
Fußball, Fernsehen, Unterhaltung

Zur ästhetischen Erfahrung des Fußballs im Stadion und am Bildschirm

Eggo Müller

Fernsehen gilt als das Unterhaltungsmedium schlechthin, und Fußball, der beliebteste «Volks»- und Publikumssport, gehört nicht nur in Europa zu den attraktivsten Programmformen des Fernsehens überhaupt.¹ Insbesondere Live-Übertragungen von Begegnungen in internationalen Wettbewerben warten immer wieder mit neuen Zuschauerrekorden auf. Deshalb werden die Statistiken der meistgesehenen Programme eines Jahres auch in zwei Versionen veröffentlicht: *mit* Fußballprogrammen und *ohne* diese. Denn selbst in Jahren, in denen keine Fußballwelt- oder -europameisterschaft stattfindet, gehören Live-Übertragungen von Spielen der Nationalmannschaften oder von Vereinsmannschaften in internationalen Wettbewerben zu den Programmen mit den höchsten Einschaltquoten.² Nicht zufällig stehen Debatten über Spielsysteme, taktische Konzepte oder über die so genannte «Fußballphilosophie» von Vereins- und Nationalmannschaften seit dem Entstehen des «Medien-Fußball-Komplexes»³ mehr und mehr im Zeichen des Konflikts zwischen dem Erfolg einer Mannschaft und der Attraktivität des Fußballs. Angesichts wachsender Investitionen von Vereinen, Verbänden, sowie von Sport- und Werbeindustrie und angesichts astronomischer Summen, die Fernsehsender für Senderechte bezahlen, werden moderne, offensive und publikumsat-

1 Zur berühmten Ausnahme der USA vgl. Markovits/Hellerman 2001.

2 Vgl. beispielsweise Gerhard 2006 für die Einschaltquoten während Fußball-Weltmeisterschaften seit 1954.

3 Vgl. zum so genannten «Fußball-Medien-Komplex» Kistner/Weinreich 2000 sowie die einschlägigen Beiträge in Holtz-Bacha 2006; Müller/Schwier 2006 und Mittag/Nieland 2007a.

traktive Spielweisen bevorzugt, die die Unterhaltungserwartung der zahlenden Zuschauer im Stadion und zu Hause vor dem Bildschirm besser erfüllen können. Kurzum, es scheint plausibel zu unterstellen, dass Fußball im Fernsehen zur Unterhaltung produziert wird und dass Fußballprogramme in der Regel mit der Erwartung rezipiert werden, dass sich ein Unterhaltungserlebnis einstellt.

Wissenschaftliche Studien, die sich mit Fußball im Fernsehen beschäftigen, unterstellen deshalb in der Regel stillschweigend, dass es sich bei der beliebtesten aller Programmformen des Unterhaltungsmediums Fernsehen tatsächlich um Unterhaltung handelt. Ich will das im Folgenden gar nicht in Frage stellen, im Gegenteil, ich will die unauflösliche Verbindung von Fußball und Fernsehen im «Fußball-Medien-Komplex» als Ausgangspunkt nehmen, um die immer wieder aufgeworfene Frage nach der Eigenart von Unterhaltung zu erörtern.⁴ Dabei werde ich eine pragmatisch-ästhetische Perspektive entwickeln, die unterstellt, dass Unterhaltung als eigenständiger gesellschaftlicher Bereich zwar institutionell und diskursiv durch eine professionelle Elite produziert wird,⁵ doch dass damit nicht garantiert werden kann, dass die zur *Unterhaltung* bestimmten Artefakte vom Publikum auch tatsächlich als *unterhaltsam* rezipiert werden.⁶ Was sich im *Prozess* der Unterhaltung einstellt, ist, so will ich argumentieren, eine spezifische ästhetische Erfahrung des sich Unterhaltenden, abhängig von den zur Unterhaltung bestimmten Artefakten im historisch institutionalisierten Rahmen der Unterhaltung. Anders als medienpsychologische Ansätze, die unterstellen, dass Unterhaltung rezeptionsseitig definiert sei,⁷ werde ich hier die Merkmale dieser spezifischen ästhetischen Erfahrung erörtern, die sich zwar individuell in ganz unterschiedlichen Situationen und aus ganz unterschiedlichen Anlässen einstellen kann, die aber unabhängig von Individuum, Anlass und Situation die gleichen Kennzeichen aufweist. Denn unsere Kultur identifiziert eine spezifische Erfahrung, wenn sie etwas als «Unterhaltung» bezeichnet, und

4 Vgl. hierzu die «klassischen» Beiträge zur Theorie der Unterhaltung von Dyer 1992; Hügel 1993; Zillman/Bryant 1994; Zillman/Vorderer 2000; Früh 2002.

5 Vgl. Dyer 1992 und Hügel 1987; 1993; historisch ist die Institutionalisierung von Unterhaltung als die «Dichotomisierung von hoher und niederer Literatur» (Bürger/Bürger/Schulte-Sasse 1982) beschrieben worden; Maase (1997) geht spezifisch auf den *Aufstieg der Massenkultur* ein.

6 Zum wesentlichen Unterschied zwischen «Unterhaltung» und «Unterhaltsamkeit» und zur Konfusion dieses Unterschieds vgl. Hügel 1993; 2003 und 2007, sowie meine Diskussion dieses Unterschieds (Müller 2008).

7 Vgl. hierzu den zusammenfassenden Eintrag von Vorderer (2004) im *Lehrbuch der Medienpsychologie*.

auf diese Erfahrung zielen Professionelle in der Unterhaltungsindustrie und in den Unterhaltungsredaktionen des Fernsehens, wenn sie Artefakte zur «Unterhaltung» produzieren.

Im Unterschied zu auktorial kontrollierten und dramaturgisch wohlüberlegt regisierten Unterhaltungsproduktionen ist es bekanntlich eine Eigenart des Fußballs, dass dieser sich in einem durch Regeln ermöglichten Spiel mit unendlichen Variationsmöglichkeiten und offenem Ausgang entfaltet. Dabei wird ein rundes Spielgerät eingesetzt, das vor allem mit dem Fuß, einem verglichen mit der Hand nur recht unpräzise steuerbaren Körperteil des Menschen, bewegt wird. Die Kombination von offenem Verlauf, rundem Ball und unbehändigen Füßen produziert ein – im Vergleich mit anderen Sportarten und sowieso mit Formen der fiktionalen Unterhaltung – ausgesprochen hohes Maß an Zufälligkeit⁸ – mit der Folge, dass das institutionelle Versprechen der Unterhaltung weder im Stadion noch auf dem Bildschirm *garantiert* werden kann. Zwar gehört die Kontingenz des Fußballs zu seinem Reiz, doch viele der Techniken professioneller Unterhaltungsproduktion, die die Wahrscheinlichkeit der Unterhaltung erhöhen, sind beim Fußball schlicht nicht anwendbar. So besteht kein Script für das Spiel und seinen Verlauf,⁹ verpatzte Szenen können nicht erneut aufgenommen werden, Spiele können keinem Testpublikum vorgeführt werden, um dann noch für die Aufführung entsprechende Änderungen vorzunehmen. Die immensen technischen und redaktionellen Vorkehrungen des Fernsehens bei der Live-Übertragung eines Fußballspiels können denn auch als der Versuch begriffen werden, der Unbestimmtheit des Verlaufs eines Fußballspiels die Professionalität des Fernseh-Apparats entgegenzusetzen, die die Wahrscheinlichkeit erhöhen soll, dass sich bei Zuschauern auch tatsächlich eine Unterhaltungserfahrung einstellt. Diese ist also – neben generellen institutionellen und situativen Rahmenbedingungen¹⁰ – von der Qualität eines Spiels sowie seiner dramaturgischen Aufbereitung durch das Fernsehen abhängig, mithin von der Qualität des zur Unterhaltung produzierten «Fernsehtexts» auf der Basis des Geschehens im Stadion.

