

DIGITALE INTERAKTION UND KOMMUNIKATION IM SPORT

JOSEF WIEMEYER

Josef Wiemeyer ist Professor für Sportwissenschaft mit den Schwerpunkten Bewegungs- und Trainingswissenschaft und Sportinformatik an der Technischen Universität Darmstadt. Aktuell forscht er zu ausgewählten Themen des technologiegestützten Lernens und Trainings. Er hat unter anderem zu den Themen Serious Games für Gesundheit, individualisiertes Training mit Exergames, mobile Trainingsapplikationen und Lernen in Mensch-Roboter-Dyaden publiziert.

Einleitung

Der organisierte und informelle Sport ist – wie alle Bereiche der Gesellschaft – von Digitalisierung tief durchdrungen. Dies betrifft alle wesentlichen Aspekte der Digitalisierung, von der Aufnahme und Verarbeitung von Daten, über die Modellierung und Simulation bis hin zur Präsentation, Kommunikation und Interaktion (Wiemeyer, Baca und Lames, 2010; Baca, 2015). Wichtige Anwendungsfelder der Digitalisierung im Sport sind Wettkampf-, Trainings- und Lerninterventionen, Leistungsanalysen sowie Wissens-, Informations- und Kommunikationssysteme. Zentraler Kern sportinformatischer Forschungsinteressen ist einerseits die Leistung von Menschen in verschiedenen Kontexten (z. B. Hochleistungssport und Gesundheitssport) und ihre gezielte Beeinflussung, andererseits die Information und Kommunikation über sportliche Leistungen und Aktivitäten.

Entsprechend der primären Zielsetzung des vorliegenden Bandes soll der Einfluss der Digitalisierung auf Kommunikationsprozesse im Sport kritisch analysiert werden. An zwei Beispielen werden exemplarisch die Möglichkeiten und Herausforderungen von digitalisierten Informations- und Kommunikationsprozessen diskutiert.

Beispiel 1: Internet-Coaching

In vielen Sportarten ist es auf Hochleistungsniveau erforderlich, dass Sportlerinnen und Sportler an Wettkampfstätten reisen, die über die ganze Welt verteilt sind. Für die Trainerinnen und Trainer ergibt sich damit das Problem, eine angemessene Betreuung sicherzustellen. Nicht alle Sportarten erlauben es, dass die Trainerinnen und Trainer ihren Athletinnen und Athleten zu allen Wettkämpfen nachreisen. Eine mögliche Lösung ist das Internet-Coaching. Dies bedeutet, dass die Kommunikation zwischen Trainerinnen und Trainern

sowie Sportlerinnen und Sportlern über weite Entfernungen und ohne physische Kopräsenz erfolgen kann.

Link (2006) hat z. B. ein Internet-Coaching-System für die Sportart Beach-Volleyball entwickelt, welches die Kommunikation von Trainerin und Trainer sowie Athletin und Athlet über ein speziell entwickeltes Web-Interface erlaubt. Dabei können sie gemeinsam Videoszenen analysieren, kommentieren und annotieren, auf einem speziellen Whiteboard Spielzüge illustrieren und audiovisuelle Informationen austauschen.

Link kann nachweisen, dass Internet-Coaching Struktur und Inhalte der Interaktion zwischen Athletin und Athlet sowie Trainerin und Trainer verändert. Die Internet-Kommunikation ist signifikant aufgabenorientierter und zielgerichteter (weniger social talk, stärker bildschirmorientiert), während beim Face-to-Face-Coaching mehr Zeit für problemorientierte Arbeit aufgewendet wird; außerdem ist die Präsenzsituation durch weniger Pausen, größere Aussagenvielfalt, schnellere Themenwechsel und mehr Sprecherwechsel gekennzeichnet. Die Dominanz der Trainerin beziehungsweise des Trainers fällt bei Internet-Sitzungen noch deutlicher aus als bei Präsenzsitzungen. Insofern besteht beim Internet-Coaching die Gefahr, dass das „Machtgefälle“ zwischen Trainerin und Trainer auf der einen sowie Athletin und Athlet auf der anderen Seite verstärkt wird.

