologische Aspekte des Lernens in Multimedia, In H. Altenberger (Hrsg.), *Medien im Sport – zwischen Phänomen und Virtualität* (S.142-161). Schorndorf: Karl Hofmann Verlag.
- Schramm, H. (2007). Mediensport und seine Wirkungen, In T. Schierl (Hrsg.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S.212-221). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Schwier, J. (2002). Sport im Fernsehen – Angloamerikanische Studien zum Phänomen des Mediensports. In J. Schwier (Hrsg.), *Mediensport – Ein einführendes Handbuch* (S.1-6). Schorndorf: Schneider Verlag Hohengehren.
- Sperl, R. & Wagner S. (2010). *Red Bulletin*, Ausgabe September
- Stahlberg, D. & Frey, D. (1996). Einstellungen: Struktur, Messung und Funktion, In W. Stroebe, M. Hewstone & G. M. Stephenson (Hrsg.), *Sozialpsychologie – Eine Einführung* (3.Aufl.). (S.219-252). Springer-Verlag: Heidelberg Berlin.
- Stern, M. (2009). *Digitale Medien und Sport: Fotografie als Forschungsinstrument und Daten-Quelle am Beispiel einer ethnographischen Untersuchung des „Snowboarding“*, *Landessportbund Berlin*, 50, 64-81.
- Stiehler, H. J. (2007). Sportrezeption zwischen Unterhaltung und Information, In T. Schierl (Hrsg.) *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S.182-197). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Stollenwerk, H. J. (1996). Zuschauer-Medien, In W. Tokarski, (Hrsg.), *Edition, Sport & Freizeit* (S.18-21). Aachen, Meyer & Meyer Verlag.
- Stolp, M. (2007). Critic.de, Zugriff am 10.05.2010 unter www.film-zeit.de
- Strauss, B. (2002). Zuschauer und Mediensport, In J. Schwier (Hrsg.), *Mediensport – Ein einführendes Handbuch* (S.151-172). Schorndorf: Schneider Verlag.
- Sudy, B. (2009). *Bedeutungsaspekte im Extrem- und Risikosport*. Diplomarbeit, Medizinische Universität Graz.
- Tolle, E. (2000). *Jetzt – Die Kraft der Gegenwart: Ein spiritueller Leitfaden zum Erwachen*. Bielefeld: J. Kamphausen Verlag.
- Voglsinger, V. (2009). Grundschule ohne Männer – Zur pädagogischen Relevanz von Lehrern und ihre Berufswahlmotive, Diplomarbeit, Universität Wien.
- Webber, D. (2005). *Geschlechterkonstruktion und Sozialpsychologie. Theoretisches Modell und Analyse in Studien zum Pflegeberuf*. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Weidenmann, B. (2002). Multicodierung und Multimodalität im Lernprozess, In I. Klimsa (Hrsg.) *Information und Lernen mit Multimedia und Internet* (3 Aufl.). (S.45-62). Weinheim: Psychologie Verlags Union

- Weiß, O. (1999). *Einführung in die Sportsoziologie*, Wien: WUV-Universitätsverlag
- Wolters, P. (2005). Vom Video zum Text, *Spectrum* 17, 1, 24-37.
- Zimmermann, B. (1999). Literaturwissenschaftliche Methoden der Medienanalyse. In J.F. Leonhard & H. W. Ludwig (Hrsg.). *Medienwissenschaften: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*. (S.232-243) Berlin: de Gruyter.

14. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Thomas und Alexander Huber (Lechsner, 2009, S.33)	6
Abb. 2: Dreikomponentenmodell (Eagly & Chaiken, 1993, S.10, zit.n. Stroebe, 1996, S.221).....	28
Abb. 3: Einstellung mediatisieren Medienwirkungen (Rosenberg & Hovland; 1960, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.98).....	29
Abb. 4: S-R-Modell der Medienwirkung (Merten, 2007, S.55)	35
Abb. 5: S-O-R-Modell der Medienwirkungen (Allport, 1953; zit.n. Bonfadelli, 2004, S.32)	35
Abb. 6: Prozessmodell der Medienzwendung (Schenk, 2002, S.632, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.169)	36
Abb. 7: Schematheoretisches Prozessmodell (Axelrod, 1973, S.1251, zit.n. Bonfadelli, S.218).....	37
Abb. 8: Agenda-Setting-Funktion der Massenmedien (Bonfadelli, 2004, S.237)	38
Abb. 9: Das Feldmodell der Massenkommunikation (Maletzke, 1963, S.63, zit.n. Rusch, 2002, S.107)	39
Abb. 10: Prozessmodell von Medien-Einstellungs-Reaktionen modifiziert nach Maletzke (1963, S.63, zit.n. Rusch, 2002, S.107) Rosenberg & Hovland (1960, zit.n. Bonfadelli, 2004, S.98) und Eagly & Chaiken (1993, S.10, zit.n. Stroebe, 1996, S.221)	42
Abb. 11: Einteilung der befragten Personen.....	74

15. TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1: Formen des Sportkletterns.....	13
Tab. 2: Elemente des Dokumentarfilms bei „Am Limit“.....	18
Tab. 3: Kino-Zuschauerzahlen „Am Limit“	20
Tab. 4: Eckdaten des Sportdokumentarfilms „Am Limit“	20
Tab. 5: Entwicklung des Sportfilms	47
Tab. 6: Ästhetisierungsbereiche im Mediensport.....	52
Tab. 7: Allgemeine Daten	75

Tab. 8: Formulierungen.....	78
Tab. 9: Auswertung der kognitiven Einstellungskomponenten	79
Tab. 10: Auswertung der affektiven Einstellungskomponenten	83
Tab. 11: Thematisierung der Familie.....	86
Tab. 12: Auswertung der konativen Einstellungskomponenten	88

16. ANHANG

16.1. TRANSKRIPTION

THEMA: GESCHLECHTSPERSPEKTIVEN AM BEISPIEL DES
SPORTKLETTERFILMS „AM LIMIT“

Interviewer: Bakk.Gabriel Alexander

Namensabkürzungen	I: (Interviewer) X: (Interviewte Person)
Pausen	..kurze Pause (2Sek) ...lange Pause (4Sek)
Lachen	@ kurzes Lachen @3@ längeres Lachen mit Sekundenangabe @hallo@ lachend gesprochener Text

1.INTERVIEW

Geschlecht	Weiblich
Betreibt Sportklettern	Nein
Alter	17
Ausbildung	Gymnasium laufend
Beruf	Nein
Sonstige Sportarten	Nein

1-TEIL (Fragen vor der Filmrezeption)

I: Erzähl mir bitte alles was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?

X: Also ich glaube, dass es anstrengend ist und man muss es sich auch trauen, weil es gefährlich ist. Ich würde das nicht ohne einer Sicherung machen.

I: Was verbindest du mit dem Begriff „Extremsport „?

X: Wenn man dann vielleicht nicht gesichert ist oder meinst du allgemein?

I: Was dir zu dem Begriff einfällt?

X: Wenn man etwas macht, was andere Leute nicht machen und man möchte das unbedingt schaffen. Das ist halt gefährlich und gibt einem den Kick.

2-TEIL (Fragen nach der Filmrezeption)

I: Kannst du den Film überblicksmässig mit eigenen Worten beschreiben?

X: Da waren zwei Brüder, die wollten die Nase besteigen und den Rekord brechen. Sie haben geübt oder geprobt, dann ist aber ein Unfall passiert und sie haben es nicht mehr machen können. Sie haben es dann erst im nächsten Jahr machen können und dazwischen sind sie woanders geklettert. Wie hat das geheißen?

I: Meinst du Patagonien?

X: Ja genau. Nach dem einen Jahr wollten sie dann den Rekord brechen, aber sie haben es nicht geschafft, weil einer runtergefliegen ist.

I: Kannst du „Speedklettern“ mit eigenen Worten beschreiben, um was geht es da eigentlich?

X: Es geht um Schnelligkeit. Das man, dass schnell macht.

I: Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?

X: Spannung und Nervosität. Eigentlich mehr Spannung. Dort wo so eine Musik aufgekommen ist und man glaubte, sie fliegen jetzt runter, da war ich sehr nervös.

I: Wie haben die Naturbilder auf dich gewirkt?

X: Das hat alles sehr schön ausgesehen.

I: Wie war das in der Szene wo sie in Patagonien waren und der Wind die ganze Zeit gegangen ist?

X: Sie haben dort abgebrochen, weil zu viel Wind gegangen ist und das zu gefährlich gewesen wäre.

I: Kannst du die Kletterszenen mit eigenen Worten beschreiben, wo beide Brüder in Aktion gefilmt werden?

X: Sie halten immer zusammen und passen gegenseitig auf sich auf. Sie wollen nicht, dass irgendetwas passiert.

I: Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder anderen Kletterer auf dich gewirkt?

X: Normal, ich find das war nicht so spannend für mich. Ich habe das Andere viel spannender gefunden, wie sie die ganze Zeit hinaufgeklettert sind.

I: Wie findest du die Einstellung von den Kletterern im Film?

X: Mit dem Risiko?

I: Zum Beispiel mit dem Risiko?

X: Irgendwie haben sie recht, weil wenn man nichts riskiert, ist das Leben ja auch fad. Ich würde es trotzdem nicht machen. Ich würde trotzdem nie auf irgendetwas hinaufklettern. Also ich würde da nichts riskieren.