Ausgangspunkt der folgenden Überlegungen zum *Unterhaltungspotenzial* des medialisierten Fußballs soll die sportphilosophische Debatte über die Attraktivität des Sports beziehungsweise des Fußballs bilden,

8 Vgl. hierzu ausführlich die sportphilosophischen Ausführungen von Seel (1996b) und Schümer (1998).

9 Alles andere führt bekanntlich zum Skandal, wenn es ruchbar wird.

10 Vgl. dazu ausführlicher Müller 2008.

die Hans Ulrich Gumbrecht (1998; 1999) und Gunter Gebauer (1998; 2006) explizit geführt haben und zu der Christian Bromberger (1995) mit seinem Essay zum «Fußball als Weltsicht und Ritual» und Martin Seel mit seinen Überlegungen zur «Ästhetik des Sports» (1996b) indirekt beigetragen haben. Diese vier Autoren gehen übereinstimmend davon aus, dass es sich beim Sport um eine eigene, vom Alltag abgegrenzte Wirklichkeit handelt. Doch darüber, ob und wie der Sport auf die alltägliche Realität bezogen ist und welches Erlebnis er Athleten und Zuschauern ermöglicht, herrscht Dissens. Hier will ich eine vermittelnde Position einnehmen und dabei auf die Argumentationsform eines anderen Textes von Martin Seel zurückgreifen, in dem er den Begriff der «ästhetischen Praxis der Kunst» (1996a) im Rahmen der philosophischen Ästhetik entwickelt. Konkurrierende philosophische Begriffe der Kunst schließen einander nicht notwendig aus, so argumentiert Seel in diesem Text, sie können vielmehr unterschiedliche Dimensionen ein- und desselben Phänomens darstellen. In seiner Erörterung der «ästhetischen Praxis der Kunst» respektive der Kunsterfahrung führt Seel drei klassische Konzepte der philosophischen Ästhetik zusammen, die er als die notwendigen Dimensionen von Kunsterfahrung beschreibt: «Imagination», «Kontemplation» und «Korrespondenz».¹¹ Dabei geht Seel davon aus, dass viele Praktiken im Alltag zwar eine ästhetische Dimension haben, deshalb aber nicht automatisch als «Kunst» im spezifischen Sinne begriffen werden können. Ich folge hier Seels Argumentation und gehe zunächst auf Fußball als eine allgemeine ästhetische Praxis ein, ehe ich erläutere, inwiefern Fußball eine spezifische Unterhaltungserfahrung ermöglichen kann. Wie ich zeigen will, spielen dabei die gleichen Dimensionen eine Rolle, die Seel als konstitutiv für Kunst annimmt, doch bildet bei der Praxis Unterhaltung – im Unterschied zu der der Kunst – die Dimension der Korrespondenz die Dominante.

Als ästhetisch kann man Martin Seels (1996a, 126f) Ausführungen zufolge eine Tätigkeit oder Erfahrung bezeichnen, wenn die Wahrnehmung eines Objekts «selbstbezüglich» ist und auf einer eigenen, von alltäglichen Tätigkeiten verschiedenen Zeitlichkeit beruht. So stimmen die oben eingeführten Autoren in ihren Versuchen, Gründe der gesellschaftlichen Attraktivität des Sports zu fassen, in je eige-

11 Seel (1991) nennt als zeitgenössische Positionen in der philosophischen Ästhetik für die Tradition der Korrespondenz Bourdieu (1984) und Böhme (1988), für die Tradition der Kontemplation Bohrer (1992) und Lyotard (1984) sowie für die Tradition der Imagination Goodman (1973) und Danto (1984).

ner Terminologie darin überein, dass dem Sport eine spezifische, von der Alltagsrealität abgegrenzte Wirklichkeit und Zeitlichkeit eigen ist. Gumbrecht weist auf die «Insularität» (1998, 223) des Geschehens im Stadion hin, Seel beschreibt den «Rahmen bestimmter Regeln, die den Handlungsspielraum der Ausführenden begrenzen» (1996b, 191), Bromberger spricht von der «spezifischen räumlichen Konfiguration» (1995, 306) des Stadions und Gebauer beschwört gar einen «Raum des Heiligen» (2006, 102). Sport bildet, so ließen sich diese verschiedenen Charakterisierungen mit Goffmans *Rahmen-Analyse* auf einen Nenner bringen, eine «primäre Realität» (1980, 31). Kennzeichen einer primären Realität ist es, dass diese keine «Modulation» einer anderen Wirklichkeit ist, auf der sie aufbaut und auf die sie zurückgeführt werden kann. In seinem spezifischen primären Rahmen der Ausübung und der Aufführung wird der Sport zum vom Alltag abgegrenzten Wahrnehmungs- und Erfahrungsgegenstand, sowohl für die Athleten selbst wie für die Zuschauer in der Sportarena.

Dieser spezifische Rahmen und die eigene Zeitlichkeit des Sports ermöglichen zwar ein ästhetisches Erleben, doch wie Seel in seinem Essay zur «ästhetischen Praxis der Kunst» argumentiert, ist nicht jede von der Alltagsrealität abgegrenzte ästhetische Praxis mit eigener Temporalität, bei der die Wahrnehmung selbstbezüglich ist, auch eine spezifisch *künstlerische* oder, wie ich hier zeigen will, eine spezifisch *unterhaltende*. Vielmehr geht Seel in seiner Bestimmung der ästhetischen Praxis der Kunst davon aus, dass die verschiedenen Dimensionen ästhetischen Erlebens und Erfahrens gleichzeitig im Spiel sein müssen, damit von Kunsterfahrung im engen Sinne gesprochen werden kann. Wie erwähnt, benennt Seel diese drei Dimensionen den verschiedenen Traditionen der philosophischen Ästhetik zufolge als «Imagination», «Kontemplation» und «Korrespondenz». Diese drei Dimensionen, die in der konkreten Kunsterfahrung zumindest potenziell eine Rolle spielen, kennzeichnen nun jeweils eine der drei unterschiedlichen Begründungen der Attraktivität des Sports, wie sie Gumbrecht, Gebauer und Bromberger in ihren Ansätzen entfalten. Zusammengenommen, als Dimensionen *einer* ästhetischen Erfahrung, können sie – um eine Formulierung Seels (1996b) abzuwandeln – das *Rätsel*, das die Unterhaltung darstellt, erklären. Fußball im Fernsehen dient mir bei diesen Überlegungen nicht nur deshalb als Beispiel, weil sein Unterhaltungspotenzial evident ist, sondern weil sich die unterschiedlichen Dimensionen der Unterhaltungserfahrung am Beispiel des Fußballs und seiner medialen Aufbereitung durch Stilisierung, Narrativisierung und Reflexion geradezu idealtypisch beschreiben lassen. Darum will ich

die drei grundsätzlichen ästhetischen Dimensionen zunächst mit Blick auf die Attraktivität des Fußballs einzeln erörtern, ehe ich sie in einem zweiten Schritt mit Blick auf den Fernsehfußball zu einem Konzept der Unterhaltungserfahrung zusammenführe.¹² Dabei geht es mir nicht darum, Fußball und Unterhaltung zu nobilitieren, indem ich sie mit Begriffen der Kunst und philosophischer Ästhetik in Verbindung bringe. Vielmehr will ich diese Begriffe nutzen, um Unterhaltung als eine von Kunst verschiedene ästhetische Praxis zu beschreiben; beide sind mit der »Dichotomisierung von hoher und niederer Kultur« (Bürger/Bürger/Schulte-Sasse 1982) zu eigenständigen gesellschaftlichen Institutionen geworden und stellen deshalb auch unterschiedliche gesellschaftliche Praxen dar. Doch der Unterschied liegt nicht darin begründet, dass Kunst eine ästhetische Praxis ist, während es sich bei Unterhaltung um eine rein kommerzielle oder ganz und gar ideologische Angelegenheit handle.

