



Rudelbildung vor der Leinwand

Zuwendungsmotive der Public Viewing Rezeption

Henrik Rampe & Markus Schäfer

Institut für Publizistik,
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ



Fußball und Medien



Fußball und Medien

Symbiotische Beziehung: Fußballsport und (TV-)Medien

- **telegen** Dauerproduzent berichtenswerter Ereignisse
- **populär** Quotengarant der TV-Berichterstattung
- **innovativ** Experimentierfeld neuer Übertragungstechniken

EM- und WM-Endrunden:

RStV: „Ereignis erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung“



Public Viewing



Public Viewing

Neben dem Liveerlebnis im Stadion und der Rezeption vor dem Fernseher hat sich **Public Viewing** (PV) bei **Fußballgroßereignissen** als dritte Form der Medienrezeption etabliert:

**Welche Rezeptionsmotive kennzeichnen
Public Viewing?**

Forschungsinteresse

- Theoretische und (erste) empirische Annäherungen an das Phänomen
u.a. Cybulska, 2007; Schulke, 2007, 2010, 2012; Ufer, 2010

- Aber noch viel Forschungsbedarf, insbesondere
 - Zuwendungsmotive des PV-Publikums
 - Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen dem Rezeptionserleben vor dem TV (und im Stadion)

Public Viewing als soziales Phänomen



Begriffsannäherung

Sammelbegriff und Scheinanglizismus

- Keine einheitliche, eindeutige Definition
- Wortursprung: öffentliche Beschau einer aufgebahrten Leiche

Definition nach Schulke (2010):

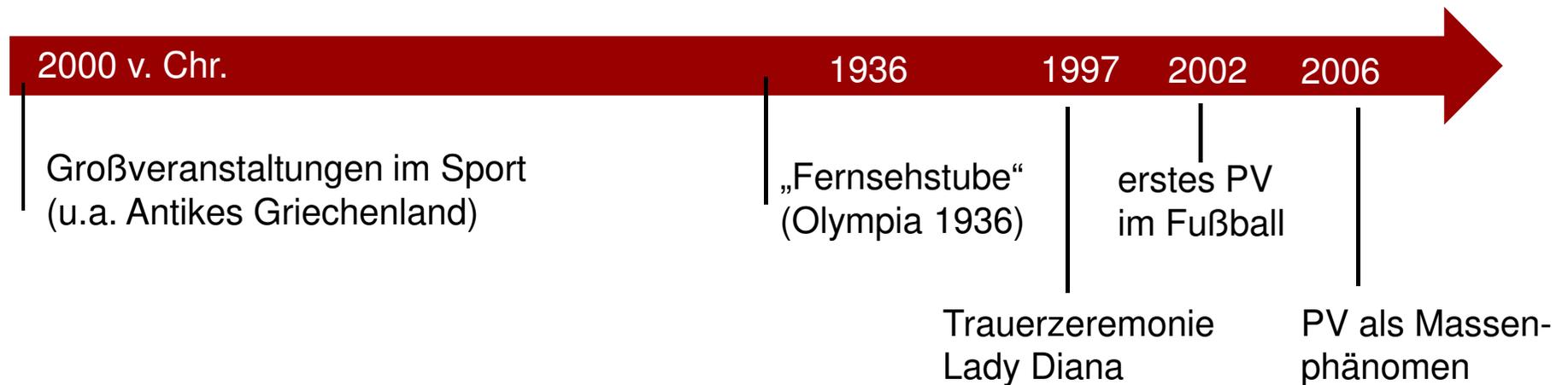
„Massenhafte Betrachtung von aktuellen, gesellschaftlich bedeutsamen Ereignissen auf Videowalls [...]“

Kriterien

- Gemeinsame, massenhafte Rezeption
- Öffentlich zugängliches Zusammentreffen
- (räumliche) Trennung von Handlungs- und Rezeptionsort
- Live-Rezeption
- Videoleinwand oder -screen