Beispiel 2: Informations- und Kommunikationssysteme

Sport ist ein gesellschaftliches Phänomen, das bei vielen Menschen positiv konnotiert ist. Dementsprechend ausgeprägt ist die Kommunikation über Sport. Durch die Digitalisierung und insbesondere das Internet haben sich hier gravierende Veränderungen ergeben (z. B. Horky, Schieler und Stierl, 2018). Während die „klassischen“ Massenmedien (besonders Printmedien und TV) Informationen quasi-monopolistisch unidirektional vermittelten, bieten die modernen digitalisierten Möglichkeiten der Informationen und Kommunikation weitreichende Möglichkeiten aller Sportinteressierten mit Internetanbindung, an sportbezogenen Informations- und Kommunikationsprozessen aktiv zu partizipieren und sich mit anderen zu vernetzen. Diese Möglichkeiten betreffen auch und vor allem „Randsportarten“, die in der früheren monopolisierten Massenberichterstattung kaum einen Platz hatten.

Ein Blick auf die aktuelle Webseite der Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB; Stichtag: 29. März 2019) zeigt z. B., dass der Dachverband des deutschen Sports auf Twitter (11 Themen), Facebook (10 Themen), Instagram (2 Themen) und YouTube (436 Videos; 1.203 Abonnenten) vertreten ist.

Dadurch haben viele Sportinteressierte die Möglichkeit, sich zu verschiedenen Themen aktiv einzubringen und eigenen Web-Content zu erstellen. Ein Blick auf die Einträge der Social-Media-Seiten offenbart eine Vielzahl von sehr heterogenen Inhalten, welche von individuellen Stellungnahmen bis zu professionellen Berichten reichen (vgl. auch Horky, Schieler und Stierl, 2018).

Aber nicht nur zahlreiche Vereine und Verbände nutzen Social Media als Kommunikationsplattform, sondern auch zahlreiche weitere Kommunikationsaktivitäten – z. B. der Sportlerinnen und Sportler – werden über Social Media abgewickelt: „Über soziale Medien können Fans nun direkt mit ihren Stars und Clubs in Kontakt treten – und umgekehrt“ (Grimmer und Horky, 2018, S.18). Dabei steht den zahlreichen potenziellen Mehrwerten (z. B. Recherche und Information, Austausch und Vernetzung, nachhaltiger Aufbau eines Publikums, Marketing und Werbung sowie Intimität und Nähe) eine Fülle von Herausforderungen gegenüber (z. B. Verletzungen der Intimsphäre durch Stalking oder Mobbing, Hetz- und Beleidigungskampagnen, Shitstorms, Urheberrechtsverletzungen bzgl. Video-, Bild- oder Textmaterial).

Auch für den Sportjournalismus hat die Digitalisierung des Sports nicht nur Vorteile: Warum sollte sich eine Athletin beziehungsweise ein Athlet noch einem möglicherweise konfliktreichen Interview stellen, wenn sie oder er ihre oder seine Sichtweise über die sozialen Medien in unhinterfragter Form veröffentlichen kann? Hier ist eine deutliche Einschränkung der (exklusiven und autonomen) Vermittlerrolle zwischen Sport und Sportkonsumierenden erkennbar (Grimmer und Horky, 2018).

Eine weitere Facette digitaler Kommunikation über Sport betrifft das Aufdecken von Skandalen (von Sikorski und Hänelt, 2018). Im Sport als stark normativ geprägtem Gesellschaftsbereich sind Verletzungen von Normen (z. B. Fair Play oder Chancengleichheit) häufig anzutreffen. Einerseits können ubiquitäre, vernetzte digitale Technologien dabei helfen, diese Normverletzungen aufzudecken und zu sanktionieren, andererseits besteht die Gefahr zunehmender falscher Anschuldigungen und Verdächtigungen.

