

Die Rezeption des Sports in den Medien

Bearbeitet von
Holger Schramm

2., leicht veränd. Aufl. 2008. Taschenbuch. 224 S. Paperback

ISBN 978 3 938258 89 7

Format (B x L): 14,2 x 21,3 cm

Gewicht: 288 g

[Weitere Fachgebiete > Sport, Tourismus, Freizeit > Sport, Sportwissenschaft](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

SPORTKOMMUNIKATION III

Holger Schramm (Hrsg.)

Die Rezeption 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.

Holger Schramm (Hrsg.):
Die Rezeption des Sports in den Medien
Sportkommunikation; Bd. 3
Köln : Halem, 2008

2., leicht überarbeitete Auflage

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

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Photokopie, 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.

© 2008 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-938258-89-7

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINIDR, S.R.O. (Tschechische Republik)

GESTALTUNG: Claudia Ott, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

HOLGER SCHRAMM	7
Vorwort	
Kapitel 1	
WIEBKE LOOSEN	10
Sport als Berichterstattungsgegenstand der Medien	
Kapitel 2	
CAMILLE ZUBAYR / HEINZ GERHARD	31
Zur Nachfrage nach Sportangeboten in den Medien	
Kapitel 3	
ARTHUR A. RANEY	52
Motives for Using Sport in the Media: Motivational Aspects of Sport Reception Processes	
Kapitel 4	
JÖRG HAGENAH	78
Einfluss von Persönlichkeit auf das Erleben von Sport in den Medien	
Kapitel 5	
TILO HARTMANN	100
Parasoziale Interaktionen und Beziehungen mit Sportstars	
Kapitel 6	
HOLGER SCHRAMM / MARCO DOHLE / CHRISTOPH KLIMMT	124
Das Erleben von Fußball im Fernsehen	

Kapitel 7	
RENÉ WEBER / VOLKER GEHRAU	145
Sportrezeption auf Mikroebene.	
Eine empirische Analyse der Rezeption von	
Fußballspielen im Fernsehen	
Kapitel 8	
THOMAS BRUNS	169
Struktur, Rezeption und Wirkung von	
Gewalt in der Sportberichterstattung	
Kapitel 9	
ULI GLEICH	185
Die Wirkung von Sportkommunikation:	
Ein Überblick	
HOLGER SCHRAMM	214
Nachwort	
Autorinnen und Autoren	217