

# Gelesen, beobachtet, gehört...

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Jugend und Sport : Fachzeitschrift für Leibesübungen der Eidgenössischen Turn- und Sportschule Magglingen**

Band (Jahr): **36 (1979)**

Heft 9

PDF erstellt am: **22.07.2024**

## **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.

## Gelesen, beobachtet, gehört...

## Von guten und schlechten Leitbildern

tungszustand (zum Beispiel Nervosität) nicht zu unterschätzen ist.

Intellektuelle Fähigkeiten kommen auch im Spiel unverkennbar zum Ausdruck und tragen wesentlich zur Faszination des Spielens bei: sei es bezüglich Einfallsreichtum in den Kombinationen, sei es in taktischer Hinsicht, immer wird der Witz des Spielers, auch hier indirekt für den Zuschauer sichtbar. Das gegenseitige Sich-Verstehen (auch ohne Worte), die «blinden» Zuspiele, die Einheit von Wahrnehmen, Denken und Handeln im Durchschauen einer gegnerischen Absicht beweisen doch, dass sportliches Tun – wenigstens auf einem bestimmten Niveau – nicht ausschliesslich muskelabhängig oder gar geistlos sein kann: in den individuellen Unterschieden der intellektuellen Fähigkeiten liegt die Differenz zwischen Dilettanten und Meistern. Doch nicht die schulische Intelligenz in Form eines grossen Schulsackes ist im Sport entscheidend, was zählt, ist eine praktische Intelligenz, die den einzelnen Athleten (übrigens auch Trainer) dazu befähigt, Künftiges gedanklich vorwegzunehmen und damit auf die gestellten Anforderungen in dem Sinne besser vorbereitet zu sein, als sie mit einem «gedanklichen Vorsprung» erfolgreicher bewältigt werden können. In diesem Zusammenhang ist es verlockend, erneut darauf hinzuweisen, dass sportliche Handlungen Modellcharakter für Problemlösungsstrategien haben können. DSB

### Der richtige Schwung kommt erst mit der Bahn.

Machen Sie es wie viele Vereine und Gruppen vor Ihnen. Profitieren auch Sie von unserem eingespielten Service und dem reichhaltigen Angebot. Wir planen und organisieren preisgünstige Reisen «nach Mass». Stellen Sie uns auf die Probe. Ihr nächster Bahnhof oder eine unserer Verkaufsstellen erwarten gerne Ihren Anruf.



Verkaufsleitung Luzern, Tel. 041 21 39 40  
Verkaufsleitung Zürich, Tel. 01 245 25 06

### Wenn die Vernunft eintrocknet...

Sie kennen doch auch die Bäder, in denen durch glühende Ofenhitze die Temperatur und durch begiessen von heissen Steinen mit kaltem Wasser die Luftfeuchtigkeit derart ansteigen, dass denen, die sich mutig in dieses Vorzimmer der Hölle wagen, schon nach wenigen Minuten der Schweiß aus allen Poren bricht. Die ganze Tortur soll jedoch sehr gesund sein: Erstens werden die im Körper abgebauten sauren Stoffwechselprodukte ausgeschwemmt, zweitens kommt es durch den brusken Wechsel von heiss und kalt zu einem intensiven Hautgefäss-Training. Und wo sonst, so frage ich, schnell einem der Puls ohne eigene Anstrengung auf gegen 180 Schläge pro Minute? Also auch noch ausgezeichnetes Kreislauf-Training.

Wie sich die finnischen Holzfäller und Bauern seit Jahrzehnten nach getaner Arbeit passiv erholen, ist nun auch bei uns gross en vogue; Leute, die keine Heimsauna besitzen, werden bereits mitleidig belächelt. Und dabei wurde die finnische Sauna ganz per Zufall «erfunden». So steht es wenigstens in einem Prospekt der finnischen Luftgesellschaft Finnair, die mit folgender Saunalegende für Finnlandreisen wirbt: Ein finnischer Bauer namens Vilho Vatanen habe sein widerspenstiges Weib in ein Räucherhaus gesperrt, denn Ofen angeheizt und dann bei grösster Hitze die Frau mit Birkenzweigen verprügelt. Bei diesem sadistischen Tun habe er staunend entdeckt, dass seine Gattin Gefallen daran fand... Die phantasiereichen Legendschreiber haben in ihrem Eifer nicht mit der Frauenrechtlerin Dorothea Leidholdt gerechnet. Die streitsüchtige Dame stieg sofort auf die Barrikaden, inszenierte vor dem New Yorker Büro der Finnair eine Protestkundgebung, wobei sie erklärte, die Anzeige sei eine Anreizung zur Brutalität gegen die Frau. Es sei im übrigen bezeichnend für das Sexualverständnis der Prospektmacher, dass die Frau und nicht der Ehemann geschlagen werde.