Dimensionen der ästhetischen Erfahrung des Fußballsports

In seiner Theorie des mimetischen Charakters des Sports argumentiert der Berliner Sportphilosoph Gunter Gebauer gemeinsam mit Christoph Wulf, dass Sport als eine Form der Repräsentation beschrieben werden kann: »Der moderne Sport ist Darstellung von Bewegungen. Er zeigt diese in Form von Aufführungen, das bedeutet: in Form von künstlichen, kodifizierten Handlungen, die eine mimetische Welt herstellen« (1998, 62). Gebauer und Wulf führen weiter aus:

Seinen spezifischen Sinn besitzt der Sport, *weil* in unserer gesellschaftlichen Praxis gelaufen, gerungen, Auto gefahren wird, *weil* Kleingruppen gemeinsame Techniken, Strategien und Kooperationen ausbilden, mit deren Hilfe sie sich gegen andere Gruppen behaupten, *weil* in Handlungssituationen spontan Entscheidungen getroffen werden, die Vorteile in Auseinandersetzungen mit anderen bringen, *weil* der Natur listig ein Sieg abgerungen oder in geduldigem Warten ihre Kraft genutzt wird. (1998, 62f; Herv.i.O.)

Doch diese mimetischen Abbildungen spiegeln die Welt nicht nur, ihre Kodifizierungen führen zu einer Verfremdung der den sportlichen Aufführungen zugrunde liegenden gesellschaftlichen Wirklichkeit. Dieser

¹² Vgl. auch Beßlich (2007) allein auf die »Ästhetik des Fußballs im Stadion« gerichtete Analyse.

mimetischen Theorie zufolge liegt die Attraktivität sportlicher Darbietungen darin begründet, dass sie alltägliche gesellschaftliche Vorgänge und Verhältnisse aufgreifen, in verfremdender Weise darstellen und so zur Reflektion derselben führen können.

Während Gebauer und Wulf das mimetische Vermögen des Sports auf gesellschaftliche Vorgänge im Allgemeinen beziehen, identifiziert Martin Seel die «Unwägbarkeit unserer menschlichen Natur» (1996b, 200) als den spezifischen Gegenstand des Sports und des Sporterlebens von Athleten und Zuschauern: «Im Sport feiert der Mensch mit seinen physischen Fähigkeiten zugleich die Grenze dieser Fähigkeiten – und damit die Grenze seiner Macht über sich und die Welt» (1996b, 199). Seel fasst damit das Telos des Sports spezifischer als Gebauer und Wulf, denn auch viele andere ästhetische Formen der Aufführung und Darbietung, so ließe sich gegen Gebauer/Wulf einwenden, bringen allgemeine gesellschaftliche Gegebenheiten und Auseinandersetzungen zur Anschauung. Doch trotz der Unterschiede im Detail gleichen sich die Theorien von Gebauer/Wulf und Seel darin, dass sie die Attraktivität des Sports hermeneutisch begründen, und genau darauf zielen hier: Sportliche Darbietungen repräsentieren gesellschaftliche oder körperliche Verfassungen und Bedingungen, die – im Sport in Bewegung gesetzt – zur Anschauung kommen und zur Reflexion anregen können.

Insofern bilden die Darbietungen des Sports Wahrnehmungsgegenstände, die in der Rezeption die Dimension der *Imagination* ansprechen können, wie Seel sie als eine Dimension der ästhetischen Praxis der Kunst beschreibt: «Das imaginative Objekt stellt keinen existentiellen Sinn her, es stellt sinnkonstitutive Sichtweisen aus. [...] Es konfrontiert seine Betrachter oder Leser oder Hörer mit möglichen Sichtweisen ihrer selbst und der Welt» (1996a, 137). In diesem Sinne lässt sich mimetischen Theorien des gesellschaftlichen Sinns von Sport zufolge von der «Ausstellung sinnkonstitutiver Sichtweisen» sprechen, die – im Sinne Gebauers und Wulfs – zur Reflexion gesellschaftlicher Werte und Normen oder – im Sinne Seels – zum ästhetischen Genuss der Grenzen und Entgrenzungen des menschlichen Leistungsvermögens beitragen können.

Der Position von Gebauer/Wulf diametral entgegengesetzt ist die Theorie der Attraktivität des Mannschaftssports, die Hans Ulrich Gumbrecht vorgelegt hat.¹³ Gegenüber dem Mimesis-Ansatz argumentiert

13 Vgl. auch den erhellenden Kommentar zu dieser Debatte von Junghans (1999) in seiner Einleitung zum Themenheft «Sinnlicher Eindruck und symbolischer Ausdruck im Sport» der *Berliner Debatte Initial*.

Gumbrecht in seinem Aufsatz über «Die Schönheit des Mannschaftssports» (1998), dass der Zuschauer eines sportlichen Wettkampfes dem Entstehen und Vergehen von Form beiwohnt, der «Produktion einer Präsenz», die nicht sinnvoll hermeneutisch interpretierbar sei. Gumbrecht führt dies pointiert aus:

Es gibt eine gewisse (nicht einmal halbwegs seriöse) intellektuelle Tradition, verschiedene Mannschaftssportarten als Allegorien zu verstehen. Baseball soll die Nostalgie für ein ländliches Amerika ausdrücken. Fußball, heißt es, bringe den Existenzkampf junger Proletarier zum Vorschein. American Football wird interpretiert als eine Inszenierung des kapitalistischen Dranges nach Expansion. Während ich natürlich niemanden davon abhalten will, mit Sportveranstaltungen auf so interpretative Weisen zu verfahren, frage ich mich, ob irgend jemand, der bei Sinnen ist, [...] mehrere Stunden opfern und Eintrittskarten zum Preis von bis zu mehreren hundert Dollar bezahlen würde, nur um eine Allegorie des ländlichen Amerika oder des habgierigen Kapitalismus zu sehen. Sport ist nicht – zumindest nicht in erster Linie – Darstellung. (1998, 205)

Im Gegensatz zu mimetischen Theorien argumentiert Gumbrecht, dass sich sinnvollerweise jegliche «Semantisierung» der sportlichen Performance im Mannschaftssport verbiete, weil es hier im Kern um das Entstehen und Vergehen von Form gehe:

Das Spiel ist weder eine Allegorie auf die Alltagswelt, noch kann es in eine einem Alltagszweck dienende Finalität umgewandelt werden. Das Spiel ist, was es ist: die Inszenierung einer Spannung zwischen nichts und etwas, welches, wann immer etwas (und nicht nichts) sich ereignet, entweder, wenn die Verteidigung die Oberhand behält, Entropie oder, wenn der Angriff Erfolg hat, Negentropie als die Epiphanie von Form produziert. (1998, 223)

In dieser Perspektive dreht sich Sport ganz und gar um das Erscheinen purer Form, das Gumbrecht auch religiös konnotiert als die «Epiphanie von Form» (ebd.) bezeichnet. Wie Gumbrecht am Beispiel des American Football illustriert, entsteht und vergeht Form im Moment der sportlichen Handlung: Während das offensive Team Form kreiert, wenn es einen Angriff «formiert» und seine Spielzüge ausführt, versucht das defensive Team, dem Angriff zu widerstehen und, wenn dies glückt, das Entstehen von Form zu unterbinden.¹⁴ Nun sehen die Re-

¹⁴ Insofern bietet Gumbrechts Theorie auch eine Erklärung dafür, warum das «italienische» Catenaccio oder der sprichwörtliche «deutsche» Resultatfußball so unbe-

geln des Fußballs keine so eindeutige Trennung zwischen angreifendem und verteidigendem Team vor wie die des American Football. Die Grenzen zwischen Angriff und Verteidigung sind beim Fußball fließend und der Wechsel zwischen Angriff und Verteidigung kann zwischen beiden Teams von Sekunde zu Sekunde stattfinden. Zudem gewinnen in schlechten Fußballspielen oft die destruktiven Kräfte die Überhand, sodass Fußball, wenn er nicht auf allerhöchstem Niveau gespielt wird, vor allem als «Zeilebation des Unvermögens» im Sinne Seels (1996b) erscheinen mag: Jedem Versuch, Form herzustellen, steht die begrenzte Möglichkeit der Spieler gegenüber, ihre Füße als Werkzeuge einzusetzen, um den Ball mit der nötigen Präzision zu behandeln. Im American Football dagegen sind die Rollen der Teams eindeutig verteilt, weshalb Gumbrecht Spielzüge als «Form in Bewegung» bezeichnet, die unendlich variiert wird, aber auch scheitern kann. Darum beschreibt Gumbrecht das Gelingen von Spielzügen als ästhetisches Ereignis; und genau dies erklärt Gumbrecht zufolge die Attraktivität des Mannschaftssports. Dieser sei nicht mimetisch auf eine andere Realität bezogen, er bedeute auch weiter nichts, sondern sei pure Form, die in der gelingenden sportlichen Ausführung und Darbietung erscheine.