I: Man könnte es ja auch auf andere Lebensbereiche umsetzen, oder?

X: Ja eh, aber ich mag das nicht so.

I: Wie würdest du die Huber-Brüder mit eigenen Worten beschreiben?

X: Sie sind risikofreudig und sie sind gute Kletterer... Sie helfen immer zusammen.

I: Was macht sie für dich besonders?

X: Das sie immer zusammenhelfen...

I: Welche persönliche Message könnte der Film für dich haben?

X: Ich denke irgendwie nicht so viel darüber nach. Ich denke eher, dass ich das nicht machen würde. Aber wenn jemand klettert, denkt er vielleicht, das wäre cool, wenn ich das einmal machen würde. Das ist etwas Besonderes. Aber ich würde es nicht machen.

I: Welche Relevanz könnte diese Message für deinen Alltag haben

X: Eher nicht.. @bisschen kurz halt@

2.INTERVIEW

Geschlecht	Weiblich
Betreibt Sportklettern	Nein
Alter	23
Ausbildung	Konditor
Beruf	Kellnerin
Sonstige Sportarten	Reiten

1-TEIL (Fragen vor der Filmrezeption)

I: Erzähl mir bitte alles was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?

X: Spaß... Etwas mit Freunden oder in Gruppen erleben. Man kann es im Freien machen und es ist eine gute Ausdauer für den Körper.

I: Was verbindest du mit dem Begriff „Extremsport,,?

X: Das ist gefährlich. Man geht bis an seine Grenzen und es kann gefährlich werden. Eine steile Wand, die man z.B. ungesichert hinauf geht.

2-TEIL (Fragen nach der Filmrezeption)

I: Kannst du den Film überblicksmässig mit eigenen Worten beschreiben?

X: Den kompletten Film?

I: Nur was bei dir hängen geblieben ist.

X: Das mit dem auf die Nase klettern. Das in Patagonien.. Ich habe am geilsten gefunden, wo sie in Patagonien geklettert sind und der eine auf der Slackline zwischen den Bergen und über dem Wasserfall balanciert ist. Das war ein Wahnsinn. Sonst waren halt unglaubliche Naturaufnahmen. Wie die das mit dem Klettern gefilmt haben ist unglaublich.

I: Kannst du „Speedklettern“ mit eigenen Worten beschreiben?

X: Rein um Zeit@

I: Was war das Ziel?

X: Etwas zum schnellstmöglichen Zeitpunkt hinzubekommen.

I: Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?

X: Es war schon spannend. Ich habe es arg gefunden, wie sie den Traum gefilmt haben und er hatte diesen Alptraum. Die haben das gefilmt, als würde er abstürzen. Er stürzt ja dann zum Schluss wirklich ab. Man sieht nicht wo er hinfällt, sondern er ist einfach weg und das war schon arg. Man weiß nicht, ob es jetzt Tote gibt oder hat er sich noch aufgefangen. Da merkt man halt wie nah das Ganze am Abgrund ist.

I: Wie haben dir die Naturszenen gefallen?

X: Das war ein Wahnsinn. Du musst so ein Glück haben, das du diese Sonnenaufgänge und Mondszenen filmen kannst.

I: Wie haben dir die Patagonienszenen in den Zelten gefallen?

I: Ja, das war witzig. War aber nicht so weltbewegend @oder aufregend@. Das hab ich weniger interessant gefunden. Habe ich nicht wirklich notwendig gefunden.

I: Kannst du die Kletterszenen mit eigenen Worten beschreiben, wo beide Brüder in Aktion gefilmt werden?

X: Sie handeln schnell und reden teilweise nur ganz kurz miteinander, dann geht es schon weiter.

I: Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder anderen Kletterer auf dich gewirkt?

X: Teilweise interessant und teilweise naja. Ich meine, dass sind halt Brüder und was die geredet haben ist ja bei jeder Partnerschaft, Freundschaft, Familie oder Liebe. Da passieren halt solche Sachen.

I: Wie findest du die Einstellung von den Kletterern im Film?

X: Das war schon toll, dass er gemeint hat, viele leben ihre Träume nicht und lassen das Leben einfach nur dahin. Sie versuchen ihre Träume zu leben. Sie brauchen das um zu leben und sie brauchen auch ein Ziel.

I: Wie würdest du die Huber-Brüder mit eigenen Worten beschreiben?

X: Sympathisch. Ich weiß halt jetzt, dass der eine zwei Kinder zuhause hat. Ja, wenn die Frau einverstanden ist@@ wird es wohl so sein. Ansonsten würde er das wahrscheinlich nicht machen. Aber es ist schon eine enorme Verantwortung so etwas zu tun, wenn man Kinder daheim hat.

I: Was macht sie für dich besonders?

X: Ich denke mir, es gibt überall auf der Welt solche Verrückte@@. Vielleicht welche die nicht so bekannt sind. Aber sie haben schon einiges geschafft und das ist sicherlich enorm. Auch das man bereit ist, sein Leben dafür her zu geben.

I: Welche persönliche Message könnte der Film für dich haben?

X: Man sollte sich daran erinnern, dass man nicht nur da ist um jeden Tag gleich zu verbringen und dem Trott nachzugehen, sondern man sollte sich schon trauen seinen Traum zu verwirklichen.

I: Welche Relevanz könnte diese Message für deinen Alltag haben?

X: Da muss man halt auch der Mensch sein, der sich Ziele für den Alltag setzt oder man setzt sich das für sein Hobby und schaut, dass man in der Freizeit etwas macht. Arbeit ist halt normale Arbeit. Das sieht glaube ich jeder anders.

3.INTERVIEW

Geschlecht	Weiblich
Betreibt Sportklettern	Ja
Alter	17
Ausbildung	Schülerin
Beruf	-
Sonstige Sportarten	Reiten, Mountainbiken

1-TEIL (Fragen vor der Filmrezeption)

I: Erzähl mir bitte alles was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?

X: Dynamisch, statisch.. Kraft.. Ausdauer... Muskulatur... Die Wirbelsäule, weil ich eine Therapie gemacht habe. Ich habe eine Wirbelsäulenstärkung im Gesundheitsbereich gemacht. Deshalb habe ich das Klettern auch begonnen und dann hat es mir Spaß gemacht und deshalb mache ich es jetzt weiter. Auch irgendwie an die Grenzen gehen. Eigene Grenzen austesten und auch überschreiten. Auch stolz sein und Leute treffen, gehört für mich dazu. Sport machen ist für mich halt eine Gemeinschaftssache.

I: Was verbindest du mit dem Begriff „Extremsport“?

X: Gefahr.. Adrenalin.. Irgendwie ist das nicht wahnsinnig normal. Ich hatte auch mal einen Freund, der auch Extremsport gemacht hat, aber es ist echt schwierig mit ihm in der Beziehung gewesen. Das geht irgendwie gar nicht.

I: Wieso?

X: Weil das voll im Vordergrund steht und teilweise Lebensgefahr herrscht. Das ist nicht leicht für Angehörige oder Freunde oder Beziehung. Das geht gar nicht. Zumindest so wie ich es bisher erfahren habe.

I: Was waren die Probleme?

X: Es war so, dass er Snowboarder und auch Mountainbiker war. So bin ich auch zum Mountainbiken gekommen. Es hat auf Lawinen und so voll geschissen und weil eine Freundin von mir in einer Lawine gestorben ist, war das für mich nicht gut. Das war dann eigentlich der Grund, warum ich dann mit ihm aufgehört habe. Ich wollte das nicht noch einmal erleben.

I: War der Sport an erster Stelle?

X: An allererster Stelle. Freundschaft war ihm anscheinend dann doch nicht so wichtig, aber man braucht Menschen nicht ändern und das passt schon.

2-TEIL (Fragen nach der Filmrezeption)

I: Kannst du den Film überblicksmässig mit eigenen Worten beschreiben?

X: Sie setzten sich ein Ziel. Sie wollen diesen Berg in der kürzesten Zeit von 2 Minuten 48 besteigen. Sie probieren das dann in ur vielen Schritten aus. Das hätte ich mir nicht gedacht, dass es so lange dauert bis man dann wirklich einmal zum Punkt dieser Speedclimbing-Sache kommt. Sie klettern zuerst langsam und bereiten alles vor. In der Zwischenzeit ist vor allem für Nicht-Kletterer sehr viel Klettertechnik zu sehen, was mir zwar gefallen hat, aber was vielleicht nicht für jedermann so interessant ist. Aber auch dieser persönliche Aspekt wird dazwischen immer wieder hervorgehoben, was ich eigentlich gut finde. Man sieht auch wie es denen geht und das sie offen darüber reden. Auch das man die Mama sieht, finde ich nett. Es ist halt viel Vorbereitung was sie machen und mit der Zeit kommt es dann zu dem richtigen Versuch. Dann passieren aber diverse Unfälle und sie schaffen es beim ersten Mal nicht. Beim zweiten Mal schaffen sie es auch nicht wirklich, aber mit weniger Schmerz und Leid. Das ist einfach so eine Geschichte wie sie sich darauf vorbereiten.

I: Kannst du „Speedklettern“ mit eigenen Worten beschreiben, um was geht es da?

