



Marcus Wegener

Kommunikative Anforderungen im Sportunterricht

Marcus Wegener

Kommunikative Anforderungen im Sportunterricht

Marcus Wegener

Kommunikative Anforderungen im Sportunterricht

Tectum Verlag

Marcus Wegener

Kommunikative Anforderungen im Sportunterricht

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2018

Zugl. Diss. Univ. Bielefeld 2016

E-Book: 978-3-8288-6852-6

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN 978-3-8288-3912-0 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlagabbildung: © Marcus Wegener

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	9
2	FORSCHUNGSSTAND	13
2.1	ARBEITSWISSENSCHAFTLICHE PERSPEKTIVEN	13
2.2	SPORTDIDAKTISCHE PERSPEKTIVEN	14
2.3	LINGUISTISCHE PERSPEKTIVEN	19
2.4	SYSTEMTHEORETISCHE PERSPEKTIVEN	23
2.5	FORSCHUNGSDESIDERATE UND THEORIEENTSCHEIDUNGEN	24
2.6	ZWISCHENFAZIT	27
3	KOMMUNIKATION	29
3.1	SCHWIERIGKEITEN BEI DER EXPLIKATION DES KOMMUNIKATIONSBEGRIFFS	29
3.2	KOMMUNIKATION ALS SYNTHESE VON DREI SELEKTIONEN	31
3.3	DAS VERHÄLTNIS VON KOMMUNIKATIVEN UND PSYCHISCHEN PROZESSEN	34
3.4	EXKURS: EMERGENZ	40
3.5	DIE EMERGENTE STRUKTUR DES SOZIALEN: KOLLEKTIVES WISSEN	43
3.6	GENERALISIERTE ERWARTUNGEN IN DER INTERAKTION	48
3.7	ZWISCHENFAZIT	53
4	KOMMUNIKATION IM SPORTUNTERRICHT	55
4.1	GESELLSCHAFT, ORGANISATION UND INTERAKTION	55
4.2	EBENE DER GESELLSCHAFT: DAS ERZIEHUNGSSYSTEM	57
4.2.1	<i>Funktionale Differenzierung der Gesellschaft</i>	57
4.2.2	<i>Das Erziehungssystem als Teil der Gesellschaft</i>	58
4.2.3	<i>Die gesellschaftliche Umwelt des Erziehungssystems</i>	65
4.2.4	<i>Zusammenfassung: Erziehungssystem</i>	69
4.3	EBENE DER ORGANISATION: SPORT ALS SCHULFACH	69
4.3.1	<i>Schule als Organisation</i>	69
4.3.2	<i>Didaktische Prämissen im Sportunterricht</i>	72
4.3.3	<i>Personalprämissen im Sportunterricht</i>	81
4.3.4	<i>Zusammenfassung: Organisation</i>	86

4.4	EBENE DER INTERAKTION: DIE KOMMUNIKATIVEN ANFORDERUNGEN IM SPORTUNTERRICHT	87
4.5	ZWISCHENFAZIT	95
5	DIE ERSTE KOMMUNIKATIVE ANFORDERUNG IM SPORTUNTERRICHT: INFORMATIONSVBREITUNG	99
5.1	DIE UNWAHRSCHEINLICHKEIT DER INFORMATIONSVBREITUNG	99
5.2	STRATEGIEN DER INFORMATIONSVBREITUNG	100
	5.2.1 <i>Flüchtige Verbreitungsmedien</i>	100
	5.2.2 <i>Beständige Verbreitungsmedien</i>	102
	5.2.3 <i>Nichttriviale Verbreitungsmedien</i>	103
5.3	UNWÄGBARKEITEN DER INFORMATIONSVBREITUNG	105
	5.3.1 <i>Psychische Aufmerksamkeit</i>	105
	5.3.2 <i>Emergente Anwesenheits-Erwartungen</i>	106
5.4	ZWISCHENFAZIT	107
6	DIE ZWEITE KOMMUNIKATIVE ANFORDERUNG IM SPORTUNTERRICHT: VERSTÄNDIGUNG	109
6.1	DIE UNWAHRSCHEINLICHKEIT DER VERSTÄNDIGUNG	109
6.2	STRATEGIEN DER VERSTÄNDIGUNG	112
	6.2.1 <i>Beobachtung des Symbolgebrauchs</i>	112
	6.2.2 <i>Thematisierung des Symbolgebrauchs</i>	114
	6.2.3 <i>Anpassung des Symbolgebrauchs</i>	115
6.3	UNWÄGBARKEITEN DER VERSTÄNDIGUNG	116
	6.3.1 <i>Informationell geschlossene Systeme</i>	116
	6.3.2 <i>Indirekte Kommunikation</i>	117
	6.3.3 <i>Emergente Symbol-Erwartungen</i>	121
6.4	ZWISCHENFAZIT	122
7	DIE DRITTE KOMMUNIKATIVE ANFORDERUNG IM SPORTUNTERRICHT: KOMMUNIKATIVER ERFOLG	125
7.1	DIE UNWAHRSCHEINLICHKEIT DES KOMMUNIKATIVEN ERFOLGS	125
7.2	STRATEGIEN FÜR DEN KOMMUNIKATIVEN ERFOLG	129
	7.2.1 <i>Die Kontextsteuerung</i>	129
	7.2.2 <i>Explizit-intensiver pädagogischer Kontext und Motivation</i>	131