Gumbrechts Versuch, das Erlebnis des Sports und seine Attraktivität auf geradezu anti-hermeneutische Weise als die «Epiphanie von Form» zu erklären, fügt sich in die Tradition der Ästhetik der Kontemplation, wie Seel diese erläutert, nämlich als ein «Augenblick der rücksichtslosen Aufmerksamkeit für etwas, das durch die Art seiner Wahrnehmung aus jeder denkbaren praktischen und intellektuellen Kontinuität herausgerissen wird» (1996a, 134). Gumbrechts Erklärung der Schönheit des Mannschaftssports identifiziert damit eine Dimension des Fußballs, die sich im durchschnittlichen Fußballspiel als ein «Ring um Form» ausdrückt, aber nur in wenigen Fußballspielen führt dieses Ringen, manchmal auch nur phasenweise, zum Erfolg. Umso nachdrücklicher werden solche Spiele oder Momente als besonders «schön» gelobt, im Gegensatz zu Spielen etwa, in denen «Arbeitsfußball» oder «Rasenschach» gespielt wird, oder zu Spielen, in denen am Ende die unterlegene Mannschaft durch eine glückliche Wendung überraschend und ungerechtfertigt gewinnt. Solche Spiele gelten zwar als typisch für den

liebt sind: Hier dominiert die Zerstörung von Form, während die in der «holländischen» Spielphilosophie beschworene und in der Vergangenheit auch oft praktizierte Schönheit des offensiven, raumgreifenden Fußballs die kreativen Seiten des Spiels betont.

Fußball und können, wenn sie besonders spannend sind, dem Jargon der Kommentatoren zufolge «eine Werbung für den Fußball» darstellen. Doch es sind die besonders «schönen» Spiele, in denen, wie es dann heißt, «Fußball zelebriert» wird.¹⁵ Das potentielle Erscheinen von Form macht Fußball also zu einem Wahrnehmungsobjekt, das Gegenstand der Kontemplation sein kann.

Gumbrechts Lokalisierung des «eentlichen» gesellschaftlichen Sinns von Sport im ästhetischen Erleben von purer Form ohne jegliche Bedeutung würde nicht nur Gebauer vehement widersprechen. Auch Christian Bromberger (1995) identifiziert in seiner ethnografisch fundierten Deutung des Fußballs einen anderen Kern seiner gesellschaftlichen Bedeutung. Bromberger zufolge ermöglicht Fußball durch die räumliche Struktur des Stadions und den ritualisierten Ablauf der Veranstaltung eine gesteigerte Gemeinschaftserfahrung. In seinem Essay zum «Fußball als Weltsicht und Ritual» führt er zusammenfassend aus:

[...]If a great football match, more than other similar events which bring people together, periodically makes manifest the enduring reality of a collective consciousness, it is because it combines four underlying features [...]. Firstly, it epitomizes [...] the values which model the most salient aspects of our world; secondly by opposing «us» to «them», it polarizes the particular and the universal; thirdly, it gives the group the opportunity to celebrate itself by performing and displaying itself, both in the stands and on the pitch; fourthly, due to its multifaceted character, it lends itself to many and varied readings. (1995, 311)

Bromberger zufolge bildet also die Bestätigung grundlegender kollektiver Überzeugungen sowie die Identifikation mit einer Gemeinschaft den Kern des Fußballerlebens. Bekanntlich kann das Gefühl, zu einer bestimmten Nation zu gehören, während eines Länderspiels selbst bei vaterlandslosen Gesellen aufwallen, unabhängig davon, ob sie ein Spiel im Stadion oder am Bildschirm verfolgen. Auch das rahmende Geschehen im Stadion wirkt an der «Sinngebung» des sportlichen Ereignisses mit: Vor- und Pausenprogramme, Texte in Programmheften und Fanzines oder Sprechchöre sorgen für Identifikationsangebote und für Konfrontationen, die auf das Erleben von Zugehörigkeit zielen.

¹⁵ Vgl. hierzu die Beispiele, die Reisel (2007, 400f) in seinem Beitrag mit dem Titel «Das schöne Spiel» gibt.

Sich als Teil einer Gemeinschaft von Zuschauern oder Fans zu erleben, vertraut zu sein mit Regeln und Traditionen des Spiels, das Geschehen im Stadion und auf dem Spielfeld deuten zu können – all dies bildet eine wesentliche Dimension der Aneignung und des Erlebens von Fußball.¹⁶ Seels ästhetischer Theorie zufolge ließe sich diese Dimension mit dem Begriff der *Korrespondenz* beschreiben. Korrespondenz entspringt «dem menschlichen Bedürfnis nach einer sinnhaften Gestaltung der Lebensumgebung. Ästhetische Wahrnehmung und Herstellung hat es hier mit der anschaulichen Formung der alltäglichen Wirklichkeit zu tun» (1996a, 130). Im Gegensatz zu den Dimensionen der Imagination und der Kontemplation stellt die Dimension der Korrespondenz durchaus «existentiellen Sinn» her, oder sie bestärkt und untermauert diesen.

Für die gesellschaftliche Bedeutung des Fußballs ist die *Erfahrung der Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft*, wie Bromberger dies in seiner Theorie beschreibt, sicherlich wesentlich. Gleichzeitig hat die Auseinandersetzung der Positionen von Gebauer/Wulf, Seel und Gumbrecht deutlich gemacht, dass auch andere Dimensionen bedeutsam sind, nämlich Gebauer/Wulf zufolge die *Reflexion sinnkonstitutiver Sichtweisen* und Gumbrecht zufolge das *sinnvergessene Wahrnehmen des Entstehens von Form*. So wie Seel in seiner «ästhetischen Praxis der Kunst» unterstellt, dass jede der drei Dimensionen ästhetischer Erfahrung – Imagination, Kontemplation und Korrespondenz – ins Spiel gebracht werden muss, will man zu Recht von Kunst respektive von Kunsterfahrung im engen Sinne sprechen, so unterstelle ich hier auch als Bedingung der Unterhaltungserfahrung, dass diese drei Dimensionen eine Rolle spielen.

Zunächst gilt – wie für die Kunsterfahrung auch¹⁷ –, dass die Verabsolutierung einer der drei Dimensionen eine Unterhaltungserfahrung verhindert oder diese Erfahrung unter- oder abbricht. Dabei spielen Parteilichkeit und Identifikation mit einer Mannschaft, zu der der antagonistische Sport einlädt, eine charakteristische Rolle. Fußball lebt von äußerer Spannung innerer Teilnahme, während ein unbeteiligtes, sozusagen «interesseloses Wohlgefallen» an einem Spiel zweier Mannschaften wohl zu den Ausnahmen gehört, die die Regel bestätigen. So

16 Dies spiegelt sich auch in der Flut der wissenschaftlichen Literatur zum Thema Fankultur (vgl. u.a. Sandvoss 2005) und Fußball und nationale Identität (vgl. u.a. O'Donnell 1994)

17 Ich unterstelle hier den Begriff der Kunst, wie ihn Seel entfaltet. Als Kunstwerke gelten «imaginative Zeichendinge, die als solche eine hohes korrespondensives und kontemplatives Potential enthalten» (1996a, 137).

kann ein entscheidendes Fußballspiel, das auf Messers Schneide steht, für den Fan so spannungsgeladen sein, dass sich eine innere Anspannung ohne jegliche Distanz aufbaut. Dieses absolute Spannungserleben lässt sich nicht sinnvoll als Unterhaltung im Sinne einer ästhetischen Erfahrung bezeichnen. Auch kann das Gefühl der Gemeinschaftszugehörigkeit im Fanblock so angeheizt sein, dass dies ein distanzierter Genuss der Schönheit eines Spiels verunmöglicht. Doch auch ein miserables, schlussendlich aber glücklich gewonnenes Fußballspiel bietet weder dem Sportler noch dem Zuschauer ein befriedigendes ästhetisches Erlebnis: Hier wird von «Arbeitssiegen» gesprochen, von Spielen, die man «schnell vergessen» müsse. Demgegenüber kann ein ästhetisch attraktives Spiel im Sinne Gumbrechts selbst die Niederlage der «eigenen» Mannschaft aufwiegen, weil man – immerhin – «ein schönes Spiel» erlebt hat. Parteilichkeit und Identifikation, Spannung des Spielverlaufs und Schönheit des Spiels stehen also in einem spannungsgeladenen Verhältnis zueinander.