X: Möglichst schnell und egal wie an das Ziel zu kommen. Also nach der Art wie ich klettern würde, sind sie jetzt nicht geklettert. Es ging halt einfach darum, dass sie mit allen Risiken flott raufkommen. Da waren doch einige dabei. Der eine hat sich ja total verletzt. Das heißt halt volles Risiko und schnell ans Ziel kommen, egal was passieren kann.

I: Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?

X: Schon Bewunderung. Ich finde das wahnsinnig was die tun und ich habe es halt immer wieder mit dem verglichen, was ich tue. Dadurch weiß ich halt wie schwierig das ist, was die da aufführen. Insofern habe ich schon ein bisschen etwas dazu gelernt, denke ich mir. Gewisse Sachen habe ich gar nicht gekannt. Es war viel Neues. Bewunderung beschreibt es am ehesten, aber es ist auch nicht normal was die machen. So aus sportlicher Sicht finde ich es cool.

I: Wie haben dir die Naturszenen gefallen.

X: Die waren sehr schön. Also schon alleine deshalb würde ich da gerne einmal hinfahren. Wasserfälle, Flüsse, der Fels und die Tiere, das ist alles so unberührt. Das ist total beeindruckend.

I: Wie war das in Patagonien mit den Zelten und dem Wind.

X: Also ich kann es mir nicht unbedingt vorstellen, aber das gehört halt dazu. Die kommen mir halt wie Naturburschen vor und es gehört auf jeden fall dazu, dass man so auch leben

kann. Wenn man sich so ein Ziel setzt, dann ist das ein Teil der Sache. Ich denke mir meines wäre es nicht. Aber bei so einer körperlichen Leistung wäre es sicher besser, wenn man sich in ein Hotel legt und sich wie die netten Sportler ausruht. Das konnten die eben nicht und deshalb ist es eine umso größere Leistung.

I: Kannst du die Kletterszenen beschreiben, wo beide Brüder in Aktion gefilmt werden.

X: Ich finde cool, wie die miteinander reden. Die verschonen sich irgendwie nicht und es ist halt direkt und klar. In so einer Höhe ist der Umgang ein ganz ein anderer als wenn man am Boden steht. So war das Speedclimbing auf Gefahr aus. Vielleicht wussten beide, dass der eine nicht lebend raus kommen kann. Nach dem Sturz von dem einen, war die Stimmung extrem getrübt. Aber die Zusammenarbeit ist halt toll und die Bilder mit den Nahaufnahmen sind wahnsinnig beeindruckend. Aber der Umgang ist bestimmt ein anderer als da unten. Das Zusammenspiel finde ich halt echt toll. Ich glaube nicht, dass die das mit anderen Kletterpartnern so toll machen könnten. Da wären sie nicht so eingespielt. Das ist wichtig bei so einer großen Aufgabe.

I: Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder anderer Kletterer auf dich gewirkt?

X: Ich kenne ja ein bisschen wie das läuft und so wie die Reden ist halt das Klettern der Mittelpunkt. Ich finde es toll, dass es bei den Herren, ich glaube beide haben Familie oder einer auf jeden fall, trotzdem funktioniert. Ich finde toll, dass der auch ein Familienleben haben kann. Aber das Klettern ist ganz stark im Mittelpunkt und die brauchen halt auch diese Herausforderung. Ich glaube, dass hat sich bei allem irgendwie durchgezogen, dass das Klettern der Mittelpunkt ist. So wie sie miteinander geredet haben, das ist halt irgendwie Kletterersprache. Da geht es halt nicht mit langen freundlich Sätzen, sondern um das Ding. Das Essentielle fassen die halt heraus und das muss auch gerade in so Stresssituationen sein.

I: Wie findest du die Einstellung von den Kletterern im Film?

X: Aus sportlicher Hinsicht finde ich es toll. So wie sie herüber gekommen sind, waren sie auch total sympathisch. Ich könnte mir total gut vorstellen mich mit denen auf einen Kaffee zu setzen. Finde ich total toll. Aber würde ich sie privat kennen, würde eher die Sorge vorherrschen. Dann ist diese körperliche Leistung bei mir eher im Hintergrund, weil einfach so viel am Spiel steht. Ich könnte mir jetzt nicht vorstellen, dass das mein Bruder oder sonst jemand betreibt und dass ich das unterstützen wollte, obwohl es natürlich aus sportlicher Sicht echt cool ist.

I: Wie hast du den Dialog von Dean Potter gefunden, wo er über das Verwirklichen von Träumen redet?

X: Ich finde das schon wichtig. Wenn man so einen Drang hat seine Freiheit oder auch seine Freizeit auszuleben, und die sind ja damit aufgewachsen und wenn das so ein Drang ist kann ich mir vorstellen, dass die total unglücklich wären, weil ihnen ja das so einen Inhalt gibt. Träume sollte man nicht unterdrücken. Wenn ich so eine Vorstellung oder einen Traum habe, dann würde ich es auch machen. Natürlich kann man es unterdrücken, aber dann verpasst man etwas im Leben. Aber es sind auch nicht viele Leute, die ihre Träume auf diese extreme Weise ausleben. Das ist schon sehr extrem.

I: Wie würdest du die Huberbrüder mit eigenen Worten beschreiben?

X: Ich finde sie sympathisch. Sie sind total natürlich und schon sehr außergewöhnlich. Ich finde die Art der Beziehung zwischen den beiden einfach cool, dieses Zusammenspiel und dieses starke Vertrauen. Ich weiß halt, dass man seinen Kletterpartner selbst in der Halle, wo es nur 30 Meter hoch ist, vertrauen muss, weil es eine Höhe ist, in der du sterben kannst, wenn du da runter fliegst. Die Beziehung welche die zueinander haben, ist einfach sehr stark. Sie legen ihr Leben in die Hand des anderen und das ist in Beziehungen nicht normal. Das ist ein ganz wichtiger Aspekt zwischen den beiden, den ich total bewundernswert finde. Es sind Powermänner

I: Welche persönliche Message könnte der Film für dich haben?

X: Wahrscheinlich das man diese Träume ausleben kann. Man kann seinen Traum verwirklichen. Das man mit der Zeit und nach vielem Probieren alles schaffen kann. Sie haben es ja nicht beim ersten Mal geschafft und das macht sie irgendwie sympathisch. Das man nicht sagt, ok ich probiere das und es geht schon. Die haben es probiert und probiert und probiert und nicht einmal während den Dreharbeiten haben sie es dann geschafft. Das ist doch eher deprimierend und gerade was die für deprimierende Phasen durchlebt haben, wenn es nicht so gut gelaufen ist. Sie haben es weiter probiert und da kann ich etwas rausnehmen. Man kann alles schaffen und die haben daran geglaubt und es ist geglückt.

I: Welche Relevanz könnte diese Message für deinen Alltag haben?

X: Also für meine Alltag weiß ich es jetzt nicht, aber für das Klettern vielleicht. Wo ich einfach Probleme habe ist dem Fels zu vertrauen. Aber wenn ich sehe, was die in Extremsituationen mit möglichst wenig Sicherungen für ein Vertrauen zum Fels haben, denke ich mir, dass ich das vielleicht auch entwickeln könnte. Das hab ich mir so zwischendurch gedacht. Das könnte für mich so eine Ambition sein. Das man mit der Zeit

einfach eine Sicherheit entwickelt, die niemals so toll sein wird, wie von den zwei Herren, aber man kann sich daran ein Beispiel nehmen.

4.INTERVIEW

Geschlecht	Männlich
Betreibt Sportklettern	Nein
Alter	27
Ausbildung	Matura
Beruf	Softwareentwickler
Sonstige Sportarten	Radfahren, Snowboarden, Fußball

1-TEIL (Fragen vor der Filmrezeption)

I: Erzähl mir bitte alles was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?

X: Kletterhallen..., Art&Fun Factory. Als Kind war ich öfter mal klettern. Ja es war die Kinder- oder Jugendzeit. Das es sicher interessant ist@@

I: In der Art&Fun Factory?

X: Nein, auch so. Früher bin ich halt auf Bäume raufgeklettert. Das war es dann schon.

Ich bin auch im Steinbruch herum geklettert. So mit wirklichem Klettern oder Sportklettern habe ich eigentlich nur in der Halle Erfahrungen gemacht.

I: Meinst du Bouldern?

X: Ja genau.

I: Was verbindest du mit dem Begriff „Extremsport „?

X: Extremsport ist im Grunde das, wo du immer am Limit bist. Das heißt wenn irgendetwas nicht funktioniert, kann dein Leben ziemlich schnell vorbei sein. Es ist risikoreich und interessant.

2-TEIL (Fragen nach der Filmrezeption)

I: Kannst du mir den Film überblicksmässig mit eigenen Worten beschreiben?

X: Zwei Jungs suchen sich immer wieder neue Herausforderungen. Sie probieren immer wieder ihre eigenen Leistungen zu toppen. Das machen sie indem sie die Nase bezwingen wollten bzw. diese Bergpassage, die eigentlich unbezwingbar ist. Da stoßen sie halt immer wieder an ihre Grenzen.

I: Kannst du das „Speedklettern“ mit eigenen Worten beschreiben, um was geht es da eigentlich?

X: Da geht es darum, dass du ein Team hast. Einer bereitet die Route vor, der andere klettert dann am Seil schnell nach und dann wechseln sie sich ab. Dadurch können sie das Ganze möglichst schnell überwinden bzw. sind sie halt möglichst ungesichert..

