

**OHR, DIETER**

**FANS UND (NEUE) MEDIEN**

Dieter Ohr, Freie Universität Berlin, Institut für Soziologie/ Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft, dieter.ohr@fu-berlin.de

**AD-HOC-GRUPPE 9: SOZIOLOGIE DER FANS**

In diesem Vortrag wird die Beziehung zwischen Fans und (neuen) Medien am Beispiel von Sportfans aus der Perspektive einer Medialisierung des Sports betrachtet. In einem ersten Schritt soll die Angebotsseite dieser Entwicklung beleuchtet werden. In einem zweiten Schritt geht es darum, den Umgang von Fans mit den Medienangeboten zum Sport zu charakterisieren: Welche Verschiebungen haben sich bei der Sportrezeption im Laufe der letzten Jahre zwischen den verschiedenen Medien ergeben? In welcher Weise hat die Durchsetzung des Internets die Mediennutzung im Hinblick auf Sportereignisse verändert? Werden die vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten des Internets von den Fans auch tatsächlich genutzt? In einem dritten Schritt sollen die möglichen (auch langfristigen) Wirkungen einer Medialisierung des Sports in den Blick genommen werden: So mag beispielsweise die erhebliche Steigerung des Informationsangebots zu Sportereignissen und Akteuren des Sports in aller Welt dazu beigetragen haben, dass lokal begrenzte Bindungen zu Akteuren des Sports allmählich durch überlokale und übernationale Bindungen ersetzt worden sind. Medialisierung beinhaltet des Weiteren eine starke Orientierung der Berichterstattung über Sport und Sportler an Nachrichtenwerten. Wenn in diesem Sinne etwa das Sensationelle, das Skandalöse, auch das Negative in der medialen Vermittlung des Sports an Gewicht gewonnen haben sollte, so ist zu fragen, welchen Niederschlag dies mittel- und langfristig in den Präferenzen von Fans und in der Zusammensetzung des Fanpublikums findet.