Für die Unterhaltungserfahrung ist, so kann man folgern, ebenso wie für die Kunsterfahrung entscheidend, dass die drei konstituierenden ästhetischen Dimensionen in einem gewissen spannungsgeladenen Verhältnis zueinander stehen, sich abwechseln, ergänzen oder überlagern. Ich gehe jedoch für Unterhaltung von einem anderen Dominanzverhältnis der ästhetischen Dimensionen aus als Seel, der in seiner Erörterung der «ästhetischen Praxis der Kunst» implizit die Dimension der Imagination als die dominante unterstellt: Die Dimension der Imagination bilde die «unumgängliche Basis einer Ästhetik der kunstbezogenen Praxis», weil nur diese Dimension begreiflich machen könne, «was das Kunstwerk vom bloßen Objekt existentieller Stilisierung und vom reinen Objekt sinnferner Augenblicke unterscheidet» (1996a, 137; Herv.i.O.). Im Gegensatz dazu ließe sich die Unterhaltungserfahrung dadurch kennzeichnen, dass die Dimension der Korrespondenz die Basis bildet. Solche ästhetischen Erfahrungen, bei denen die korrespondive Dimension dominant ist, ohne dass Momente der Imagination und der Kontemplation abwesend wären, werden in unserer Kultur in der Regel als «Unterhaltung» identifiziert: Hier geht es um Wahrnehmungsobjekte, die – zumindest potenziell – eine Erfahrung der Übereinstimmung mit Sichtweisen ermöglichen, die einen «existentiellen Sinn» herstellen, wobei gleichzeitig die Dimensionen der Imagination und der Kontemplation eine Rolle spielen. Allein unter dieser Bedingung kann das Fußballerleben im Stadion über das bloße Erleben von Gemeinschaft hinausgehen, allein dann kann sich auch im Stadion eine Unterhaltungserfahrung einstellen. Denn wie die vorangegangene

nen Ausführungen zu den Dimensionen der Kontemplation und der Imagination verdeutlicht haben, kann ein Fußballspiel, bei dem die Akteure auf dem Platz unfähig sind, wohlgeformte Spielzüge zu kreieren, unglaublich quälend und ganz und gar nicht «schön» anzuschauen sein. Ein zumindest phasenweise selbstvergessenes Wahrnehmen der Schönheit des Spiels ist unmöglich, wenn Form nicht in erkennbarer, «schöner» Weise entsteht. Schließlich eignen sich Fußballspiele, in denen weder ein Streit zwischen Antagonisten allegorisch aufscheint noch das Ringen um die Entgrenzung körperlicher Grenzen sichtbar wird, nicht als Gegenstand der Imagination und der Kontemplation.¹⁸ Aber nicht nur im Staunen über eine gelungene Entgrenzung, auch und – viel häufiger – im Ärger über die all zu häufig sichtbaren Grenzen der körperlichen Möglichkeiten von Fußballern zeigt sich die Bedeutung der imaginativen Dimension des Fußballerlebens.

Attraktivität des Sports und Unterhaltungserfahrung im Fernsehen

Lässt sich das Geschehen auf dem Platz und im Stadion also als ein Objekt der ästhetischen Wahrnehmung beschreiben, das unter gegebenen Umständen Unterhaltung hervorrufen *kann*, so produziert Fernsehen mit der Übertragung eines Spiels einen Text, der systematisch zur Unterhaltung produziert wird und eine Unterhaltungserfahrung hervorrufen soll. Ich will hier Fernsehfußball im Sinne von Goffmans (1974) Rahmentheorie als eine «Modulation» des primären Rahmens – also des Fußballs im Stadion – betrachten, ohne damit zu suggerieren, dass der primäre Rahmen als der eigentliche und der sekundäre als der nur «artifizielle» zu betrachten wäre. Fußball im Stadion wird immer schon mit Blick auf seine mediale Repräsentation und Verwertung produziert,¹⁹ jedes Spiel ist nicht nur Wettkampf, sondern zugleich auch eine Darbietung desselben für das Publikum im Stadion *und* die Zuschauer am Bildschirm.²⁰ Ausdrucksstarke Gestik und Mimik von Fußballern nach verpassten Chancen oder direkte Interaktionen der Spieler mit den Kameras am Spielfeldrand sind nur zwei Beispiele, die die Präsenz des Fernsehens im primären Rahmen des

18 Der skandalöse «Nichtspielpakt» (Horak 2007) zwischen den Mannschaften Deutschlands und Österreichs in einem Vorrundenspiel der Fußball-WM in Spanien 1982 illustriert dies auf geradezu idealtypische Weise.

19 Vgl. zu dieser Entwicklung im Mediensport allgemein Schierl 2004.

20 Ähnlich hat Wulff (1994) Fernsehshows als Situationen beschrieben, die doppelt gerahmt sind und sowohl Studiopublikum wie Fernsehzuschauer adressieren.

Stadions andeuten.²¹ Im Fußball-Medien-Komplex sind das Spiel im Stadion und seine Fernsehpräsenz unauflösbar aufeinander bezogen und miteinander verwoben.²² Doch Fernsehen verfügt als Medium über Dimensionen und Strategien der ‹Textualisierung› des Geschehens, die nur ihm eigen sind. Unzählige Studien zur Inszenierung des Fußballs im Fernsehen haben diese Strategien untersucht (Whannell 1992; Rademacher 1998; Burke 2002) und dabei zum Teil in minutiöser Einstellungsanalyse (Scannell 2008) herausgearbeitet, wie das Sportereignis zum Text und medialen Ereignis (Kellner 2003; Mittag/Nieland 2007b) transformiert wird. Im Rahmen meiner Erörterung des Unterhaltungspotenzials des Fernsehfußballs will ich hier allein exemplarisch auf die drei oben beschriebenen ästhetischen Dimensionen eingehen, die für die Unterhaltungserfahrung konstitutiv sind, und zeigen, wie Fernsehfußball durch Formen der Narrativisierung, der Stilisierung und der Reflexion systematisch auf das Zustandekommen einer Unterhaltungserfahrung zielt.

Bromberger zufolge ist für Fußball im Stadion die existentielle Erfahrung der Gemeinschaftszugehörigkeit zentral. Auch wenn diese Erfahrung sich durch Fußballpartys oder kollektives ‹public viewing› auf einer Großbildleinwand im öffentlichen Raum heraufbeschwören lässt,²³ so unterstellen Übertragungen von Fußballspielen von ihren textuellen Strategien her eine häusliche Rezeption. In dieser vom Geschehen im Stadion distanzierten Situation kommt der Narrativisierung des Spielgeschehens besondere Bedeutung zu. Kommentatoren, Fußballfachverständige und Regie dramatisieren und interpretieren die sportlichen Aus- und Aufführungen durch einen endlosen Strom von Informationen, Deutungen und Kommentaren. Es werden statistische Informationen herbeizitiert, es wird über Strategien und Motivationen gemutmaßt, das Geschehen auf dem Platz wird im Kommentar dramatisch und mythologisch überhöht. So wird über die ‹inneren Gefühle› von Sportlern vor und während eines Spiels spekuliert. Oder die Rivalität zweier Freunde, die in gegnerischen Teams spielen, wird

21 Vgl. zur Kritik an der Gegenüberstellung von eigentlichem Fußball auf dem Platz und seiner gesellschaftlichen Funktionalisierung Stauff 2007. Stauff argumentiert überzeugend, dass die gleichzeitige ‹Vervielfältigung und Einhegung› des Fußballs zwei Seiten derselben Medaille darstellen.