I: Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?

X: @.. Die zwei reden meistens ziemlich tiefsinnig. Da geht es meistens gar nicht um das Klettern, sondern eher darum, dass sie ihren Lebensinhalt darin finden und sich immer wieder Ziele stecken und definieren. Man kann das eigentlich ziemlich schön umlegen auf andere Bereiche. Dass man sich im Grunde immer wieder selber herausfordert. Was war noch mal die Frage?

I: Die Gefühle und Emotionen die der Film ausgelöst hat.

X: Prinzipiell, wenn man es vom Schluss her sieht, dann ist eigentlich ziemlich viel Spannung in dem Ganzen. Man weiß nicht ob sie es schaffen. Sie stehen eigentlich ständig in einem Konkurrenzkampf. Man denkt halt auch darüber nach, was so eine Extremsituation für einen selbst bedeuten würde. Wie man das selber machen würde und das die Landschaft extrem geil ist. Ich möchte da auch einmal hin.

I: Kannst du die Kletterszenen beschreiben, wo man beide Brüder in Aktion sieht?

X: Das es eine ziemliche körperliche Anstrengung ist. Der eine hat nach seinem Sturz seinen Helm nicht mehr aufgehabt. Der hat nämlich vorher sicher einen Helm aufgehabt. Sie probieren sich gegenseitig zu pushen und sich gut zu zureden. Dass sie es packen, weil sie als Team unterwegs sind. Das man extrem abhängig ist voneinander. Man muss eigentlich schauen, dass der andere so gut ist wie man selbst, sonst ist man eigentlich verloren. Aber natürlich entstehen dann auch Spannungen. Beim Klettern jetzt natürlich nicht, aber bei der Bergtour hat man das gemerkt.

I: Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder anderen Kletterer auf dich gewirkt?

X: Das sind alles kleine Philosophen, denn im Grunde geht es immer nur um den Sinn des Lebens und irgendetwas zu meistern und die Erfüllung zu suchen. Es hat alles sehr natürlich gewirkt, also nicht irgendwie gekünstelt oder klugscheißerisch. Sie haben nicht gesagt, sie sind so toll, weil sie das können, sondern es hat sehr neutral und sehr offen gewirkt.

I: Wie findest du die Einstellung von den Kletterern?

X: Der Weg ist das Ziel. Versuche einfach immer wieder neue Wege zu finden und dich selbst oben zu halten, dich weiterzuentwickeln oder fortzubilden.

I: Wie würdest du die Huberbrüder mit eigenen Worten beschreiben, was macht sie besonders.

X: ...Das sie Brüder sind und zwei ziemlich sattelfeste Jungs. Sie stehen ständig im Konkurrenzkampf miteinander. Keine Ahnung wie das mit der Familie des Älteren läuft, aber teilweise ist das ziemlich Risiko behaftet wie er mit seinem Leben umgeht. Er hat eigentlich eine Familie daheim mit zwei Kindern und trotzdem nimmt er darauf keine Rücksicht. Er macht es trotzdem, weil es halt sein Ding und seine Erfüllung ist. Aber auf die nimmt er halt gar keine Rücksicht.

I: Welche persönliche Message könnte der Film für dich haben?

X: Schau, dass du dich immer fortbildest, dass du dich immer wieder neu erfindest. Schau das du vorankommst in deinem Leben. Schau das du nicht einfach so dahin lebst. Wenn man es jetzt so allgemein formuliert, würde ich das so interpretieren. Schau, dass du immer wieder eine neue Herausforderung findest und nicht einfach resignierst und sagst, du musst jetzt für das und das so viel Arbeiten und hast nichts mehr vom Leben.

I: Ich geh dann davon aus, dass diese Message auch eine Berechtigung für deinen Alltag hat?

X: Auf alle Fälle. So wie der Film herüber gekommen ist, hätte ich schon gesagt, das ist jetzt ziemlich allgemein umzusetzen. Das ist jetzt nicht nur Bergsteiger-Gequatsche, oder Kletter-Gerede, sondern ziemlich allgemein. Sie finden das halt im Klettern wieder und können das vielleicht etwas besser fokussieren, weil sie ziemlich viel mit ihrem Kopf und sich selbst alleine sind.

5.INTERVIEW

Geschlecht	Männlich
Betreibt Sportklettern	Nein
Alter	27
Ausbildung	Matura
Beruf	Förster
Sonstige Sportarten	Fußball, Snowboarden, Radfahren, Wandern

1-TEIL (Fragen vor der Filmrezeption)

I: Erzähl mir bitte alles was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?

X: Steile Wände, Seile, Helme, Kletterschuhe, Gefahr. Es ist meistens draußen, aber es gibt auch Kletterhallen. Ich hätte es auch gerne mal gemacht, aber das geht nicht wegen meiner Hand. Das ist das was mir spontan einfällt. Ich denke, es ist eine gewisse Art von Freiheit, wenn man das einmal gemacht hat. Wenn man da oben ist und eine Wand bezwungen hat. Ist sicherlich ein geiles Gefühl. Adrenalin fällt mir auch noch ein.

I: Was verbindest du mit dem Begriff „Extremsport „?

X: Extremsport... Das ist etwas schwierig. Na ja, das sind Sportarten, die man nicht so einfach machen kann wie Fußballspielen. Fallschirmspringen verbinde ich mit Extremsport oder Snowboarden unter extremen Bedingungen. Freeclimbing natürlich auch. So gefährliche Sachen sind für mich Extremsport.

2-TEIL (Fragen nach der Filmrezeption)

I: Kannst du den Film überblicksmässig mit eigenen Worten beschreiben?

X: Da gibt es die Huberbrüder, das sind Extremkletterer und die versuchen die Nase, so heißt die einen Kilometer hohe Wand dort, zu klettern. Sie versuchen den alten Speedrekord zu brechen. Sie fahren halt dort hin und trainieren. Sie schauen sich das alles an und versuchen es dann zu machen. Der eine hat leider einen Unfall und sie müssen aufhören. Sie versuchen es im nächsten Jahr noch einmal. Dazwischen fahren sie dann nach Patagonien und streiten sich etwas. Im nächsten Sommer probieren sie es wieder und schaffen es dann wieder nicht, weil der anderer auch einen Unfall hat. Aber sie werden es weiter versuchen.

I: Kannst du „Speedklettern“ mit eigenen Worten beschreiben, um was geht es da eigentlich?

X: Also im Grunde, wie ich das verstehe geht es darum, so schnell wie möglich hinauf zu kommen mit möglichst wenig Hilfsmitteln. Man verzichtet teilweise auf die Sicherungen und es geht darum, dass man ganz schnell oben ist. Egal wie, es geht einfach nur rauf.

I: Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?

X: @ Also... Er macht einfach voll Lust auf das Klettern, weil man das Gefühl hat, dass die Leute die das machen, anscheinend voll zufrieden mit ihrem Leben sind. Sie haben darin ihren Lebensinhalt gefunden haben. Mir macht der Film einfach Lust auf das Klettern...

Der Film macht wirklich Lust auf solche extremen Geschichten, also bei mir zumindest. Es wirkt halt so, als würden die halt voll aufgehen in der Sache und auch total glücklich dabei sein. Sie erleben dabei Glücksmomente die sie nie wieder vergessen. Der Film ist wirklich gut.

I: Gibt es eine Szene die dir besonders gut gefallen hat.

X: Erstens die ganzen Szenen wo sie halt klettern und wo man das alles ganz genau sieht, wie sie sich anstrengen und wie sie sich da hinauf hauen. Welche Szene mir aber auch besonders gefallen hat, war wie der erste Bruder diese zwanzig Meter runter gefallen ist, und die anderen ihn den Berg hinunter tragen. Die wechseln sich dabei ab und so. Das hat mir voll imponiert, dass die einfach zusammenhalten und schauen, dass er so schnell wie möglich hinunter kommt. Die Szene hat mir am meisten gefallen.

I: Kannst du die Kletterszenen mit eigenen Worten beschreiben, wo beide Brüder in Aktion gefilmt werden?

X: Sie klettern beide ziemlich gut, aber sie haben beide einen anderen Stil. Der eine klettert immer die Risse und der andere eben die anderen Passagen. Man merkt halt irgendwie, dass sie beide sich auf etwas spezialisiert haben. Das der eine das macht und der andere macht halt das andere. So ergänzen sie sich gut.

I: Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder anderen Kletterer auf dich gewirkt?

X: Das war einfach super. Durch das was sie reden und wie sie miteinander reden hört man raus, dass ihnen das total wichtig ist. Die gehen einfach total auf in der ganzen Sache. Das wird durch die Dialogen vielmehr herausgearbeitet...

I: Wie findest du die Einstellung von den Kletterern im Film?

X: Es kommt so hinüber, wie wenn sich die nicht verstellen. Sie sagen das einfach frei von der Seele raus, was ihnen das bringt oder auch nicht. Du hast nicht das Gefühl, dass da irgendjemand etwas spielt. Das finde ich halt super. Was mir auch gut gefällt ist, dass die bayrisch miteinander reden. Ich finde das halt lustig. Das gibt dem ganzen auch so einen eigenen Touch. Das das nicht alles nur auf hochdeutsch oder auf Englisch ist, sondern das so nach Mundart gesprochen wird. Auch wie die zwei miteinander umgehen, das ist echt cool.