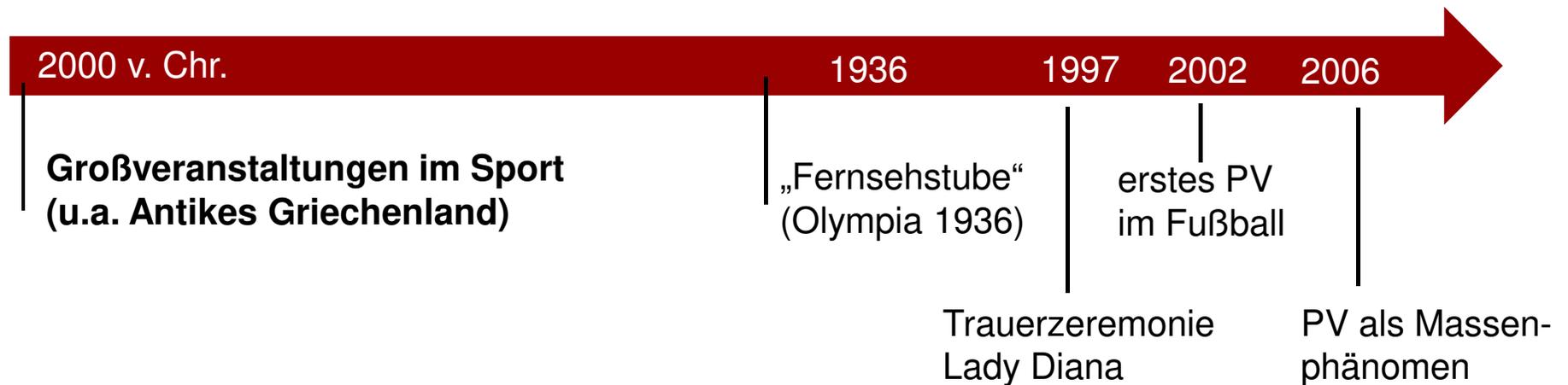
Entstehungsgeschichte

Sport ist seit jeher ein kollektives Rezeptionsereignis:



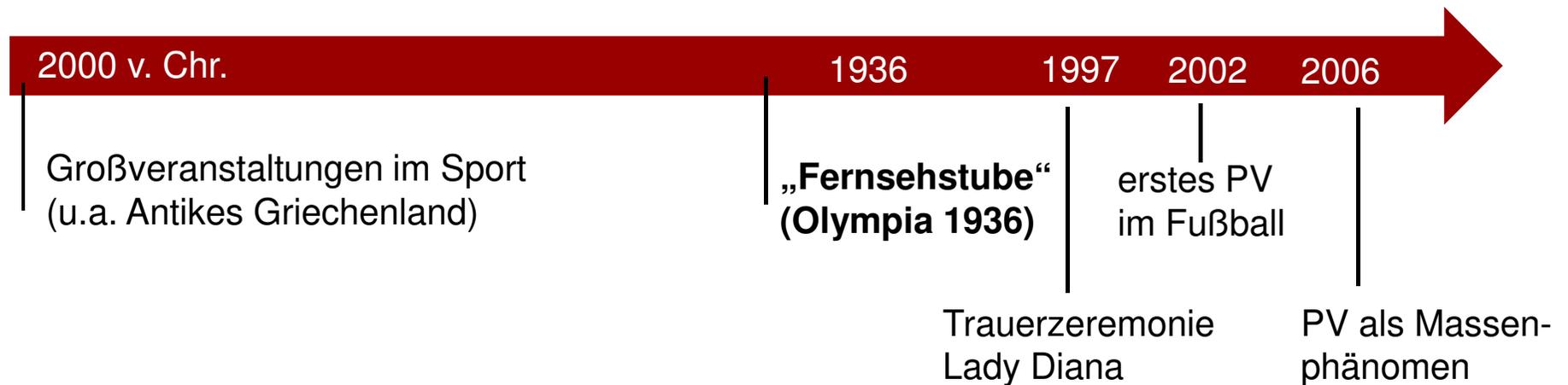
Entstehungsgeschichte

Sport ist seit jeher ein kollektives Rezeptionsereignis:



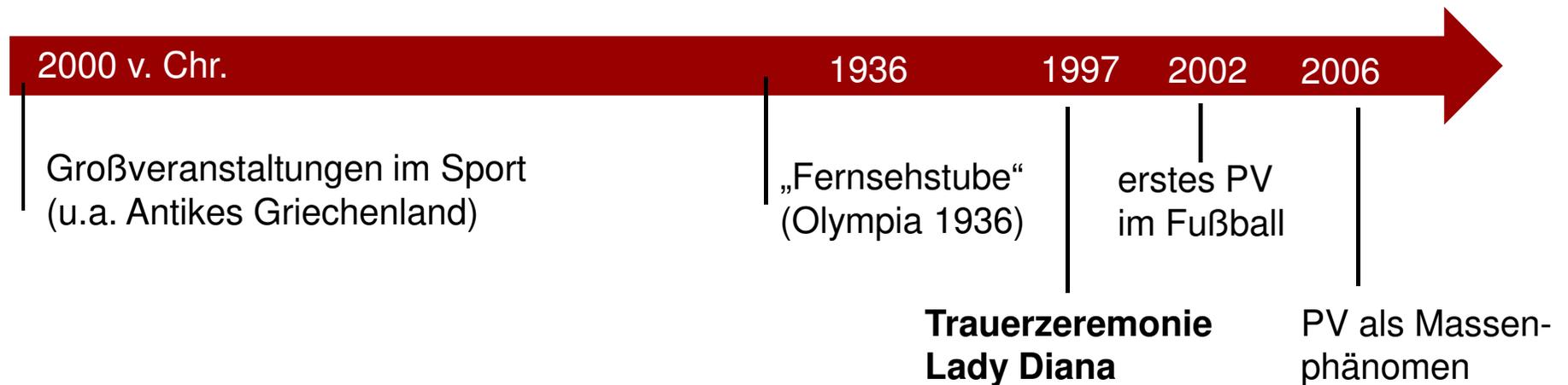
Entstehungsgeschichte

Sport ist seit jeher ein kollektives Rezeptionsereignis:



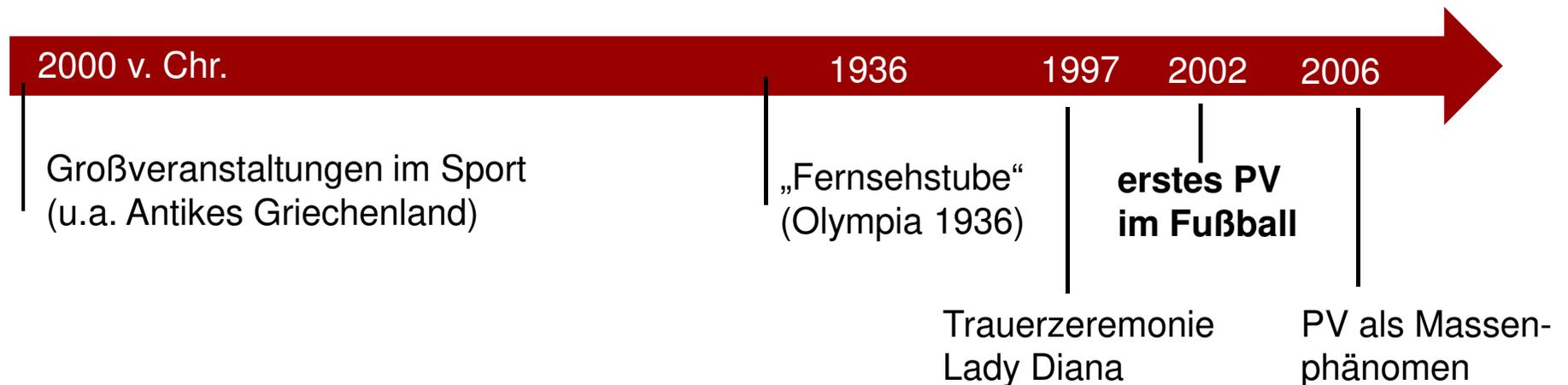
Entstehungsgeschichte

Sport ist seit jeher ein kollektives Rezeptionsereignis:



