

Lebensraum Sport = L'espace de vie du sport = Spacing out for sport

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **83 (1996)**

Heft 9: **Lebensraum Sport = L'espace de vie du sport = Spacing out for sport**

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die anhaltenden Rationalisierungsschübe in der Arbeitswelt bewirken nicht nur ein Mehr an freier Zeit. Innerhalb wie außerhalb entsprechender sozialer Konflikte reproduziert eine wachsende Freizeitindustrie neue gesellschaftliche Werte. Sie bestehen sowohl in der Kompensation monotoner, entfremdeter Arbeit durch autonome Selbstdarstellungen und Identitäten als auch in der blossen Verlängerung des Leistungsstresses in die Sphären der Freizeit. Ihre Versprechen sind zwangsläufig widersprüchlich: ein vielfältiges, schier unüberblickbares Konsumangebot kontrastiert Szenerien der Selbstverwirklichung jenseits von Arbeit und Pflichten. Freizeit charakterisiert insofern die Gleichzeitigkeit vom Überfluss an Konsumierbarem und der Knappheit an Freiheiten; sie ist zugleich Illusion und Wirklichkeit einer Gegenwelt.

Das widersprüchliche Freiheitsparadigma, das sich nicht zuletzt in einem Körperkult spiegelt, ist Gegenstand eines Beitrags der Zürcher Soziologen Stamm und Lamprecht. Davon werden neue Baugattungen und städtebauliche Umstrukturierungen generiert wie die sogenannten Indoor-Grossanlagen: hermetische Gegenwelten, in denen – im Unterschied zu den Shopping Centers der sechziger und siebziger Jahre – nicht nur Waren, sondern auch Tätigkeiten veräussert werden. Diese neue multifunktionelle Baugattung, die den Körper in das Konsumerlebnis mit einbezieht, provoziert eine ähnliche Kritik, wie sie den stadtfreundlichen Konsumtempeln bereits in den siebziger Jahren zuteil wurde; sie wirft aber auch die Frage auf, inwieweit die wachsende Bedeutung der Freizeit anders – in städtebaulicher und architektonischer Hinsicht – beantwortet werden könnte.

Die Kombination von Einrichtungen des Sports mit dem Konsum und traditionellen städtischen Funktionen ermöglicht einerseits eine bessere Auslastung teurer Infrastrukturen; andererseits bezieht sich die Vermarktung des Sports so nicht nur auf die mediale Ausbreitung, sondern auch auf die Sportstätten selbst als Bestandteil einer Immobilienstrategie. Mit der Industrialisierung des Sports stehen auch die Stadien unter dem verstärkten Druck kommerziellen Kalküls. Ihr besonderer Zauber kennzeichnet sie aber gerade als Orte ausserweltlicher Nutzlosigkeit, so wie der Sport und das Spiel dies selbst nahelegen und die Geschichte der Stadien von Analogien zur Festarchitektur geprägt ist. Mehrere Beiträge in dieser Nummer setzen sich explizit mit diesem Widerspruch auseinander, indem die Bedeutung des Sportkults (und seine Massenveranstaltungen) anders fokussiert wird – etwa als ein Versuch, die Inszenierung der Sportstars auf die Selbstdarstellung des Publikums zu lenken. *Red.*

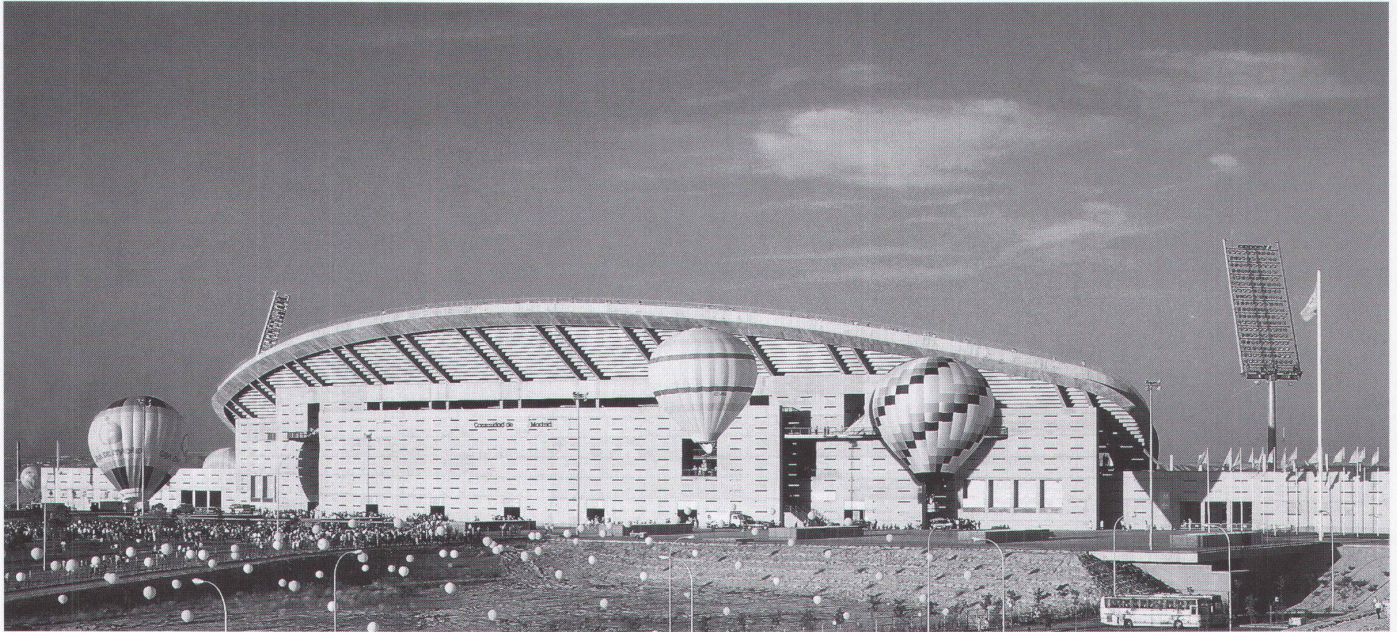
■ Les processus de rationalisation successifs que connaît le monde du travail donnent aux loisirs une importance qui n'est pas seulement quantitative. A l'intérieur comme à l'extérieur des conflits sociaux qui en découlent, une industrie des loisirs en expansion produit de nouvelles valeurs de société. Celles-ci permettent aux individus de compenser un travail monotone et aliénant en les dotant de représentations de soi et d'identités autonomes; mais en même temps, elles ne font que reproduire les contraintes de la performance dans la sphère des loisirs. Leurs promesses sont nécessairement contradictoires: au-delà du travail et des obligations, la réalisation de soi se confronte à une offre de consommation multiple quasi illimitée. En ce sens, les loisirs sont caractérisés par la simultanéité de l'abondance en consommable et de la pénurie en libertés; ils sont à la fois l'illusion et la réalité d'un contre-monde.