22 Vgl. Dohle/Vowe 2006 zu den medienbedingten Änderungen der Regeln von Sportarten.

23 Mittag/Nieland (2007b, 10) berichten, dass etwa acht Millionen Bundesbürger das Spiel der deutschen Nationalmannschaft gegen Portugal um den dritten Platz bei der WM 2006 im öffentlichen Raum verfolgt haben.

als «roter Faden» für einen Spielbericht ausgesponnen. Auch können, um nur einige weitere Beispiele zu nennen, die Rückkehr eines Trainers an seine alte Wirkungsstätte, das Ringen eines Sportlers mit Verletzungen, der Kampf um ein Comeback, die Notwendigkeit, sich auf die sportliche Leistung zu konzentrieren angesichts privater Probleme oder angesichts der finanziellen Misere des Vereins, als narrative Strategien oder mythologische Hintergründe dienen, um das Geschehen auf dem Spielfeld über den engen Bereich des Fußballs hinaus bedeutungsvoll zu machen. Gerade im Rahmen von Länderspielen stellt die Fernsehberichterstattung das Thema der nationalen Identität ins Zentrum. Es wird zur Identifikation mit dem «Wir» der «eigenen» Nation eingeladen, mit «unserer» Mannschaft und «unserer» Spielauffassung.²⁴

Solche Formen der Narrativisierung bieten Zuschauern Anknüpfungspunkte, um sich ins Verhältnis zum Geschehen und dessen Deutung setzen zu können, im Mitfühlen, als Fan, Kenner und Experte. So wird die Erfahrung der Übereinstimmung mit einer Gemeinschaft ermöglicht, ein Heimisch-Sein im Fußballsport, das sich beim Zuschauen wie beim Reden *über* das sportliche Geschehen einstellen kann. Sinnkonstitutive Sichtweisen werden produziert und kollektiv erfahren, sodass sich auch vor dem Bildschirm die Erfahrung einer «virtuellen Gemeinschaft» (Anderson 1983), die *communio* durch Kommunikation einstellen kann.²⁵ Diese Erfahrung von Übereinstimmung bildet die Basis der Unterhaltungserfahrung von Fernsehfußball.

Weil es ein Kennzeichen der Fußballberichterstattung ist, das sportliche Geschehen semantisch auszudeuten, verurteilt Gumbrecht (1998) die Medialisierung von Fußball ganz prinzipiell. Sie lenke durch ihre Deutungen vom eigentlichen Kern des sportlichen Ereignisses, dem Erscheinen von Form, ab. Ich will hier weder die Frage diskutieren, ob – wie Gumbrecht offensichtlich unterstellt – alle Plätze im Stadion einen gleichermaßen unverzerrten Blick auf das Entstehen und Vergehen von Form zulassen, noch will ich Gumbrechts Behauptung erörtern, dass Fernsehübertragungen das Geschehen aus der Perspektive des Trainers zeigen.²⁶ Live-Übertragungen wie Zusammenschnitte von Fußballspielen generieren ganz eigene, artifizielle Wahrnehmungsob-

24 So zeigte etwa die Welle des «positiven Patriotismus» während der Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland, dass es um Identifikation mit der «eigenen» Mannschaft und das Gemeinschaftserlebnis ging.

25 Vgl. hierzu das Modell der Kommunikation als Gemeinschaft stiftendes Ritual, wie es Carey (1989) beschreibt.

26 Wie wären in diesem Modell beispielsweise Umschnitte auf die Trainerbank zu erklären, die Reaktionen «der Bank» auf Aktionen auf dem Feld zeigen?

jekte, die keine andere Form oder Perspektive der Wahrnehmung eines Fußballspiels imitieren *wollen* und denen keine andere Form der Wahrnehmung eines Fußballspiels gleichen *kann*. Die Bilder von mehr als 20 Kameras im Stadion bei durchschnittlichen Spielen der ersten Ligen (vgl. Scannell 2008), die ein Spiel aus verschiedensten Perspektiven zeigen, gesteigert durch Zeitlupenwiederholungen von besonderen Momenten wie Torraumszenen, Fouls, besonders kunstfertigen Aktionen am Ball etc., jeweils live eingespielt und geschnitten, produzieren ein ganz und gar fernsehspezifisches Wahrnehmungsobjekt. Eine gelungene Bildregie kann mit den Mitteln des Fernsehens das Geschehen auf dem Platz stilisieren und darum zusätzlich zum Entstehen von Form auf dem Rasen durch den Rhythmus von Umschnitten zwischen verschiedenen Kameras, den Kontrast von verschiedenen Perspektiven, Einstellungsgrößen, Kamerabewegungen und Drehtempos einen Text produzieren, der zusammen mit der artifiziell modulierten Geräuschkulisse des Stadions ein ästhetisch fesselndes Objekt der Kontemplation darstellt.²⁷

Wie viele Kritiker der Fußballberichterstattung privat-kommerzieller Sender sicherlich zu Recht angemerkt haben, lässt die Stilisierung des Fußballs im Fernsehen ein Spiel gegebenenfalls viel ansprechender, spannender und «schöner» erscheinen, als es sich im Stadion tatsächlich zugetragen hat. Insofern steht diese Form der «Berichterstattung» zwar nicht im Einklang mit der traditionellen öffentlich-rechtlichen Idee der journalistisch objektiven Information,²⁸ doch ist diese im Fußball-Medien-Komplex, in der Fußball zur Unterhaltung produziert wird, eine ganz und gar nachgeordnete. Gerade die Kritik an der «verfälschenden» Berichterstattung ist ein Indiz dafür, dass Fernsehen ein im Stadion nicht zu genießendes Spiel in begrenztem Maße durch seine Mittel der Stilisierung in ein ansprechendes Objekt der Unterhaltung verwandeln kann. Während Gumbrecht die distanzierte Wahrnehmung des Geschehens auf dem gesamten Spielfeld als Ideal unterstellt, um das Entstehen von Form verfolgen zu können, konzentriert sich Fernsehen – übrigens mit national durchaus verschiedenen Stilen der Inszenierung – mehr auf individuelle Aktionen und Momente. Das bedeutet jedoch nicht, dass Fernsehfußball kein geeignetes Objekt der Kontemplation darstelle, nur produziert dieser durch

27 Scannell (2008) arbeitet in seiner phänomenologischen Analyse der Live-Übertragung eines Fußballländerspiels zwischen Griechenland und England heraus, wie viel gedankliche, physische und ästhetische Arbeit verrichtet werden muss, um beispielsweise einen Torschuss von David Beckham bedeutungsvoll ins Bild zu bringen.

28 Vgl. hierzu beispielsweise Martens 2005.

seine Form der Stilisierung ein anderes Wahrnehmungsobjekt als es der Fußball im Stadion darstellt. Narrativisierung und Stilisierung des Fußballs sind integraler Bestandteil der professionellen Unterhaltungsproduktion im «Medien-Sport-Komplex». Sie können nicht aus normativen Gründen verurteilt werden, sondern müssen im Rahmen einer Theorie der Fernsehunterhaltung als spezifische Charakteristika betrachtet werden.