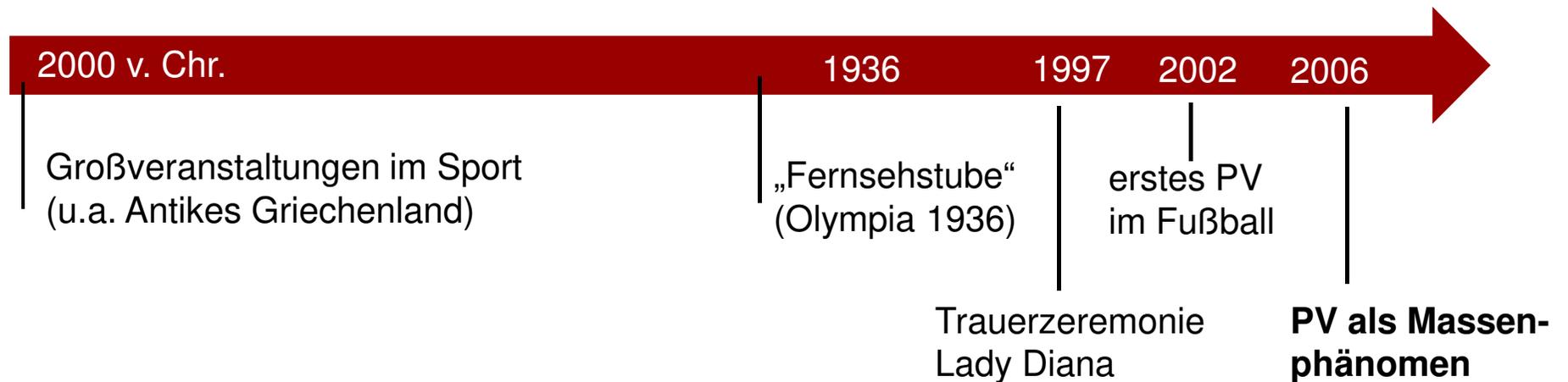
Entstehungsgeschichte

Sport ist seit jeher ein kollektives Rezeptionsereignis:



Entstehungsgeschichte

Sport ist seit jeher ein kollektives Rezeptionsereignis:



Entstehung Public Viewing

Die WM 2006 als Katalysator einer eingeleiteten Entwicklung:

Public Viewing war zur WM 2006 nicht ubiquitär, aber feierte seinen weltweit wahrgenommenen Durchbruch als Massenphänomen.



Uses & Gratifications-Ansatz

Mediennutzungsforschung:

“What do people do with the media?” (Katz & Foulkes, 1962)

Gratifikationsmotive [nach McQuail, 1983]

- Informationsbedürfnis
- Bedürfnis nach persönlicher Identität
- Bedürfnis nach Integration und sozialer Interaktion
- Unterhaltungsbedürfnis

Uses & Gratifications-Ansatz

Zuwendungsmotive zu **Sport-Medien-Ereignissen** [nach Gantz, 1981]

- Erregung durch den Sieg (“to thrill victory”)
- Entspannung (“to get loose”)
- Information (“to learn“)
- Zeitvertreib (“to pass time“)

Untersuchungsdesign

- Erste leitfadengestützte Interviews (face-to-face)
 - $n = 6$
 - Gesprächsdauer: ca. 30 Minuten
- Wörtliche Transkription der Gespräche
 - Rezeptionsmotive
 - Gemeinsamkeiten/ Unterschiede zu TV-/ Stadionerlebnis