Ainsi les sociologues zurichoises Stamm et Lamprecht constatent dans leur article un paradigme contradictoire des loisirs qui se reflète notamment dans le culte du corps. Cela génère par ailleurs de nouvelles formes bâties et une restructuration urbanistique, un exemple étant les grands complexes «indoor»: des contre-mondes hermétiques dans lesquels – à la différence des Shopping Centers des années 60 et 70 – se négocient non seulement des marchandises, mais aussi des activités. Ces nouvelles formes bâties multifonctionnelles qui intègrent le corps humain

dans l'événement de la consommation, suscitent une critique semblable à celle que connurent déjà les temples de consommation anti-urbains des années 70; elles posent aussi la question de savoir dans quelle mesure l'importance grandissante des loisirs pourrait trouver une nouvelle réponse dans les domaines de l'urbanisme et de l'architecture.

Combiner des équipements de sport, la consommation et des fonctions urbaines traditionnelles permettent d'une part de mieux utiliser des infrastructures souvent coûteuses; d'autre part, la commercialisation du sport n'exploite pas seulement les moyens médiatiques, mais concerne aussi les sites eux-mêmes en tant qu'éléments appartenant à une stratégie immobilière. Avec l'industrialisation du sport, les stades sont également soumis à la pression croissante du calcul commercial. Pourtant, la magie particulière de ces lieux que caractérise une gratuité désintéressée «hors du monde» très proche de l'esprit même du sport et du jeu, met l'histoire des stades en rapport avec l'architecture de fête. Plusieurs articles de ce numéro analysent explicitement cette contradiction en jetant une nouvelle lumière sur le culte des sports (et ses manifestations de masse) qui apparaît ainsi comme une tentative par laquelle le public se représente lui-même à travers la mise en scène des stars du sport. *La réd.*

Spacing Out for Sport



■ The constant bouts of rationalization afflicting the world of work have led to an increase in the importance attached to free time – and not only in a quantitative sense. Both within and outside the corresponding social conflicts, the expanding leisure industry is creating new social values based on compensation for monotonous, alienated work through autonomous self-portrayals and identities, as well as mere extension of performance-orientated stress into the sphere of leisure activities. Their promises are inevitably contradictory: a multi-faceted, virtually unascertainable supply of commodities is contrasted by scenes of self-realization over and above the realm of work and responsibility. In this respect, free time characterizes the simultaneity of affluence and lack of freedom; it is both the illusion and the reality of an obverse world.

The contradictory freedom paradigm, which is particularly strongly reflected in a body cult, is analyzed in an article by the Zurich sociologists Stamm and Lamprecht. Thus new forms of building and urban restructuring are ushered in, such as indoor sports facilities, engendering, hermetic obverse worlds in which – unlike in the shopping centres of the 60s and 70s – not only goods are sold but activities as well. This new, multi-functional type of building, which includes the human body in the consumer experience, provokes criticism similar to that levied at the anti-urban glitzy shopping malls in the 70s; in addition, it also gives

rise to the question of the extent to which it is possible – in terms of architecture and town planning – to adequately meet the issue of the growing significance of free time.

Although the combination of sports facilities and consumption with traditional urban functions permits better use of costly infrastructures, the commercialisation of sport refers less to medial exploitation than to the sites themselves as part of a real estate strategy. The special magic of stadiums, however, earmarks them first and foremost as places of other-worldly uselessness, like sport and games-playing *per se*, filling the history of stadiums with analogies to an architecture of festivity. Several articles in this issue of "Werk, Bauen+Wohnen" are explicitly dedicated to this contradiction in that they throw a new light on the meaning of the sports cult (and its mammoth events) – for example as an attempt to shift the antics of the sports stars onto the self-portrayal of their audience. *Ed.*