I: Wie würdest du die Huber-Brüder mit eigenen Worten beschreiben?

X: Der Thomas ist der Größere? Im Film kommt das dann eh heraus, dass der Eine halt der emotionalere ist und das er eher aus dem Bauch heraus entscheidet. Der Alexander

ist halt der, der das alles plant und der sich sicher sein muss, dass alles durchgeplant ist. Beim anderen kommt es so hinüber, als entscheidet er alles mehr aus dem Moment. Vor allem auch wie er es macht und wenn er es nicht planen kann, dann macht er es auch nicht. Der ist halt eher der planerische Typ und der anderer eher der emotionale Typ.

I: Was macht sie für dich besonders?

X: Erstens das beide super klettern können und zweitens, dass es beide geschafft haben. Das finde ich so besonders. Meistens ist es so, wenn du einen Bruder hast oder irgendwelche Geschwister, dann macht der eine das und der andere das. Was man halt gut kann. Aber sie haben sich halt beide auf das Gleiche spezialisiert und sind aber beide trotzdem durchgekommen und bekannt geworden. Obwohl der eine gesagt hat, dass er am Anfang nicht so bekannt war. Dass sie sich da beide durchgeboxt haben und auch gemeinsam. Das ist ja auch nicht so oft. Sie sind den gemeinsamen Weg gegangen.

I: Welche persönliche Message könnte der Film für dich haben?

X: Für mich hat er ganz klar die Message. Es gibt eigentlich nur eine, die da wirklich gut herauskommt, dass man seine Träume leben soll. Man soll sie nicht aufgeben. Man setzt sich etwas in den Kopf und man träumt halt von dem und dann soll man auch nicht am halben Weg aufgeben. Man soll das dann einfach durchziehen. Der Film bringt das halt gut hinüber. Der eine Philosoph ist für mich ja irgendwie die Stimme von dem Film. Der fasst das um was es eigentlich gehen sollte im Leben irgendwie gut zusammen. Man soll einfach Risiken eingehen, das man auch etwas erreichen kann. Die meisten Leute sind halt einfach zu feig dafür und da kann sich halt jeder an der Nase nehmen, wenn er den Film gesehen hat und sich über das Gedanken machen, was in seinem Leben wichtig ist und das er das auch vielleicht noch nicht erreicht hat.

I: Welche Relevanz könnte diese Message für deinen Alltag haben?

X: Sicher, ich finde der Film ist nicht nur ein Kletterfilm, sondern es geht eigentlich in erster Linie um diese Message. Das ist für mich eigentlich als Erstes hinüber gekommen. Das Zweite war halt das Klettern, das auch super ist. Aber das Erste war die Message. Sie haben den Film auch ganz klar auf das hinaus aufgebaut.

6.INTERVIEW

Geschlecht	Männlich
Betreibt Sportklettern	Ja
Alter	25

Ausbildung	KFZ-Mechaniker
Beruf	Maschinenschlosser
Sonstige Sportarten	Laufen, Kung Fu,

1-TEIL (Fragen vor der Filmrezeption)

I: Erzähl mir bitte alles was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?

X: Ich verbinde damit, dass ich mit einem Freund gemeinsam einen Berg hinaufklettern kann. Für mich ist Sportklettern im Gegensatz zum alpinen Klettern relativ sicher, weil ich die Bohrhaken habe und nichts selber setzen muss. Es besteht nur ein Risiko, wenn ich einen Vorstieg mache. Für mich ist Sportklettern eher der sicherere Part.

I: Was verbindest du mit dem Begriff „Extremsport „?

X: Extremsport sind alle Sportarten, wo Leute einen gewissen Kick suchen, diesen Adrenalin-Kick. Es ist ein gewisses Risiko dabei, wie z.B. beim Klettern ohne Sicherung oder gefährliche Hänge hinunter zu fahren. Für mich ist Extremsport, wo man ein gewisses Risiko für sein eigenes Leben trifft und sein Leben auch auf Spiel setzt.

2-TEIL (Fragen nach der Filmrezeption)

I: Kannst du den Film überblicksmässig mit eigenen Worten beschreiben?

X: In dem Film geht es um das thematische Schema der beiden Huber-Brüder. Sie müssen gemeinsam an einem Strang ziehen, weil sie es sonst nicht schaffen würden. Sie sind über gewisse Pleiten und Pannen hinweggekommen. Man hat auch herausgehört, dass ein gewisses Konkurrenzdenken da ist. Der Thomas hat irgendwie viel Konkurrenzdenken gegenüber seinem Bruder gehabt und durch den Erfolg seines Bruders und den Sponsoren, war er ziemlich im Hintergrund. Ich finde dass er durch diesen Film etwas in den Vordergrund gerückt worden ist, dass er mehr die Person im Vordergrund war. Zum Klettern wäre zu sagen, dass der Thomas sehr pessimistisch eingestellt war, ob sie das schaffen. Die ersten Versuche waren ja bei 10 oder 9 Stunden, wo sie hinaufgeklettert sind. Dann haben sie die Zeit hinunter bekommen, aber hatten einen Kletterunfall. Der Alexander ist gestürzt. Meiner Meinung nach hat der Film die Devise, dass sie ihre Ziele erreichen wollen und dass sie gewisse Sachen angehen. Beim Speedklettern oder Free-Solo geht er halt nur Risiken ein, wo er sich absolut sicher ist.

I: Kannst du „Speedklettern“ mit eigenen Worten beschreiben, um was geht es da eigentlich?

X: Es geht darum, die Wand, die man vorher schon kennt, in einer gewissen Zeit zu klettern. Speedklettern hat ein ziemlich hohes Risiko, weil man wenige Sicherungen in langen Abständen hat und sich absolut sicher sein muss, wie man das klettert. Man kann nicht lange Überlegen, weil man keine Zeit dafür hat. Meiner Meinung nach braucht man eine sehr lange Vorbereitungszeit, damit man eine gute Zeit klettern kann und dass man einen gewissen Sicherheitsstandard hat.

I: Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?

X: @@ Ich wäre am liebsten selber dort. Durch die vielen Bilder von Bergen und Landschaften bekommt man ein gewisses Freiheitsgefühl. Was ich ziemlich respektiere und super finde, dass sie sich ihre Wünsche erfüllen und nicht nur im Leben so dahin trotten.

I: Kannst du die Kletterszenen mit eigenen Worten beschreiben, wo beide Brüder in Aktion gefilmt werden?

X: Ich finde eigentlich arg, wenn man so Sachen sieht, wo nicht viel da ist und die Leute greifen dahin und haben einen starken Halt. Das viele Rissklettern ist ziemlich anstrengend. Das Speedklettern geht ziemlich in die Kraft rein. Ich denke, sie gehen ziemlich in die Reserve. Sie verwenden viele Tritthilfen, das ist aber auch klar, denn sie müssen ja schnell sein und können da nicht ewig herumtun.

I: Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder anderen Kletterer auf dich gewirkt?

X: Sehr ehrlich und tief sinnig teilweise. Man hat auch gesehen, dass sie sehr leidenschaftlich gesprochen haben. Das waren keine geplanten Dialoge, sondern das ist von ihnen selbst gekommen. Nicht so wie in den Hollywoodfilmen, wo man Dialoge hat, die man halt runter spricht.

I: Wie findest du die Einstellung von den Kletterern im Film?

X: Verschieden.. Der Alexander und der Thomas sind sehr verschiedene Personen von den Einstellungen her. Der Alexander ist eher der Selbstsicherer und der Thomas ist eher der Pessimistische. Er ist mental nicht so wie sein Bruder.

I: Eine ähnliche Frage wäre, wie würdest du die Huber-Brüder mit eigenen Worten beschreiben? Was macht sie für dich besonders?

X: Es macht sie besonders, dass sie ihre Leidenschaft miteinander verbinden und wirklich an einem Strang ziehen, auch wenn es manchmal Differenzen unter Brüdern gibt. Sie sind halt stark miteinander verbunden. Wenn man jetzt mit einem Freund klettern geht, dann ist das nicht so eine Verbundenheit wie mit deinem Bruder den du dein ganzes Leben lang kennst. Das macht sie einzigartig.

I: Ist es vielleicht nicht sogar schwieriger mit dem eigenen Bruder?

X: In der Hinsicht vielleicht ja, wenn ich an meinen Bruder denke. Kommt aber darauf an und ich denke bei ihnen funktioniert das relativ gut. Ein gewisses Konkurrenzdenken braucht man auch, damit man etwas erreichen kann und auf Leistung aus ist. Ohne Konkurrenzdenken kann man sich da persönlich nicht steigern.

I: Welche persönliche Message könnte der Film für dich haben?

X: Raus an die freie Natur@. Die größte Message ist für mich, dass man seine Ziele, die man sich vorgenommen hat, verwirklicht. Man kann es auch auf das Klettern beziehen. Das man seine Lebensziele erfüllt und sich nicht abbringen lässt. Der Thomas hat zwei Kindern und einer Frau und lebt sein Leben genauso weiter, wie er will. Das strahlt der Film für mich aus.

I: Welche Relevanz könnte diese Message für deinen Alltag haben?