Schließlich kann die Berichterstattung über Fußball im Fernsehen auch das mimetische Vermögen des Sports, sich auf gesellschaftliche Vorgänge im Allgemeinen zu beziehen, medial spezifisch entfalten. So kommen in der Fußballberichterstattung regelmäßig gesellschaftliche, ethische oder moralische Probleme zur Sprache, manchmal implizit, oft aber auch ganz explizit. Beispielsweise werden gesellschaftliche Werte und Normen thematisiert, wenn es um Freundschaften, Leistungsbereitschaft, den Gebrauch unzulässiger leistungssteigernder Substanzen geht. Hier stehen dann Zielkonflikte zwischen Traditionen, Bindungen, Profitstreben und körperlicher Unversehrtheit zur Debatte. Auch wenn solche Fragen vom Kommentar häufig eindeutig, also sinnkonstituierend beantwortet werden, heißt das nicht, dass Zuschauer diese Antworten für sich selbst als verbindlich annehmen und damit die angebotene Deutung affirmieren. Dass in der Fußballberichterstattung das Moment der Reflexion *in der Regel* von dem einer Narrativisierung, die Sinn konstituiert anstelle sinnkonstituierende Sichtweisen zu hinterfragen, überlagert wird, weil Stereotypen «bedient», der Leistungsgedanke affirmiert und von dominanten gesellschaftlichen Mustern abweichende Verhaltensweisen sanktioniert werden, ändert nichts an der Tatsache, dass Sport und Sportberichterstattung «sinnkonstitutive Sichtweisen» nicht nur (re-)produzieren und affirmieren, sondern auch verfremdet darstellen und damit zur Reflexion oder, in Seels Terminologie, zur Imagination anregen können.²⁹

Fernsehfußball und Unterhaltungstheorie

Die Unterhaltungserfahrung stellt sich, so lässt sich zusammenfassen und verallgemeinern, nicht unmittelbar und automatisch bei der Rezeption einer zur Unterhaltung dargebotenen Veranstaltung oder ei-

²⁹ Talk über den Fußball in Vor- und Nachberichterstattung, Sportsendungen und Talkshows weisen immer wieder Momente auf, in denen Fußball zum Anlass zur Reflexion weitergehender Fragen und Probleme wird (vgl. Ballsiefen/Nieland 2007). Essays über den Fußball wie Schümers *Gott ist nund* (1998) oder Theweleits *Tor zur Welt* (2004) arbeiten solche Aspekte systematisch aus.

nes zur Unterhaltung ausgestrahlten Fernsehprogramms ein. Vielmehr kennt Unterhaltung, wie aus den vorangegangenen Überlegungen hervorgeht, nicht nur praktisch, sondern auch *theoretisch* deutliche Grenzen. Die Unterhaltungserfahrung ist keine *unbedingte*, sondern eine institutionell, situativ und textuell *bedingte*, und insofern stellt sie ein fragiles Konstrukt dar. Neben den institutionellen und situativen Aspekten, die in diesem Beitrag nicht weiter erörtert wurden,³⁰ müssen auch gewisse Voraussetzungen des Wahrnehmungsobjekts gegeben sein, damit von einer *Unterhaltungserfahrung* – im Unterschied zum Gefühl der Zerstreuung oder der Langeweile, im Unterschied zum Erleben von unbedingter, kaum auszuhaltender innerer Anspannung oder von allzu heftiger moralischer Entrüstung – gesprochen werden kann. Bei der Unterhaltungserfahrung spielen sowohl die Reflexion sinnkonstitutiver Sichtweisen als auch die sinnvergessene Aufmerksamkeit für Form eine Rolle, während das Erleben der sinnstiftenden Übereinstimmung die Dominante bildet.

Im Gegensatz dazu bildet bei der Kunsterfahrung die Dimension der Imagination beziehungsweise der Reflexion die Dominante. So wird von «Kunst» in der Tradition philosophischer Ästhetik üblicherweise gesprochen, wenn das Wahrnehmungsobjekt alltägliche Sichtweisen und Wahrnehmungsformen verfremdet und transzendiert, während die Dominanz der korrespondierenden Dimension, von sinnkonstitutiven und also «ideologieverdächtigen» Sichtweisen, im kulturkritischen Diskurs als «Unterhaltung» identifiziert wird. In diesen Redeweisen wird jedoch jeweils *eine* der drei konstitutiven Dimensionen verabsolutiert. Wenn Kunst thematisiert wird, stehen für die kulturelle Analyse in der Regel «sinnliche Erkenntnis», «Reflexion» und «Kritik» im Mittelpunkt. Dagegen wird Unterhaltung nach wie vor mit vornehmlich negativ wertenden Begriffen der «Affirmation» oder der «ideologischen Manipulation» diskutiert (vgl. z.B. Kellner 2003), als böte sie nicht eine spezifische ästhetische Erfahrung, die über pure Identifikation, Ideologie oder pures Spektakel hinausginge.

Der hier vorgeschlagene Begriff der Unterhaltung, der vom *Potenzial* von Texten ausgeht, das institutionell produziert und in der Rezeption situativ realisiert werden *kann*, erlaubt es, Unterschiede zwischen Kunst, Unterhaltung und Zerstreuung, die im kulturellen Diskurs zurecht gemacht werden, zu identifizieren und auf den Begriff zu bringen. Wie eine Pragmatik der Unterhaltung unterstellt, sind diese Unterschiede nicht *allein* durch das Wahrnehmungsobjekt bedingt,

30 Vgl. dazu ausführlicher die Einleitung in Müller 2008.

doch bedeutet das nicht, dass die Eigenartigkeit des Wahrnehmungsobjekts deshalb keine Rolle für die Möglichkeit des Zustandekommens von Unterhaltung spielt. Was Hans-Otto Hügel in seinem Essay zur «Ästhetischen Zweideutigkeit der Unterhaltung» als das «Verharren der Unterhaltung in der Schwebe von Ernst und Unernst» (1993, 127) beschrieben hat, habe ich hier am Beispiel des Fernsehfußballs als das Changieren des Wahrnehmungsobjekts von Unterhaltung bestimmt: Ich habe gezeigt, dass Fußball im Fernsehen als textualisiertes Wahrnehmungsobjekt Unterhaltungspotenzial besitzt, *wenn* gleichzeitig Sinn konstituiert wird, sinnkonstitutive Sichtweisen zum Reflexionsgegenstand werden und die Form des Wahrnehmungsgegenstandes, der die sinnkonstitutiven und reflexiven Wahrnehmungen möglich macht, sinnvergessen rezipiert werden kann.

Fußball im Stadion und textualisierter Fernsehfußball realisieren diese Dimension auf unterschiedliche Weise – realisieren sie aber längst nicht immer, wenn nicht gar selten. Nicht zuletzt deshalb eignet sich Fußball besonders zur Erörterung der Frage nach Unterhaltung, denn die Diskrepanz zwischen Unterhaltungserwartung und tatsächlicher Rezeptionserfahrung ist wohl bei keinem anderen potenziellen Unterhaltungsgegenstand so groß. Doch umso faszinierender sind die im Sinne der hier entwickelten pragmatisch-ästhetischen Perspektive wirklich «schönen» Fußballspiele – ob im Stadion oder zu Hause vor dem Bildschirm.

Literatur

- Anderson, Benedict (1983) *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London:Verso.
- Ballsiefen, Moritz / Nieland, Jörg-Uwe (2007) Talkshowisierung des Fußballs. Der Volkssport in den Fesseln des Fernsehens. In: Mittag/Nieland 2007a, S. 325–347.
- Beßlich, Holger (2007) «Was zählt is auf'm Platz». Zur Ästhetik des Fußballs im Stadion. In: Mittag/Nieland 2007a, S. 461–47.
- Böhme, Hartmut (1988) *Natur und Subjekt*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bohrer, Karl Heinz (1992) Zeit und Imagination – Die Zukunftslosigkeit der Literatur. In: *Wahrnehmung von Gegenwart*. Hrsg. v. Jörg Huber. Basel/Frankfurt a.M.: Museum für Gestaltung Zürich.
- Bourdieu, Pierre (1984) *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bromberger, Christian (1995) Football as World-View and as Ritual. In: *French Cultural Studies*, 6, S. 293–311.