Identifikation

Emotion

Kommunikation

Rezeptionsumgebung

Identifikation & Gemeinschaft



Identifikation & Gemeinschaft

Anna: „Man hat schon gemerkt, dass alle aus dem gleichen Grund da waren. Dieses Wir-Gefühl [...] finde ich immer ganz gut. Und dass dann alle das Gleiche wollten. Alle wollten natürlich, dass Deutschland gewinnt. [...] Alle waren im Deutschlandtrikot, alle hatten dieses Wir-Gefühl.“

Norman: „2018 als Deutschland das Tor geschossen hat, da lagen sich alle in den Armen, egal wer das war. Da habe ich auch meine Freunde zehn Minuten nicht mehr gefunden. Aber das ist mir auch scheißegal gewesen in dem Moment, weil man sich mit den FREMDEN gefreut hat.“

Identifikation & Gemeinschaft

Anna: „Man hat schon gemerkt, dass alle aus dem gleichen Grund da waren. Dieses **Wir-Gefühl** [...] finde ich immer ganz gut. Und dass dann **alle das Gleiche** wollten. Alle wollten natürlich, dass Deutschland gewinnt. [...] Alle waren im **Deutschlandtrikot**, alle hatten dieses **Wir-Gefühl**.“

Norman: „2018 als Deutschland das Tor geschossen hat, da lagen sich alle **in den Armen**, egal wer das war. Da habe ich auch meine Freunde zehn Minuten nicht mehr gefunden. Aber das ist mir auch scheißegal gewesen in dem Moment, weil man sich **mit den FREMDEN gefreut** hat.“

Identifikation & Gemeinschaft

Arne: „Die Menschen sind einfach lockerer und nicht so verkrampft. Wenn man sich sonst Leute im Alltag anschaut, da sind viele schon um vieles gehetzter. [...] Beim Public Viewing sind die Menschen einfach offener, freundlich und auch etwas gelassener.“

Ida: „Gerade in Mainz [erinnert es sehr] an Fastnacht. Wenn man dann auf dem Schillerplatz steht und da alle "Im Schatten des Doms" singen. Da ist auch so, wir haben uns alle lieb und es gibt nichts Böses auf der Welt (lacht). [...] Oder bei Dorffesten, wenn man in kleinen Orten die Leute wiedertrifft.“

Sarina: „[...] Dieses gemeinsame immer nervöser werden und sich so Sachen sagen: "HACH, das wird nichts mehr!" und dann gesagt bekommen ‚DOCH, das wird‘. Und dann überall die Leute, die schreien.“

Identifikation & Gemeinschaft

Arne: „Die Menschen sind einfach **lockerer** und **nicht so verkrampt**. Wenn man sich sonst Leute im Alltag anschaut, da sind viele schon um vieles gehetzter. [...] Beim Public Viewing sind die Menschen einfach **offener, freundlich** und auch etwas **gelassener**.“

Ida: „Gerade in Mainz [erinnert es sehr] an **Fastnacht**. Wenn man dann auf dem Schillerplatz steht und da alle "Im Schatten des Doms" singen. Da ist auch so, **wir haben uns alle lieb und es gibt nichts Böses** auf der Welt (lacht). [...] Oder bei **Dorffesten**, wenn man in kleinen Orten die Leute wiedertrifft.“

Sarina: „[...] Dieses **gemeinsame immer nervöser** werden und sich so Sachen sagen: "HACH, das wird nichts mehr!" und dann gesagt bekommen ,DOCH, das wird'. Und dann überall die Leute, die schreien.“

Identifikation & Gemeinschaft

- Wir-Identität & “Party-Patriotismus”
- Gefühl von Gemeinschaft in einer individualisierten Gesellschaft
- Kollektiver Nervenkitzel verbindet
- Gemeinschaftsmomente schaffen imaginierte Gemeinschaft
- Integrationsvehikel Fußball: niedrige Kontaktbarriere