X: Nachdem ich selber Klettern gehe, denke ich schon. Klettertechnisch finde ich das Oberhammer was die leisten. Was die Klettern, würde ich auch. Schwierige Frage für mich...

I: Du hast ja vorher eine Message gesagt mit Zielen. Glaubst du hat die eine Relevanz für deinen Alltag?

X: Ja, das ist nicht so ein Film den man sich anschaut, wie z.B. 300. Den dreht man ab und denkt sich supercool und aus. Das ist ein Film, wo man sich Hintergrundgedanken macht und sich denkt, es wäre interessant so etwas selber einmal zu machen. Aber man findet auch Punkte für sich selbst, wo man sich denkt, dass möchte ich einmal verwirklichen. Ich finde das Herumreisen schon cool und sich auch gewisse Ziele setzen, die man erreichen möchte, wie den Berg möchte ich einmal besteigen.

7.INTERVIEW

Geschlecht	Männlich
Betreibt Sportklettern	Ja
Alter	26

Ausbildung	Elektromechaniker für Schwachstrom
Beruf	Schlüsseldienst
Sonstige Sportarten	Laufen, Mountainbike, Krafttraining,

1-TEIL (Fragen vor der Filmrezeption)

I: Erzähl mir bitte alles was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?

X: Die Herausforderung eine Wand mit verschiedensten Schwierigkeitsgraden zu bezwingen. Mehr ist es für mich nicht.

I: Was verbindest du mit dem Begriff „Extremsport „einfällt, was du damit verbindest?

X: Darunter verstehe ich, wenn Menschen wie du und ich trainieren und Situationen meistern, die ohne Training für einen Normalsterblichen lebensgefährlich sind und wirklich an das Limit gehen.

2-TEIL (Fragen nach der Filmrezeption)

I: Kannst du den Film überblicksmässig mit eigenen Worten beschreiben?

X: Mir hat der Film gezeigt, dass die psychische Komponente bei so extremen Geschichten mit der Angst eine große Rolle spielt. Man muss das auch bewältigen. Ich finde es interessant, dass unter Brüdern so eine Harmonie entsteht und das man solche Sachen dann machen kann. Ich denke mir, ob das nicht leichter ist, wenn man das mit einem Freund macht und nicht mit einem Bruder. Die zwei Huberbrüder sind sowieso vom Denken her in einem Ausnahmezustand. Man kann das mit einem normal denkenden Menschen, gar nicht vergleichen. Die sind irgendwie eine Ebene höher. Da rennt im Kopf irgendwas ganz anders.

I: Kannst du „Speedklettern“ mit eigenen Worten beschreiben, um was geht es da eigentlich?

X: So schnell wie möglich die Wand zu bezwingen. Es gibt da mehrere Arten. Das technische Speedklettern oder das freie Speedklettern. Es heißt halt an die körperlichen und psychischen Grenzen gehen. Das ist mit normalen Klettern gar nicht zu vergleichen. Das heißt wirklich an das Limit gehen oder sogar über das Limit. Eigentlich ist man da sowieso über dem Limit unterwegs.

I: Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?

X: Das ich das auch gern machen würde @. Das ich auch gern so viel Zeit hätte um mir das anzueignen. Das man überhaupt geistig soweit kommen kann, dass man solche Sachen überhaupt machen kann? Das ist unvorstellbar. Da sind Welten dazwischen.. Das ist einfach ein Extrem.. ich kann mir das einfach nicht vorstellen. Das ist für mich nicht nur vom körperlichen unvorstellbar, sondern vor allem vom Kopf. Das körperliche ist alles nur Training, aber den Kopf zu trainieren ist viel schwieriger als einen Körper zu trainieren. Aber allein schon die Nase in dem Film oder so eine Wand hinaufzuklettern. Auch wenn man das in drei Tagen macht, du musst einmal drei Tage nur campen. Das ist ja noch nicht so eine Herausforderung, aber das Ganze dann in einer Wand. Das du das psychisch auch packst. Das würde mich total reizen.

I: Kannst du die Kletterszenen mit eigenen Worten beschreiben, wo beide Brüder in Aktion gefilmt werden?

X: Das sie total professionell sind und das Zusammenspiel von den beiden perfekt passt. Sicherlich es können Fehler passieren, das ist menschlich. Das Zusammenspiel ist ein Wahnsinn. Die harmonieren miteinander und sonst würde das auch nie miteinander so funktionieren. Von den Kletterszenen.. puh.. das ist halt Klettern, weiß ich nicht. Das haut mich jetzt nicht so um. Sicher ist das extrem und die Klettern in einem anderen Schwierigkeitsgrad, aber vielleicht dadurch das ich jetzt auch selber klettere... Früher wie ich noch nicht klettern war, hab ich mir vorgestellt, dass ist doch ein Wahnsinn wie die da rauf klettern. Für einen Außenstehenden schaut das ja komplett anders aus, als wenn du das selber betreibst. Auch wenn man es nicht so extrem macht, aber man weiß halt um was es geht.

I: Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder anderen Kletterer auf dich gewirkt?

X: Total menschlich und überhaupt nicht überheblich. Total mit zwei Füßen am Boden und auch total sympathisch. Ich finde die haben eine sehr interessante Einstellung.

I: Wie findest du die Einstellung von den Kletterern im Film?

X: Ja.. das ist natürlich eine eigene Welt. Aber ohne so einer Einstellung geht das gar nicht. Ich persönlich finde es eine lässige Einstellung, aber das man so auch leben kann. So eine Einstellung kann man nur unter gewissen Privaten und Beruflichen Bedingungen leben.

I: Wie würdest du die Huber-Brüder mit eigenen Worten beschreiben?

X: Das sind lässige Kerle, die am Boden geblieben sind und nicht überheblich sind, wie manche Amerikaner, die nur eine Show machen wollen. Die machen einfach keine Show, sondern sagen es wie es ist. Sie geben ihre Gefühle preis von dem was sie erleben und stehen zu einander auch wenn etwas schief geht.

I: Welche persönliche Message könnte der Film für dich haben?

X: Welche persönliche Message... Das wir mehr Gas geben müssen@@ Das du deine Träume leben musst und das du alles versuchen musst. Immer objektiv denken und dran bleiben und nicht aufgeben, was sehr oft schwer ist. Vielleicht brauchst du ein paar Voraussetzungen, aber man könnte wahrscheinlich viel mehr leisten als was man denkt.

I: Welche Relevanz könnte diese Message für deinen Alltag haben?

X: Das ist auf alle Fälle schwer zum Umsetzen, aber es motiviert auf alle Fälle. Es wird sich weisen, ob ich vielleicht auch einmal auf der Nase bin.

I: Wie siehst du das im Alltag unabhängig vom Klettern.

X: Sicher kann der Film dazu beitragen, dass du darüber nachdenkst, keine Frage. Aber das sich dadurch dein Leben grundlegend ändert, es ist halt ein Baustein, ein Puzzlestein. Das ist natürlich ein Ansporn.

8.INTERVIEW

Geschlecht	Weiblich
Betreibt Sportklettern	Ja
Alter	23
Ausbildung	Lehre als Mediendesignerin
Beruf	Grafikerin und Mediengestalterin
Sonstige Sportarten	Schwimmen, Laufen

1-TEIL (Fragen vor der Filmrezeption)

I: Erzähl mir bitte alles was dir spontan zu dem Begriff „Sportklettern“ einfällt?

X: Gesichertes Klettern auf verschiedenen Routen. Man muss intensiv dafür hin trainieren, damit man schneller oder besser klettern kann.

I: Was verbindest du mit dem Begriff „Extremsport „?

X: Alles ein bisschen too much, es wird extrem auf etwas hintrainiert wie in einem Beruf und man lebt für den Extremsport. Alles etwas mehr, als wenn man es als Hobby betreibt.

2-Teil (Fragen nach der Filmrezeption)

I: Kannst du den Film überblicksmässig mit eigenen Worten beschreiben?

Der Film war sehr interessant. Er hat über die Huberbuam berichtet, über die Speedclimber. Das war sehr extrem. Er hat halt berichtet, was die alles machen. Sie machen halt immer mehr und immer das Ärgste. Sie wollen in Kalifornien so schnell wie möglich auf die 950 Meter hinaufklettern. Man hat halt gesehen, was da alles passieren kann, welche Ängste sie mitbringen, wie sie sich auch untereinander verstehen, was sie halt alles Erleben und welche Gefahren oder Verletzungen da auftauchen. Der eine hat sich beide Füße gebrochen oder die Bänder gerissen und da haben sie dann ein Jahr warten müssen. Das war schon extrem für mich. Die Landschaft war auch super und es war echt cool.

I: Kannst du „Speedklettern“ mit eigenen Worten beschreiben, um was geht es da eigentlich?

X: Schnelles Klettern und extreme Anstrengung, aber nicht nur mit Hand und Fuß, sondern auch mit Hilfsmitteln wie z.B. Haken, Seilzug und eben zu zweit. Machen die das immer zu zweit? Schnell auf den Berg klettern @@.

I: Welche Gefühle löst der Film bei dir aus?