Fazit und Ausblick

Die Digitalisierung hat den Sport ohne Zweifel gravierend verändert. Zahlreichen neuen Möglichkeiten der Kommunikation, Partizipation und Vernetzung stehen aber auch vielfältige Herausforderungen und Gefahren gegenüber, z. B. Schutz der Privatsphäre und persönlichen Integrität, Datensicherheit, Manipulation u.v.m. Hier sind ohne Zweifel politische und ggf. auch ge-

setzliche Regelungen erforderlich, um eine angemessene Balance zwischen den berechtigten Bedürfnissen aller Beteiligten herzustellen.

Digitale Technologien werden sich weiterentwickeln – auch und besonders im Sport: Technische Kapazitäten sowie ubiquitäre Verfügbarkeit werden ohne Zweifel zunehmen. Bereits heute werden z. B. Video-Drohnen, 360-Grad-Ansichten und virtuelle Technologien eingesetzt (Hebbel-Seeger und Horky, 2018). Darüber hinaus werden Echtzeit-Übertragungen (Live-Streaming) durch verbesserte Übertragungskapazitäten an Bedeutung gewinnen, da sie das Gefühl der Präsenz erhöhen können (Burk und Grimmer, 2018).

Damit verbunden ist eine zunehmende und immer unmittelbarere Durchdringung von privater und öffentlich sichtbarer Sphäre. Dies führt einerseits zu mehr Transparenz und Partizipation, eröffnet aber andererseits zunehmende Räume für Desinformation, Manipulation und Verletzung der persönlichen Integrität sowie Verringerung von Rückzugsoptionen. Dass hier schnell Grenzen überschritten werden können, zeigt das Beispiel des Online-Streamings der Terror-Aktivitäten in Christchurch, Neuseeland am 15.3.2019. Hier gilt es, die geeigneten – technischen und gesetzlichen – Rahmenbedingungen für eine ausgewogene Balance zu schaffen.

Literatur

- Baca, A. (2015). *Computer science in sport*. London: Routledge.
- Burk, V.; Grimmer, C. G. (2018). Sportkommunikation bei Instagram, Snapchat, YouTube und Blogs. In: Horky, T.; Stiehler, H.; Schirl, T. (Hg.). *Die Digitalisierung des Sports in den Medien*. Köln: Halem, S. 42-67.
- Grimmer, C.G.; Horky, T. (2018). Sportkommunikation bei Facebook und Twitter. In: Horky, T.; Stiehler, H.; Schirl, T. (Hg.). *Die Digitalisierung des Sports in den Medien*. Köln: Halem, S. 17-41.
- Hebbel-Seeger, A.; Horky, T. (2018). Innovative Medientechnologien im Sport - Videodrohnen, 360-Grad-Videos und VR-Brillen. In: Horky, T.; Stiehler, H.; Schirl, T. (Hg.). *Die Digitalisierung des Sports in den Medien*. Köln: Halem, S. 214-274.
- Horky, T.; Stiehler, H.; Schirl, T. (2018). *Die Digitalisierung des Sports in den Medien*. Köln: Halem.
- Link, D. (2006). *Computervermittelte Kommunikation im Spitzensport*. Köln:

Sportverl. Strauß.

Von Sikorsky, C.; Hänelt, M. (2018). Sportskandale online: Entstehung, Verbreitung, Darstellung und Wirkung von Skandalen im Internet. In: Horky, T.; Stiehler, H.; Schirl, T. (Hg.). *Die Digitalisierung des Sports in den Medien*. Köln: Ha-lem, S. 131-159.

Wiemeyer, J.; Baca, A.; Lames, M. (2010). *Sportinformatik - gestern, heute, morgen*. Hamburg: Czwalina.