Emotionserleben



Emotionserleben

Sarina: „[...] Wenn ich dann so angespannt bin und kein Tor fällt und es ist total spannend, dann merke ich durchaus wie mein Herz ganz doll pocht und ich total angespannt bin [...] Ich bekomme einen richtig krassen Adrenalinschub, wenn dann das Ersehnte passiert und ein Tor geschossen wird.“

Ida: Ida: „Sehr ausgelassen (lacht). Wild. Es sind alle rumgesprungen, alle haben sich umarmt. Es war so ein bisschen Weltfrieden-Stimmung würde ich sagen. Es war [...] so freudig, schön, friedlich.“

Arne: „Als Mario Götze das 1:0 gemacht hat, BOAH, wenn ich daran denke, bekomme ich immer noch Gänsehaut. [...] alle rasten komplett aus und die letzten sechs, sieben Minuten wurde dann so gezittert. Alle waren so mit den Nerven am Ende.“

Emotionserleben

Sarina: „[...] Wenn ich dann so angespannt bin und kein Tor fällt und es ist total spannend, dann merke ich durchaus wie mein **Herz ganz doll pocht** und ich total **angespannt** bin [...] Ich bekomme einen richtig **krassen Adrenalinschub**, wenn dann das Ersehnte passiert und ein Tor geschossen wird.“

Ida: Ida: „Sehr ausgelassen (lacht). Wild. Es sind alle rumgesprungen, alle haben sich **umarmt**. Es war so ein bisschen **Weltfrieden-Stimmung** würde ich sagen. Es war [...] so freudig, schön, friedlich.“

Arne: „Als Mario Götze das 1:0 gemacht hat, BOAH, wenn ich daran denke, bekomme ich immer noch **Gänsehaut**. [...] alle rasten komplett aus und die letzten sechs, sieben Minuten wurde dann so **gezittert**. **Alle** waren so mit den **Nerven am Ende**.“

Emotionserleben

- “Gefühlsansteckung” in der Gemeinschaft
- Psychisches und physisches Rauscherleben
- Tore als Katalysator positiver Emotionen
- Ungewisser Spielausgang als Spannungselement
- Emotionen schaffen kollektive Erinnerungsmomente

Rezeptionsumgebung



Rezeptionsumgebung

Arne: „Daheim, wenn ich Fußball im Fernsehen gucke, da achte ich viel mehr auf die Taktik und sowas. Wie sieht es aus mit der Seitenverlagerung? Wie weit vorne stehen die Außenverteidiger? Wird hohes Pressing gespielt? [...] Da ist man beim Public Viewing auf jeden Fall emotionaler und nicht so analysierend wie vor dem Fernseher.“

Norman: „Zuhause guckt man halt mehr auf das Handy. Wenn man mit Freunden guckt, dann guckt man vielleicht eins, zwei Mal während des Spiels, ob man eine Whatsapp hat [...]“

Ben: „Man klatscht anders, man steht vielleicht anders, man schaut anders. Man ist zuhause weniger selbstreflektiert [und] wird dann auch nicht so klatschen, mitgehen und sich von anderen Leuten mitreißen lassen.“

Rezeptionsumgebung

Arne: „Daheim, wenn ich Fußball im Fernsehen gucke, da achte ich viel mehr auf die Taktik und sowas. Wie sieht es aus mit der Seitenverlagerung? Wie weit vorne stehen die Außenverteidiger? Wird hohes Pressing gespielt? [...] Da ist man beim Public Viewing auf jeden Fall **emotionaler und nicht so analysierend** wie vor dem Fernseher.“

Norman: „**Zuhause** guckt man halt mehr auf das **Handy**. Wenn man mit Freunden guckt, dann guckt man vielleicht eins, zwei Mal während des Spiels, ob man eine Whatsapp hat [...]“