7.2.3	<i>Hybrid-uneindeutiger pädagogischer Kontext</i>	141
7.3	UNWÄGBARKEITEN DES PÄDAGOGISCHEN ERFOLGS.....	145
7.3.1	<i>Vertrauen</i>	145
7.3.2	<i>Anschlussfähigkeit</i>	148
7.3.3	<i>Emergente Rollen-Erwartungen</i>	150
7.4	ZWISCHENFAZIT	153
8	ZUR ANLAGE DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	155
8.1	METHODOLOGISCHE VORBEMERKUNGEN	155
8.2	KONKRETISIERUNG DER FORSCHUNGSFRAGE	157
8.3	FORSCHUNGSMETHODE	158
8.4	METHODE DER FALL-AUSWAHL	161
8.5	METHODEN DER DATENERHEBUNG UND DER DATENAUFBEREITUNG	166
8.6	METHODE DER ERGEBNISDARSTELLUNG	170
8.7	ZWISCHENFAZIT	172
9	FALLANALYSEN ZUR ERSTEN KOMMUNIKATIVEN ANFORDERUNG IM SPORTUNTERRICHT: INFORMATIONSVERBREITUNG	173
9.1	„KEINE ZWEITE REIHE“ – ÜBER DIE LOGIK BEI DER BEOBACHTUNG VON PSYCHISCHER AUFMERKSAMKEIT IM SPORTUNTERRICHT	173
9.1.1	<i>Fall-Konstruktion</i>	173
9.1.2	<i>Fall-Rekonstruktion</i>	174
9.1.3	<i>Fall-Reflexion</i>	180
9.2	„WIR DACHTEN, WIR HÄTTEN ES GESEHEN“ – ANWESENHEIT BEI INTERAKTIONEN IM SPORTUNTERRICHT	184
9.2.1	<i>Fall-Konstruktion</i>	184
9.2.2	<i>Fall-Rekonstruktion</i>	187
9.2.3	<i>Fall-Reflexion</i>	192
10	FALLANALYSEN ZUR ZWEITEN KOMMUNIKATIVEN ANFORDERUNG IM SPORTUNTERRICHT: VERSTÄNDIGUNG	197
10.1	„WARUM HABEN WIR DIESE ÜBUNG GEMACHT?“ – VERSTÄNDIGUNG ÜBER DIE BEDEUTUNG VON BEWEGUNG IM SPORTUNTERRICHT.....	197
10.1.1	<i>Fall-Konstruktion</i>	197
10.1.2	<i>Fall-Rekonstruktion</i>	201

10.1.3	<i>Fall-Reflexion</i>	208
10.2	„MAN KANN DAS JA NICHT HERAUSFINDEN“ – VERSTÄNDIGUNG BEI POTENZIELL UNAUFRICHTIGER KOMMUNIKATION IM SPORTUNTERRICHT	213
10.2.1	<i>Fall-Konstruktionen</i>	213
10.2.2	<i>Fall-Rekonstruktionen</i>	217
10.2.3	<i>Fall-Reflexion</i>	223
10.3	„DAS PASSIERT EINFACH SO UNBEWUSST“ – EMERGENTE SYMBOL-ERWARTUNGEN IM SPORTUNTERRICHT	228
10.3.1	<i>Fall-Konstruktion</i>	228
10.3.2	<i>Fall-Rekonstruktion</i>	233
10.3.3	<i>Fall-Reflexion</i>	240
11 FALLANALYSEN ZUR DRITTEN KOMMUNIKATIVEN ANFORDERUNG IM SPORTUNTERRICHT: KOMMUNIKATIVER ERFOLG.....		245
11.1	„GESTERN HABEN WIR EIGENTLICH GAR NICHTS GELERNT“ – STRUKTURALE VERMITTLUNG IM SPORTUNTERRICHT	245
11.1.1	<i>Fall-Konstruktion</i>	245
11.1.2	<i>Fall-Rekonstruktion</i>	249
11.1.3	<i>Fall-Reflexion</i>	253
11.2	„FREITAG HÄTTE ICH NACHMITTAGS ZEIT“ – AUTORITÄT DER SPORTEHRKRAFT DURCH SELBSTTRIVIALISIERUNG.....	257
11.2.1	<i>Fall-Konstruktion</i>	257
11.2.2	<i>Fall-Rekonstruktion</i>	258
11.2.3	<i>Fall-Reflexion</i>	265
12 FAZIT		271
12.1	ZUSAMMENFASSUNG DES VORGEHENS	271
12.2	THEORIE UND ERKENNTNISGEWINN.....	272
12.3	AUSBlick	275
12.4	Schluss.....	277
LITERATURVERZEICHNIS		279
NICHTWISSENSCHAFTLICHE QUELLEN		298