- Bürger, Peter / Bürger, Christa / Schulte-Sasse, Jochen (1982) *Zur Dichotomisierung von hoher und niederer Literatur*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Burke, Verena (2002) Dynamik und Ästhetik der beliebtesten TV-Programmsparte. Fußball als Fernsehereignis. In: Herzog 2002, S. 223–250.
- Carey, James W. (1989) A Cultural Approach to Communication. In: Ders.: *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman, S. 13–36.
- Danto, Arthur C. (1984) *Die Erklärung des Gewöhnlichen. Eine Philosophie der Kunst*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Dohle, Marco / Vowe, Gerhard (2006) Der Sport auf der «Medialisierungstreppe»? Ein Modell zur Analyse medienbedingter Veränderungen des Sports. In: *Merz-Wissenschaft*, Nr. 6, S. 18–28.
- Dyer, Richard (1992) *Only Entertainment*. London/New York: Routledge.
- Früh, Werner (2002) *Unterhaltung durch Fernsehen. Eine molare Theorie*. Konstanz: UVK.
- Gebauer, Gunter (2006) *Poetik des Fußballs*. Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Gebauer, Gunter / Wulf, Christoph (1998) *Spiel – Ritual – Geste. Mimetisches Handeln in der sozialen Welt*. Reinbeck: Rowohlt TB.
- Gerhard, Heinz (2006) Die Fußball-WM als Fernsehevent. Analyse der Zuschauerakzeptanz bei Fußballweltmeisterschaften 1954–2006. In: *Media Perspektiven*, 37,9, S. 465–474.
- Goodman, Nelson (1973) *Sprachen der Kunst*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1980) *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Gumbrecht, Hans Ulrich (1998) Die Schönheit des Mannschaftssports: American Football – im Stadion und im Fernsehen. In: *Medien – Welten – Wirklichkeiten*. Hrsg. v. Gianni Vattimo & Wolfgang Iser. München: Fink, S. 201–228.
- Gumbrecht, Hans Ulrich (1999) Epiphany of Form: On the Beauty of Team Sports. In: *New Literary History*, 30,2, S. 251–372.
- Herzog, Markwart (Hrsg.) (2002) *Fußball als Kulturphänomen. Kunst – Kult – Kommerz*. Stuttgart: W. Kohlhammer.
- Hickethier, Knut (Hrsg.) (1994) *Aspekte der Fernsehanalyse. Methoden und Modelle*. Hamburg/Münster: Lit-Verlag.
- Holtz-Bacha, Christiane (Hrsg.) (2006) *Fußball – Fernsehen – Politik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Horak, Roman (2007) Gegenwart gegen Vergangenheit? Eine Skizze zum komplizierten Verhältnis der Fußballländer Deutschland und Österreich. In: Mittag/Nieland 2007a, S. 435–449.

- Hügel, Hans-Otto (1987) Unterhaltung durch Literatur. Kritik, Geschichte, Lesevergnügen. In: *Medien zwischen Kultur und Kult. Zur Bedeutung der Medien in Kultur und Bildung*. Hrsg. v. Rudolf Keck & Walter Thissen. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, S. 95-111.
- Hügel, Hans-Otto (1993) Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie. In: *Montage/AV*, 2,1, S. 119-141.
- Hügel, Hans-Otto (Hrsg.) (2003) *Handbuch populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart: Metzler.
- Hügel, Hans-Otto (2007) *Lob des Mainstream*. Köln: Herbert von Halem.
- Junghans, Wolf-Dietrich (1999) Körpergegenwart: Sinnlicher Eindruck und symbolischer Ausdruck im Sport. In: *Berliner Debatte INITIAL*, 10,6, S. 3-21.
- Kellner, Douglas (2003) *Media Spectacle*. London/New York: Routledge.
- Kistner, Thomas / Weinreich, Jens (2000) *Das Milliardenenspiel. Fußball, Geld und Medien*. Frankfurt a.M.: Fischer TB.
- Lyotard, Jean-François (1984) Das Erhabene und die Avantgarde. In: *Merkur*, H. 38, S. 151-164.
- Maase, Kaspar (1997) *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970*. Frankfurt a.M.: Fischer TB.
- Markovits, Andrei S. / Hellerman, Steven L. (2001) *Offside. Soccer and American Exceptionalism*. Princeton/Oxford: Princeton University Press.
- Martens, René (2006) Entertainment statt Journalismus. Zum Zustand der Sportberichterstattung im Fernsehen. In: *Jahrbuch Fernsehen 2005*. Hrsg. v. Adolf Grimme Institut. Marl/Frankfurt a.M./Köln: Adolf Grimme Institut, S. 44-59.
- Mittag, Jürgen / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.) (2007a) *Das Spiel mit dem Fußball. Interessen, Projektionen und Vereinnahmungen*. Essen: Klartext.
- Mittag, Jürgen / Nieland, Jörg-Uwe (2007b) Der Volkssport als Spielball. Die Vereinnahmung des Fußballs durch Politik, Medien, Kultur und Wirtschaft. In: Mittag/Nieland 2007a, S. 9-30.
- Müller, Eggo (2008) «Not only Entertainment». *Studien zur Pragmatik und Ästhetik der Fernsehunterhaltung*. Köln: Von Halem (im Erscheinen).
- Müller, Eggo / Schwier, Jürgen (Hrsg.) (2006) *Medienfußball im europäischen Vergleich*. Köln: Halem.
- O'Donnell, Huges (1994) Mapping the Mythical: A Geopolitics of National Sporting Stereotypes. In: *Discourse and Society*, 5,3, 1994, S. 345-380.
- Rademacher, Lars (1998) *Sport und Mediensport. Zur Inszenierung, Pragmatik und Semantik von Sportereignissen im Fernsehen*. (= Arbeitshefte «Bildschirmmedien» Nr. 73). Siegen: Universität Siegen.
- Reisel, Felix (2007) Das schöne Spiel. Wie das ästhetische Potenzial des Fußballs genutzt wird. In: Mittag/Nieland 2007a, S. 399-415.

- Sandvoss Cornel (2005) *Fans. The Mirror of Consumption*. Cambridge: Polity Press.
- Scannell, Paddy (2008) Moments and Their Men. David Beckham's goal England vs. Greece, October 6th 2001. In: Paddy Scannell: *Television and the Meaning of «Live»*. London [usw.] Sage.
- Schierl, Thomas (Hrsg.) (2004) *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Köln: Herbert von Halem.
- Schümer, Dirk (1998) *Gott ist rund*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Seel, Martin (1991) *Eine Ästhetik der Natur*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Seel, Martin (1996a) Zur ästhetischen Praxis der Kunst. In: Ders.: *Ethisch-ästhetische Studien*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 126-144.
- Seel, Martin (1996b) Die Zelebration des Unvermögens. Aspekte einer Ästhetik des Sports. In: Ders.: *Ethisch-ästhetische Studien*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 188-200.
- Stauff, Markus (2007) Die Grenzen des Spiels. Zur medialen Vervielfältigung und Einhegung des Fußballs. In: Mittag/Nieland 2007a, S. 299-312.
- Theweleit, Klaus (2004) *Tor zur Welt. Fußball als Realitätsmodell*. Köln: Kiepenheuer und Witsch.
- Vorderer, Peter (2004) Unterhaltung. In: *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Hrsg. v. Garry Bente, Roland Mangold & Peter Vorderer. Göttingen: Hogrefe, S. 543-564.
- Whannel, Garry (1992) *Fields in Vision: Television Sport and Cultural Transformation*. London/New York: Routledge.
- Wulff, Hans J. (1994) Situationalität, Spieltheorie und kommunikatives Vertrauen. Bemerkungen zur pragmatischen Fernseh-Analyse. In: Hickethier 1994, S. 187-203.
- Zillman, Dolf / Bryant, Jennings (1994) Entertainment as Media Effect. In: *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Hrsg. v. Dolf Zillman & Jennings Bryant. Hillsdale/London: Erlbaum, S. 437-461.
- Zillman, Dolf / Vorderer, Peter (Hrsg.) (2000) *Media Entertainment. The Psychology of Its Appeal*. Hillsdale/London: Erlbaum.