Ben: „Man **klatscht anders**, man **steht vielleicht anders**, man **schaut anders**. Man ist zuhause weniger selbstreflektiert [und] wird dann auch nicht so klatschen, mitgehen und sich von anderen Leuten mitreißen lassen.“

Rezeptionsumgebung

- Planerischer (Mehr-)aufwand beim Public Viewing-Besuch
- veränderte Umgebung führt zur Verhaltensanpassung
- Emotionale und nur selten rationale Rezeption
- als Gemeinschaft in der Gemeinschaft

(Anschluss-)Kommunikation



(Anschluss-)kommunikation

Norman: „Klar redet man mit dem Nebenmann über die Aufstellung, wenn der sie gerade vorgelesen hat oder fragt ihn nochmal. Oder man fragt, ob der andere mal den Rucksack runter nehmen kann, wenn man den die ganze Zeit in die Fresse gehauen bekommt [...] aber so wirklich engen Kontakt, der dann geblieben ist [...] das ist mir noch nicht passiert.“

Ben: „Vorher: Wo kauft man hier Bier? In der Pause: Ist die Schlange gerade so kurz, dass man innerhalb der 15 Minuten Pause noch ein Bier bekommt? Man redet natürlich über die erste Halbzeit in der Pause und dann auch nachher nochmal über das Spiel.“

(Anschluss-)kommunikation

Norman: „Klar redet man mit dem **Nebemann über die Aufstellung**, wenn der sie gerade vorgelesen hat oder fragt ihn nochmal. Oder man fragt, ob der andere mal den **Rucksack runter nehmen** kann, wenn man den die ganze Zeit in die Fresse gehauen bekommt [...] aber so wirklich engen Kontakt, der dann geblieben ist [...] das ist mir noch nicht passiert.“

Ben: „Vorher: Wo kauft man hier **Bier**? In der Pause: Ist die Schlange gerade so kurz, dass man innerhalb der 15 Minuten Pause noch ein Bier bekommt? Man redet natürlich über die erste Halbzeit in der Pause und dann auch nachher nochmal **über das Spiel**.“

(Anschluss-)kommunikation

- PV fördert soziale Interaktion und Kommunikation
- niedrige Kontaktbarriere
- Situative und flüchtige Bekanntschaften mit Fremden
- Themen: Location, Fußball oder Privates

Kritik & Optimierungspotenzial



Kritik & Optimierungspotenzial

- Nervenzehrende Wartesituationen
- Gratwanderung zwischen positiven Emotionen und Aggressionen
- “Vervolksfestisierung des Fußballs”
- Außerhalb des Fußballs: wenige Rezeptionsformate vorstellbar

Fazit



Fazit

- PV als eigene Rezeptionsform mit spezifischen Rezeptionsmotiven
- Dreiklang aus Sportspektakel, Gemeinschaft und Emotionen läßt Public Viewing-Areale zu einem Gefühlsraum auf
- PV als außeralltägliches Interaktionsritual
- Fußball-Großereignisse bringen ein fragmentiertes TV-Publikum zusammen

Limitationen & Ausblick

- Weitere qualitative Interviews sowie quantitatives Vorgehen notwendig, um Motivgruppen eingehend zu untersuchen
- Individuelle Zuwendungsmotive erlauben nur grobe Clusterung

Interdisziplinärer Forschungskomplex:

- Entstehung von Emotionen im Kollektiv (sozial-psychologisch)
- Nationale Identität und Vergemeinschaftung (soziologisch)



Vielen Dank!

