

„Sport- und Wissenschaftskommunikation im Wandel:  
Zwischen Digitalisierung und Zukunftsperspektiven“

**40. Jahrestagung der  
Arbeitsgemeinschaft Sportwissenschaftlicher Bibliotheken (AGSB)**  
11.-12. September 2019  
Salzburg (Österreich)

**ABSTRACTS**

**Publikationen zwischen Sein und Schein – Fake Science als moralisches Dilemma**

*Sabine Würth, Universität Salzburg, IFFB Sport- und Bewegungswissenschaft/USI*

Die Fernsehdokumentation „Fake Science – Die Lügenmacher“, ausgestrahlt im Juli 2018 im ersten deutschen Fernsehen (ARD), erregte in der Öffentlichkeit großes Aufsehen. Die Kernbotschaft des Beitrages lautet, dass zunehmend unseriöse Praktiken des wissenschaftlichen Arbeitens auf den Markt drängen, die mit dem journalistischen Schlagwort „Fake Science“ umschrieben werden: Durch den Aufbau einer wissenschaftlichen Scheinwelt gelänge es Verlagen, über das schnelle und ungeprüfte Publizieren von wissenschaftlichen Aufsätzen und die Organisation von pseudowissenschaftlichen Kongressen wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Auf diese Weise würden Erkenntnisse aus unseriösen Studien an die breite Bevölkerung vermittelt und nähmen massiven Einfluss auf verschiedenen gesellschaftlichen Ebenen, u.a. als Grundlage politischer Entscheidungen. Als wesentlich mitverantwortlich für diese Entwicklung werden aktuelle Strukturen an wissenschaftlichen Einrichtungen diskutiert: gute Wissenschaft, die entsprechend auch budgetär honoriert wird, werde vornehmlich an der quantitativen Publikationsleistung gemessen; Qualitätskriterien wie die Einhaltung theoretischer, methodischer oder wissenschaftsethischer Standards der jeweiligen Disziplin würden zunehmend in den Hintergrund rücken. Insbesondere jüngere Wissenschaftler/innen fänden sich in einem moralischen Dilemma zwischen wissenschaftlich seriösem (und damit zeitlich aufwändigem) Publizieren auf der einen Seite, und dem schnellen und unkomplizierten Erfüllen der Publikationsvorgaben über pseudowissenschaftliche Organe auf der anderen Seite wieder.

Der Vortrag soll diese Entwicklung vor dem Hintergrund der Strukturen und Verantwortlichkeiten universitärer Einrichtungen thematisieren. Die aktuellen Entwicklungen formulieren m.E. den gesellschaftlichen Auftrag an uns, den Umgang mit wissenschaftlichem Erkenntnisgewinn zu überdenken. Auf erster Ebene heißt dies, dass Universitäten Leitbilder vertreten können, dürfen und möchten, die wissenschaftlich seriöses Arbeiten gewährleisten. Auf einer zweiten Ebene obliegt es den Wissenschaftler/innen immer auch selbst, sich über ihre Pflichten und Handlungsoptionen im Sinne einer ethisch verantwortbaren Forschung klar werden zu müssen und diese konsequent auch an Studierende zu vermitteln. Und nicht zuletzt stellen auf einer dritten Ebene Universitätsbibliotheken als Multiplikatoren wissenschaftlicher Publikationen ein wesentliches Regulativ in der Dissemination wissenschaftlich hochwertiger Information dar. Ein Schluß dieser drei Ebenen kann m.E. dazu beitragen, den Ruf der Universitäten als zuverlässige Ressourcen seriöser Forschung und Erkenntnis zu stärken und Strömungen wie „Fake Science“ wirkungsvoll entgegenzutreten.

## **Der spätmoderne Sport im performativen Wandel.**

### **Transformationen zwischen Mediatisierung, Kommerzialisierung und Digitalisierung**

*Dr. Minas Dimitriou, Universität Salzburg, IFFB Sport- und Bewegungswissenschaft/USI*

Im Rahmen einer in den letzten Dekaden fortschreitenden gesellschaftlichen Ausdifferenzierung, Kommerzialisierung und zunehmenden Konsumorientierung wird die konstitutive Relevanz von Vernetzungen zwischen Sport, Medien und Wirtschaft zur Konstruktion sozialer und individueller Wirklichkeit immer deutlicher.

Da der Sport selbst als „non-script theatre“ viele Elemente, wie z.B. Dramatik, Dynamik, Ästhetik, Schnelligkeit, Spaß, Freude, Zerstreung und Wettkampf, in sich vereinigt, stellt er für die Medien nicht nur einen erstklassigen Themenlieferanten, sondern auch eine probate Bühne für die Wirtschaft zur Generierung von Anschlusskommunikationen mit Zielgruppen dar. Abgesehen davon avanciert der Sport zu einem Ko-Modifikationsobjekt privater Akteure, relevanten Interaktionsfeld der Marktwirtschaft (z.B. Breitensport: Tourismus und Fitnessindustrie) und einem Vermittler kultureller Globalisierung.

Gegenwärtig führen auch Digitalisierung und deren Begleiterscheinungen (z.B. Datafizierung, Algorithmisierung etc.) zu neuen (anderen) Dimensionen der Informationsverfügbarkeit und bieten komplett neue Möglichkeiten der Vernetzung zwischen den funktionellen Systemen Sport, Medien und Wirtschaft. So z.B. sorgen die digitalen Technologien nicht nur für einen wirtschaftlich-technologischen, sondern auch für einen Struktur- und Sinneswandel, wenn man nur exemplarisch die Entstehung und rasche Etablierung des E-sports und die partielle Aufwertung des Körpers in unterschiedlichen Settings in Betracht zieht. Der erwähnten Entwicklung wird ein ‚disruptiver‘ Charakter nachgesagt, weil im Zuge einer rapiden Transformation genuine Bereiche des Systems Sport (Wettkämpfen, Leisten, Erleben etc.) vollständig neu definiert werden sollen (E-sport). Auf der anderen Seite lassen sich beim Wandel des für den Sport konstitutiven Bereiches ‚Körper‘ zeitstrukturelle Übergänge erkennen: vom funktionalen und rationalen Körper der Moderne zum individuellen, flexiblen, prozessorientierten Körper der Spätmoderne. Dieser Entwicklungszusammenhang wird deutlich bei der Betrachtung des Körpers als (Markt-)Objekt im Bereich der Fitness- und Wellnesskulturen als auch bezüglich der Selbststeigerung (Quantified Self).

Die erwähnten Transformationen reduzieren die interagierenden Systeme (Medien, Sport und Wirtschaft) auf eine reine Funktionsebene, im Sinne der Handlungslogik des ‚homo oeconomicus‘. Somit werden Sportakteurinnen und Sportakteure als ‚branded humans‘ inszeniert, sportliche Leistungen nach dem wirtschaftlichen bzw. performativen Wert definiert und sportlicher Rahmen als Event dargestellt.

Im Rahmen des Vortrags wird die interdependente Beziehung zwischen Sport, Medien und Wirtschaft aufgezeigt. Dabei wird der spätmoderne Sport als komplexes Beziehungsgeflecht im globalen Konsumkapitalismus und als bedeutsame Interaktionsbühne der Unterhaltungsindustrie und der Medienberichterstattung analysiert und diskutiert. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Mediatisierung und Kommerzialisierung will der Vortrag einen Beitrag zum besseren Verständnis des Sportwandels und deren Auswirkungen auf makro- und mikro-kommunikative Strukturen und Prozesse leisten.