

SPORTKOMMUNIKATION X

Daniela Schaaf / Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.)

Die Sexualisierung des Sports in den Medien

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Daniela Schaaf / Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.)
Die Sexualisierung des Sports in den Medien
Sportkommunikation, 10
Köln: Halem, 2011

Die Reihe *Sportkommunikation* wird herausgegeben von Thomas Schierl, Holger Schramm und Hans-Jörg Stiehler.

ISSN 1863-7833

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2011 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-051-0

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

INHALT

I. EINFÜHRUNG IN DIE THEMATIK

DANIELA SCHAAF / JÖRG-UWE NIELAND 9
Anmerkungen zur Sexualisierung des Sports in den Medien

ROBERT GUGUTZER 34
Körperpolitiken des Sports. Zur sportiven Verschränkung von Körper, Geschlecht und Macht

II. HISTORISCHE GENESE DER SEXUALISIERUNG DES SPORTS IN DEN MEDIEN

GERTRUD PFISTER 57
Die Darstellung von Frauen im Mediensport – Kontinuitäten und Veränderungen

DIETRICH LEDER 81
Der sexualisierte Blick der technischen Medien

III. SEXUALISIERUNG ALS INSZENIERUNGS- UND VERMARKTUNGSSTRATEGIE VON SPORTLER(INNE)N

BETTINA RULOFS / ILSE HARTMANN-TEWS 100
Geschlechterverhältnisse in der medialen Vermittlung von Sport – Sexualisierung und Erotisierung als Inszenierungsstrategien?

DANIELA SCHAAF 114
Der Körper als Kapital – Sportlerinnen im Spannungsfeld zwischen Selbstvermarktung und Selbstermächtigung

GUIDO ZURSTIEGE 137
Männliche Attraktivität. Zur persuasiven Codierung eines
Faszinationstyps

ROMAN HORAK / JÖRG-UWE NIELAND 150
Sportler als Popstars. Sexualisierung als Vehikel

IV. DIE SEXUALISIERUNG DES SPORTS IM PRINT UND IM INTERNET

DANIEL BECK / STEFFEN KOLB 173
Die Darstellung von Sportlerinnen und Sportlern im und
neben dem Wettkampf – eine Analyse der Berichterstattung
über die Ski- und Leichtathletik-Weltmeisterschaften

SASCHA TRÜLTZSCH 193
Sexualisierte Inszenierungsmuster? Präsentationen von
Sportlerinnen und Sportlern in Internet und Social Web

NICOLE SELMER / ALMUT SÜLZLE 210
Ein Bikini macht noch keinen Fußball. Zum Bild der weiblichen
Fußballfans in den Medien

V. DIE (SOFT)PORNOGRAFISIERUNG DES SPORTS IN DEN MEDIEN

DAGMAR HOFFMANN 230
Kult oder Kommerz? Reflexionen junger Rezipienten zur
Inszenierung von Erotik in Sportkontexten am Beispiel der
Sexy Sport Clips (ssc)

JAN TILMAN SCHWAB 246
»From passion on the pitch to steamy locker room sex
scenes« – Zur Verwendung des Fußballs im Pornofilm

**VI. DIE DARSTELLUNG VON HOMO- UND
TRANSSEXUALITÄT IM MEDIENSPORT**

- MARTIN K. W. SCHWEER 263
Is anybody out there? Homosexualität in der
Sportberichterstattung: Sozialpsychologische Spezifika des
(Medien-)Sports mit Blick auf ein Tabuthema
- CHRISTOPH BERTLING / HOLGER IHLE 279
Tabu Transsexualität? – Eine Analyse der Printberichterstattung
über den Fall Balian Buschbaum in der deutschen Qualitätspresse
und in Nachrichtenmagazinen
- Autorinnen und Autoren 302