X: Einerseits Angst, wenn ich mir denk, dass ich da hinaufklettern müsste. Ich möchte da nicht irgendwie Freesolo herumsteigen. Da bin ich einfach viel zu ängstlich und habe viel zu wenig Erfahrung. Die beiden haben so viel Kraft und Kondition, aber andererseits auch erstaunen, dass die Leute so was machen. Auch Respekt hätte ich gesagt vor dem was die alles auf sich nehmen und den Gefahren die sie sich aussetzen. Der eine hat eine Familie mit zwei Kindern, was ich so mitbekommen habe. Das ist schon extrem.. arg, finde ich.

I: Kannst du die Kletterszenen mit eigenen Worten beschreiben, wo beide Brüder in Aktion gefilmt werden, wo sie die Kletterei machen?

X: Das das total anstrengend ist, das ist eh klar. Das beide voll ehrgeizig sind und immer so schnell wie möglich das höchste Ziel erreichen wollen. Sie gehen immer gut trainiert an die Sache ran und sind eben voll ehrgeizig. Aber sie schauen auch auf einander. Sie klettern nicht irgendwie eigensinnig hinauf, sondern arbeiten im Team.

I: Wie haben die gesprochenen Dialoge der Brüder oder anderen Kletterer auf dich gewirkt?

X: Da merkt man schon, dass sie für dieses Klettern oder diesen Beruf leben. Es ist irgendwie eine Lebenseinstellungsart oder eine Lebensart. Man merkt eben, dass sie voll und ganz für das da sind und das machen wollen. Sie tun das dann auch und setzen das durch. Bei den Dialogen hat man halt herausgehört, dass sie für das leben. Der eine mit den zwei Kindern hat schon gesagt, dass er für die Familie da ist und auch auf die schauen muss. Aber andererseits will er seinen Traum nicht aufgeben und auch die anderen Kletterer sind voll bei der Sache.

I: Wie würdest du die Huber-Brüder mit eigenen Worten beschreiben?

Extrem arg, leidenschaftlich, sportlich.. voll bei der Sache. Die leben halt ihren Traum.

I: Was macht sie für dich besonders?

Die meisten leben das Arbeiten, Aufstehen, Heiraten, Kinder kriegen und die machen halt das was sie wollen und was ihnen taugt. So richtige Aussteiger halt und nicht so null-acht-fünfzehn Standard Typen mit 1,8 Kinder. Das macht sie schon besonders, weil die sind halt einfach anders, so richtige Aussteigertypen. Das macht sie schon besonders, weil das sich halt keiner traut. Sonst würde es ja mehr Leute von ihnen geben.

I: Welche persönliche Message könnte der Film für dich haben?

Das man das machen soll, was einem gefällt. Natürlich hat man seine gewissen Pflichten, aber man soll sich nicht auf das versteifen, sondern man kann halt auch ein bisschen Träumen und das machen was einem gefällt und das auch mit Begeisterung und nicht nur so halb. Man kann etwas bewältigen und einfach voll bei der Sache seinen. Nicht einfach nur so nebenbei etwas machen. So wie die ein Jahr darauf hin trainiert haben und das dann durchziehen.

I: Welche Relevanz könnte diese Message für deinen Alltag haben?

X: Na ja, ich weiß nicht. Ich weiß nicht ob ich es umsetzen kann, aber vielleicht irgendwann später. Jetzt gibt es halt andere Prioritäten. Ich lebe halt einen anderen Traum und den möchte ich auch verwirklichen und da kann ich halt auch bei der Sache sein. Das ist halt nicht das Klettern, sondern etwas anderes, aber ähnlich. Das man eben für das lebt und sich dann freut wenn das endlich fertig ist. Das ist kein Extremsport, aber wenn man dann fertig ist und das geschafft hat, kann man stolz auf sich sein. An dem kann man sich ein Beispiel nehmen. Das ist halt nicht das Klettern, aber das ist für jeden persönlich etwas anderes, was man sich vornimmt. So wie wenn die auf dem Berg oben

sind, die Erleichterung wenn man da oben ist und das man auf sich stolz ist, wenn man es geschafft, hat.

16.2. INTERNETLINKS – SPORTDOKUMENTARFILM „AM LIMIT“

Teil1: <http://www.youtube.com/watch?v=Vhlq2EYpZ-Y>

Teil2: <http://www.youtube.com/watch?v=drDtXjON5mo&feature=related>

Teil3: <http://www.youtube.com/watch?v=OGXCuEA9stc&feature=related>

Teil4: <http://www.youtube.com/watch?v=Nx9DIIPDSE&feature=related>

Teil5: <http://www.youtube.com/watch?v=wOhloZ6mEEM&feature=related>

Teil6: <http://www.youtube.com/watch?v=bjVPCQP7Wa8&feature=related>

Teil7: <http://www.youtube.com/watch?v=B8RpdUIWyo8&feature=related>

Teil8: <http://www.youtube.com/watch?v=2SJNewN-bjs&feature=related>

Teil9: <http://www.youtube.com/watch?v=RsgcU3G0v74&feature=related>

Teil10: <http://www.youtube.com/watch?v=nplw78XZAtQ&feature=related>

Teil11: http://www.youtube.com/watch?v=1x_yp8mVqy8&feature=related

16.3. ERKLÄRUNG

„Ich erkläre, dass ich die vorliegende Arbeit *selbstständig verfasst habe* und nur die ausgewiesenen Hilfsmittel verwendet habe. Diese Arbeit wurde daher weder an einer anderen Stelle eingereicht (z.B. für andere Lehrveranstaltungen) noch von anderen Personen (z.B. Arbeiten von anderen Personen aus dem Internet) vorgelegt.“

Datum: 20.10.2010

Alexander Gabriel

16.4. ABSTRACT

Thema: Geschlechterperspektiven am Beispiel des Sportkletterfilms „Am Limit“
Betreuerin: Ass. Prof. Mag. Dr. Rosa Diketmüller

PROBLEMSTELLUNG

Ein neuer Trend macht sich in den heimischen Kinos breit. Inszenierte Abenteuer- und Risikosportfilme mit Dokumentations- oder Spielfilmcharakter erobern die Kinoleinwände und faszinieren zunehmend die Zuschauer/innen. Es verwundert, dass Randsportarten, die normalerweise neben Fußball, Tennis oder Formel Eins kaum mediale Beachtung erfahren, auf einmal ganze Kinosäle füllen.

Da Abenteuer- und Risikosportarten weitgehend von Männern ausgeübt und als Männerdomäne wahrgenommen werden, stellt sich die Frage, für welches Publikum derartige Filme gestaltet sind, welche Konstruktionen von Geschlecht bzw. Männlichkeit diesen Filmen zugrundeliegen und welche Botschaften aus Geschlechterperspektive vermittelt werden. Darüber ist bislang wenig bekannt, ebenso wenig, wie Männer und Frauen dieses Genre aufnehmen, inwiefern filmische Botschaften geschlechterspezifisch (unterschiedlich) wahrgenommen werden und welche Auswirkungen dieses Genres möglicherweise auf das Selbstverständnis von jungen Männern und Frauen hinsichtlich ihrer Beteiligung an Risikosportarten hat.

FRAGESTELLUNG

Diese Problemstellung wird am Beispiel der Kino-Sportdokumentation „Am Limit“ aufgegriffen, die 2008 mit dem Bayerischen Filmpreis (Bester Dokumentarfilm) ausgezeichnet wurde. Der Film schildert den Speed-Climbing Rekordversuch der beiden Brüder Alexander und Thomas Huber an der 1000m hohen Sportkletterroute „El Capitan“ im Yosemite Valley (USA).

Gesamtfragestellung:

Wie wird Geschlecht im Film „Am Limit“ konstruiert und inszeniert und wie wirkt der Film auf Frauen und Männer, bzw. auf sportarterfahrene bzw. –unerfahrene Menschen?

Dabei wird zunächst der Frage nachgegangen,

- durch welche Szenen und Inszenierungsformen
- welche Botschaften „erzeugt“ werden und

- wie Geschlecht – im Film: Männlichkeit – inszeniert und durch die Sportart Sportklettern verstärkt wird.

Darüber hinaus wird mittels qualitativer Forschungsmethoden (Rezipient(innen)analyse) der Fokus der Erhebung darauf gelenkt,

- wie Männer und Frauen sowie Sportarterfahrene bzw. –unerfahrene den Film bewerten und
- welche Botschaften in welcher Weise wirksam sind.

Konkret wird nach den postkommunikativen kurzfristigen Medienwirkungen des Erlebens durch die Darstellung bzw. Inszenierung von Bild und Text im Sportdokumentarfilm „Am Limit“ bei Frauen und Männern gefragt.

METHODE

Die Fragestellungen erfordern im theoretischen Teil eine Aufarbeitung der Themenbereiche: Sportklettern als Abenteuer- und Risikosportart sowie der Sport-/Film-/Medienanalyse samt Wirkungsforschung jeweils vor dem Hintergrund geschlechtertheoretischer Positionen. Aufbauend auf dieser theoretischen Aufarbeitung erfolgt die Fragenbearbeitung mit qualitativen Methoden. Neben einer Dokumentenanalyse des Sportfilms „Am Limit“, um Szenen und Konstruktionsprozesse von Geschlecht zu analysieren, werden Interviews mit 4 Frauen und 4 Männern in der postkommunikativen Phase (nach der Filmrezeption) durchgeführt, um die kurzfristigen Folgen der Rezeption des Sportfilms „Am Limit“ im Bereich der Einstellungen (Kognition, Emotion, Verhalten) zu erfassen, zu beschreiben und vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Veränderungen sowie vorhandener Geschlechtertheorien zu erklären.

