

## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>7</b>
<b>I Einleitung</b> .....	<b>11</b>
1 Problemstellung .....	11
2 Forschungsstand .....	19
3 Vorgehensweise.....	28
<b>II Sportsystem und Publikum</b> .....	<b>33</b>
4 Das Sportsystem .....	34
5 Das Publikum.....	48
5.1 Publikumsrolle, Komplementärrolle und Leistungsrolle .....	48
5.2 Funktionen des Publikums für den Sport .....	59
5.2.1 Die Erzeugung einer konversationellen Ebene .....	60
5.2.2 Die Ermöglichung struktureller Kopplungen.....	63
5.3 Funktionen des Sports für das Publikum.....	74
6 Zusammenfassung .....	86
<b>III Dimensionen der Publikumsbindung</b> .....	<b>89</b>
7 Die Dimension „Emotionserleben“.....	90
7.1 Elemente der Emotionssoziologie.....	91
7.1.1 Was „sind“ Emotionen? .....	91
7.1.2 Forschungslinien der Emotionssoziologie .....	97
7.1.3 Zusammenfassung .....	112
7.2 Ein emotionssoziologisches Modell.....	113
7.2.1 Emotion und psychisches System .....	115
7.2.2 Emotionen und soziales System.....	130
7.3 Zusammenfassung.....	149

8	Die Dimension „Identifikation und Gemeinschaft“ .....	155
8.1	Was „sind“ kollektive Identitäten? .....	158
8.2	Die Konstitution kollektiver Identitäten .....	165
	8.2.1 <i>Formen der Vergemeinschaftung</i> .....	165
	8.2.2 <i>Ressourcen zur Konstitution kollektiver Identitäten</i> .....	171
	8.2.3 <i>Die „Identifikationsobjekte“ kollektiver Identitäten</i> .....	177
8.3	Die Stabilisierung kollektiver Identitäten .....	182
8.4	Zusammenfassung .....	185
9	Die Dimension „Sportliche Attraktion und Unterhaltung“ .....	188
9.1	Die Ästhetik des Spitzensports .....	190
9.2	Event und Inszenierung .....	199
	9.2.1 <i>Gründe der „Eventisierung“ von Spitzensportereignissen</i> .....	200
	9.2.2 <i>Strukturmerkmale der Sportinszenierung</i> .....	203
9.3	Zusammenfassung .....	212

#### **IV Schlussbemerkung und Ausblick .....** 215

#### **Literaturverzeichnis .....** 225

#### **Tabellen- und Abbildungsverzeichnis .....** 241