Meine leise Befürchtung: Der Frauenrechtlerin wurde in der Sauna neben einigen Milchsäureprodukten auch noch der Humor aus den Poren geschwemmt.

Dass man in einer Sauna aber nicht nur «auslaufen» sondern auch anbrennen kann, erfuhr ein ehemaliger Spitzenboxer aus Berlin. In seiner Sauna, so konnte man in der B.Z. lesen, rutschte er beim Seilspringen (!!) aus und fiel dabei derart unglücklich mit dem Rücken auf die heissen Steine, dass er längere Zeit im Krankenhaus verbringen musste.

Der Boxer hat möglicherweise nur die Mahnung der Sportmediziner befolgt, man dürfe den Hochleistungssport nicht plötzlich an den Nagel hängen. Um aber für sein Gesundheits-Training nicht allzuviel Zeit opfern zu müssen, kumulierte er wahrscheinlich das Saunabaden gleich noch mit Seilspringen, nach dem Grundsatz: doppelte Belastung gleich doppelte Wirkung. Zu dumm, wenn beim starken Schwitzen die Vernunft eintrocknet.

Marcel Meier

### Eine Betrachtung

Untersuchungen von Betriebs-, Schul- und Kinderärzten haben alarmierende Ergebnisse darüber gebracht, dass immer höhere Prozentsätze ständig jünger werdender Altersgruppen unserer Kinder und Jugendlichen, vorzugsweise der Industrienationen, zur Zigarette greifen, häufig für sie zugleich der Einstieg in den Konsum harter Drogen, der trotz gelegentlich zu vernehmender Beschwichtigungsversuche immer weiter anwächst. Von dem Schweizer Professor Dr. med. Luban-Plozza aus Locarno stammt das System der Einteilung der Raucher in die vier Gruppen der Sucht-, Gewohnheits-, Genuss- und Gelegenheitsraucher. Zu den Suchtrauchern werden 10 bis 20 Prozent aller Raucher gezählt. Die Gewohnheitsraucher bringen es auf einen Zigarettenkonsum von etwa 50 bis 60 Stück täglich. Sie wollen sich durchweg durch das Inhalieren von Nikotin über Stresssituationen hinweghelfen. Den Genussrauchern schmeckt die Zigarette ganz einfach. Sie könnten statt ihrer auch Bonbons, Schokolade oder anderes geniessen. Die Gelegenheitsraucher finden sich in Berufsgruppen, in denen man häufig warten muss. Eine solche Spanne Zeit suchen sie durch Rauchen von Zigaretten zu überbrücken. Auch bei Kindern und Jugendlichen sind schon alle vier Gruppen anzutreffen. Natürlich ist den Süchtigen und den Gewohnheitsrauchern unter ihnen am schwersten beizukommen. Hier soll auf dieses Problem nur hingewiesen werden, denn es liegt nicht in der Aufgabenstellung dieser Betrachtung, statistisches Material zum allgemeinen Raucherproblem bereitzustellen, sondern mehr darum, Beispiele aufzuzeigen, wie gute und schlechte Leitbilder die Einstellung von Kindern und Jugendlichen zum Rauchen überhaupt beeinflussen können und es zweifellos auch immer wieder tun.

Erinnern wir uns nur der jahrelangen Reklame über Werbefernsehen, an Anschlagsäulen und in Illustrierten und Zeitungen und ihrer Wirkung auf die gesamte Bevölkerung. Werbepsychologen spürten geschickt heimliche Wünsche auf und zielten vor allem auf die junge Käuferschicht. Gesunde, strahlende, überzeugende, äusserst sympathisch wirkende fotogene junge Leute warben da etwa mit den Slogans «Genuss im Stil der neuen Zeit» oder «Der Duft der grossen weiten Welt» für ganz bestimmte Zigarettenmarken. Durch die ständige Wiederholung wurde die erwünschte Wirkung erreicht. Viele Jugendliche identifizierten sich mit den Gestalten der Werbeszene und nahmen sie als Leitbilder an. Von den Plakaten, Abbildungen und im Fernsehen schienen sie den mit den Problemen der eigenen Unfertigkeit noch ringenden