DESIGN

Den halbstandardisierten Interviews liegt ein Leitfaden zugrunde, der in Anlehnung an die Literatur erarbeitet wurde und eine Interviewdauer von etwa 15 - 20 Minuten erwarten lässt. Das Sampling erfolgt nach Geschlecht (4 Frauen und 4 Männer) sowie nach den Erfahrungen im Sportklettern (je 2 sportklettererfahrene bzw. –unerfahrene Frauen und Männer), deren maximale Ausbildung die Hochschulreife ist. Die Auswahl der Personen erfolgte aufgrund des Prinzips der Homogenisierung zur bestmöglichen Vermeidung von Störvariablen und zur Erhöhung des Forschungseffekts. Die Personen werden gebeten, den Film anzusehen und direkt im Anschluss daran befragt. Die Auswertung erfolgt mittels qualitativer Inhaltsanalyse (Mayring).

16.5. LEBENSLAUF



Europass Lebenslauf

Angaben zur Person

Nachname(n) / Vorname(n) **Gabriel Alexander**
Adresse Wienerstraße 118/12,
2352 Gumpoldskirchen (Österreich)
Telefon +34 699 17198307
E-Mail surfxandi@gmx.at
Staatsangehörigkeit Österreichisch
Geburtsdatum 17 Juli 1983
Geschlecht Männlich



Berufserfahrung

Zeitraum 05/2006 →
Beruf oder Funktion Teilzeit (laufend)
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten Regalbetreuung, Regaloptimierung, Bestellung und Kontrolle der Marken HP, Canon, Lexmark, Epson
Name und Adresse des Arbeitgebers **MCT Diera GmbH**
Stadtplatz 14, 4060 Leonding
Tätigkeitsbereich oder Branche Elektronik Einzelhandel

Zeitraum 04/2010 →
Beruf oder Funktion Geringfügig, 12Std./Woche (laufend)
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten Hallenaufsicht, Ausgabe von Verleihmaterial, Bürotätigkeit, Shopbetreuung
Name und Adresse des Arbeitgebers **Perchtoldsdorfer Kletterzentrum**
Plättenstrasse 2, 2380 Perchtoldsdorf
Tätigkeitsbereich oder Branche Sport- und Freizeitbranche

Zeitraum 03/2010 - 05/2010
Beruf oder Funktion Universitäres Pflichtpraktikum, Vollzeit
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten Eventkoordination, Technikinstallationen, Aufbau Infrastruktur, Betreuung von Medienteams bzw. Sponsoren,
Name und Adresse des Arbeitgebers **Boulderworldcup 2010**, Naturfreunde Wien Kletterhallen GmbH,
Erzherzog-Karl-Straße 108, 1220 Wien
Tätigkeitsbereich oder Branche Eventmanagement (Mittelevent)

Zeitraum 01/2010 - 05/2010
Beruf oder Funktion Teilzeit, 20Std./Woche

Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten	Lehrervertretung für Leibesübungen, Unterricht von 4 Klassen und Organisation von Schulveranstaltungen
Name und Adresse des Arbeitgebers	Don Bosco Gymnasium Don Bosco-Straße, 2442 Ebreichsdorf-Unteraltdorf
Tätigkeitsbereich oder Branche	Schulsport
<u>Zeitraum</u>	<u>02/2008 - 04/2008</u>
Beruf oder Funktion	Teilzeit, 20Std./Woche
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten	Sponsorenbetreuung, Sponsorensuche Projektmanagement-Vorbereitung
Name und Adresse des Arbeitgebers	Surfopening Podersdorf 2008 , Firma DMG Iglaseegasse 12/1, 1190 Wien
Tätigkeitsbereich oder Branche	Eventmanagement (Großevent)
<u>Zeitraum</u>	<u>10/2007 - 01/2008</u>
Beruf oder Funktion	Universitäres Pflichtpraktikum, Teilzeit, 15Std. /Woche
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten	Verkäufer (Komplettes Sportsortiment)
Name und Adresse des Arbeitgebers	Intersport Gogl Pergerstraße 12, 2500 Baden (Niederösterreich)
Tätigkeitsbereich oder Branche	Sport-Einzelhandel
<u>Zeitraum</u>	<u>05/2007 - 06/2007</u>
Beruf oder Funktion	Universitäres Pflichtpraktikum, 15Std./Woche
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten	Mithilfe bei Eventaufbau und Durchführung des „Late Night Trainings“
Name und Adresse des Arbeitgebers	Manhattan Süd Fitnessanlagen GmbH. Campus 21, 2345 Brunn am Gebirge
Tätigkeitsbereich oder Branche	Eventmanagement
<u>Zeitraum</u>	<u>02/2007 - 04/2007</u>
Beruf oder Funktion	Universitäres Pflichtpraktikum Teilzeit 20Std./Woche
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten	Sponsorensuche, Projektorganisation, Erstellung von PSP, Bürotätigkeiten, Wettkampfaufsicht,
Name und Adresse des Arbeitgebers	XRC-Harzberg Trophy 2007 - Radclub Kreuzer Badnerstrasse 49, 2540 Bad Vöslau
<u>Zeitraum</u>	<u>12/2006 - 01/2007</u>
Beruf oder Funktion	Vollzeit, 30Std./Woche
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten	Schi- und –Snowboard Instruktor
Name und Adresse des Arbeitgebers	Schischule Marktstraße 55, 5582 St.Michael im Lungau (Salzburg)
Tätigkeitsbereich oder Branche	Sport- und Freizeitbranche
<u>Zeitraum</u>	<u>06/2005 - 01/2006</u>
Beruf oder Funktion	Vollzeit und geringfügig
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten	Assistent für EDV und Marketing

Name und Adresse des Arbeitgebers	ADECCO Personalbereitstellungs GmbH - Zentrale Mariahilfer Straße 123/5. Stock, 1060 Wien
Tätigkeitsbereich oder Branche	Personalleasing
<u>Zeitraum</u>	<u>02/2003 - 03/2003</u>
Beruf oder Funktion	Teilzeit
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten	Aerobic-Trainer
Name und Adresse des Arbeitgebers	Club-Danube Freizeitanlagen GmbH Anton Baumgartnerstr. 40, 1230 Wien
Tätigkeitsbereich oder Branche	Fitnessbranche
<u>Zeitraum</u>	<u>2000 - 2002</u>
Beruf oder Funktion	Forstwirtschaftliches Praktikum Vollzeit 40Std./Woche
Wichtigste Tätigkeiten und Zuständigkeiten	Messgehilfe
Name und Adresse des Arbeitgebers	Bundesamt für Wald Seckendorff-Gudent-Weg 8, 1131 Wien
Tätigkeitsbereich oder Branche	Österreichischen Waldinventur
Schul- und Berufsbildung	
<u>Zeitraum</u>	<u>08/2008 →</u>
Bezeichnung der erworbenen Qualifikation	Magister der Naturwissenschaften (laufend)
Hauptfächer/berufliche Fähigkeiten	Sportmanagement (Führung, Gender, Qualitätsmanagement, Projektentwicklung) Sportwissenschaften (Forschung, Puplic Health, Training, Psychologie, Soziologie)
Name und Art der Bildungs- oder Ausbildungseinrichtung	Sport-Universität Wien Auf der Schmelz, 1160 Wien (AT)
Stufe der nationalen oder internationalen Klassifikation	Master of Science
<u>Zeitraum</u>	<u>08/2003 - 08/2008</u>
Bezeichnung der erworbenen Qualifikation	Bakkalaureat der Naturwissenschaften
Hauptfächer/berufliche Fähigkeiten	Sportmanagement (Marketing, BWL Projektmanagement...) Sportwissenschaften (Forschung, Medizin, Training, Biomechanik, Psychologie, Soziologie, Pädagogik und Schulsport)
Name und Art der Bildungs- oder Ausbildungseinrichtung	Sport-Universität Wien Auf der Schmelz, 1160 Wien
Stufe der nationalen oder internationalen Klassifikation	Bachelor
<u>Zeitraum</u>	<u>08/1997 - 06/2002</u>
Bezeichnung der erworbenen Qualifikation	Matura
Hauptfächer/berufliche Fähigkeiten	Forstwirtschaftliche Fächer Allgemeine Fächer
Name und Art der Bildungs- oder	Höhere Lehranstalt für Forstwirtschaft

Ausbildungseinrichtung	2540 Bad Vöslau (Niederösterreich)
Persönliche Fähigkeiten und Kompetenzen	
Muttersprache(n)	Deutsch
Sonstige Sprache(n)	Englisch
Soziale Fähigkeiten und Kompetenzen	Teamfähigkeit, Teamführung, Konfliktfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Flexibilität
Technische Fähigkeiten und Kompetenzen	Sehr gute Kenntnisse MS-Windows, MS-Office, Photoshop, Corel Draw, Magix, SPSS,
Künstlerische Fähigkeiten und Kompetenzen	Klavier, Gitarre und Gesang, Sport
Sonstige Fähigkeiten und Kompetenzen	Snowboard- und Schlehrerausbildung, Übungsleiter Sportklettern Aerobic Trainer-Diplom, Jagdschein
Führerschein(e)	A1, C, A, C1, B, CE, B1, C1E, BE