Henrik Rampe & Markus Schäfer

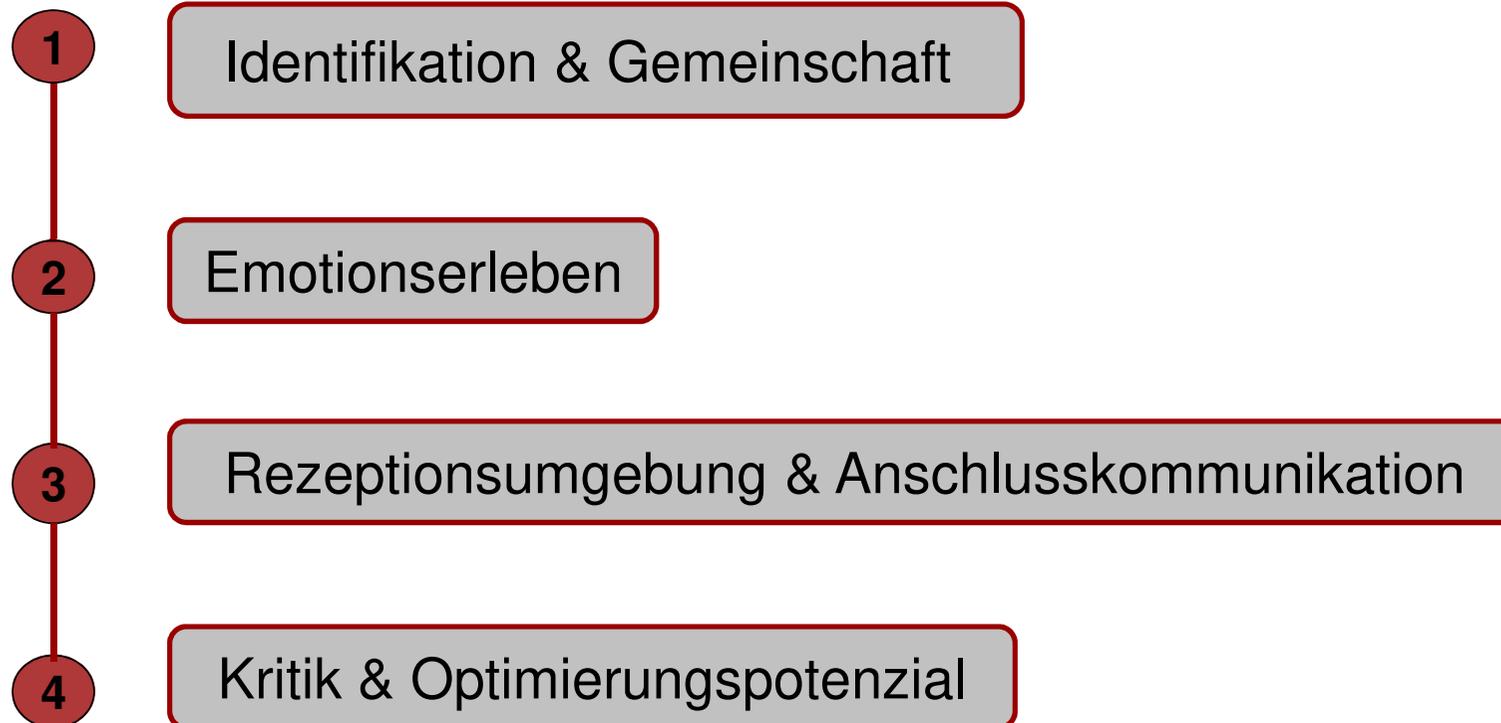
Institut für Publizistik,
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ



01.10.2019

Konzeption des Leitfadens



Konzeption des Leitfadens

1

„Du hast WM-Spiele beim PV erlebt. Wie kam es denn dazu? Erzähl mal, warum warst du beim PV eigentlich dabei?“

2

„Wenn du an die PV-Veranstaltung(en) zurückdenkst, welche Momente bleiben dir besonders in Erinnerung?“

Konzeption des Leitfadens

3

„Wie unterscheidet sich für dich das Fußballerlebnis am TV-Bildschirm vom PV?“

4

„Wie müsste sich PV deiner Meinung nach verändern, um zukünftig noch mehr Menschen zu begeistern?“