

montage

AV...

17/1/2008

Zeitschrift für Theorie und Geschichte
audiovisueller Kommunikation

[Mediensport]

SCHÜREN

Impressum

montage AV 17/1/2008

Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation

Herausgeber: Gesellschaft für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation e.V.

ISSN 0942-4954

ISBN 978-3-89472-468-9

Redaktion: Andrea B. Braidt (Wien), Christine N. Brinckmann (Zürich/Berlin), Robin Curtis (Berlin), Evelyn Echle (Potsdam), Britta Hartmann (Berlin), Vinzenz Hediger (Bochum), Judith Keilbach (Utrecht), Frank Kessler (Utrecht), Guido Kirsten (Jena), Stephen Lowry (Stuttgart), Jörg Schweinitz (Zürich), Patrick Vonderau (Bochum), Hans J. Wulff (Kiel)

Gastherausgeber: Eggo Müller und Markus Stauff

Redaktionsanschrift: c/o Britta Hartmann, Körnerstr. 11, D-10785 Berlin,

Tel./Fax: 030-262 84 20, **E-Mail:** montage@snafu.de

Die Redaktion freut sich über eingesandte Artikel.

www.montage-av.de

Preis: Einzelheft 12,80 Euro / Sfr. 23,50

Abonnement: zwei Hefte im Jahr, 22,- Euro / Sfr. 39,60

Studenten: 18,50 Euro / Sfr. 33,60

Verlag: Schüren Verlag GmbH, Universitätsstr. 55, D-35037 Marburg,

Tel.: 06421-63084, **Fax:** 06421-681190, **E-Mail:** info@schueren-verlag.de

Gestaltungskonzept: Ivy Kunze (Berlin)

Satz: Erik Schübler

Druck: Difo-Druck, Bamberg

Anzeigen: Katrin Ahnemann, **E-Mail:** ahnemann@schueren-verlag.de

© Schüren Verlag 2008

Titel: Rainer Werner Fassbinder beim Fußball (FC Köln), Foto von Elke Petra Thonke

Bildnachweise: Bei den Autoren

Inhalt

Eggo Müller / Markus Stauff: Zur Medienästhetik des Sports	4
Margaret Morse: Sport im Fernsehen. Wiederholung und Spektakel	7
Vinzenz Hediger / Markus Stauff: Reine Gefühlsintensitäten. Zur ästhetischen Produktivität der Sportfotografie	38
Laurent Guido: Von der gefilmten Darbietung zum virtuellen Spektakel. Tennis und TV-Dispositiv	61
Michel Colin: Wie verstehen wir Fernsehübertragungen von Sportereignissen	89
Rebekka Ladewig: «Play, but play seriously». Zur medialen Inszenierungen von <i>Le Parkour</i>	109
Michael Real: <i>Super Bowl</i> versus Fußballweltmeisterschaft. Struktureller und kultureller Vergleich	131
Eggo Müller: Fußball, Fernsehen, Unterhaltung. Zur ästhetischen Erfahrung des Fußballs im Stadion und am Bildschirm	151
Christoph Bertling: Sport in der TV-Unterhaltungsindustrie. Theoretische Überlegungen und empirische Befunde zur (Re-)Produktion des Sports in den Massenmedien	173
Zu den Autoren	190

Zur Medienästhetik des Sports

Sport ist für Massenmedien ein essentieller Gegenstand der Berichterstattung und die Massenmedien sind ein unverzichtbarer Faktor für die Herausbildung und (Re-)Produktion des (professionellen) Sports. Diese gilt auf jeden Fall in ökonomischer Hinsicht; es gilt aber auch in ästhetischer Hinsicht.

Die agonale Struktur sportlicher Wettkämpfe, ihre Serialität und die regelmäßige Wiederkehr herausragender Ereignisse trägt zur Produktion stabiler Zuschauerschaften bei – aber auch zu ganz eigenen Darstellungsformen. Zugleich formen Medien mit der ihnen eigenen Ökonomie und Ästhetik immer schon Charakter und Ereignishaftigkeit des Sports. Sportarten definieren typische Bewegungsformen und raum-zeitliche Strukturen, denen eine Vielfalt medialer Darstellungsformen entspricht, die die *einen* Sport kennzeichnenden (zum Teil selbst erst durch Medien so akzentuierten) Aspekte von Bewegung, Geschwindigkeit, psychischer und körperlicher Leistung «mediengerecht» einfangen sollen. Dabei bildet nicht der Sport als solcher, sondern verschiedene Sportarten auf spezifische Weise eine Herausforderung für die mediale Berichterstattung, insofern sie zur Reflexion der Besonderheit der Beziehung zwischen jeweiligem Sport und jeweiligem Medium herausfordern. Damit bilden sich zum einen Darstellungsformen mit je eigenen Konventionen von Raum, Zeit und Kausalität heraus; zum anderen resultiert daraus die Auseinandersetzung mit den «Potenzialen» eines Mediums, die es erlauben oder erfordern, bestimmte Aspekte der Sportarten sichtbar zu machen.

Das Interesse des vorliegenden Heftes gilt darum der ästhetischen Produktivität des Sports. Es untersucht die Herausbildung und Differenzierung ästhetischer Formen und Erfahrungen, die für den Mediensport kennzeichnend sind. So erfordern Sportarten beispielsweise andere, spezifische «Lösungen» für die Darstellung raum-zeitlicher Kontinuität als sie das klassische Hollywoodkino etabliert hat; Sportberichterstattung trägt zu einer spezifischen Definition von «Ereignis» und von «Unterhaltung» bei, sie etabliert einen spezifischen Blick auf den menschlichen Körper – weiterhin mit deutlichen Unterschieden zwischen männli-

chem und weiblichem Körper. Zudem bildet der Mediensport – nicht zuletzt wegen seiner ökonomischen Relevanz – ein Bindeglied zwischen den unterschiedlichen Medien und Formaten, die jeweils andere Aspekte von Sport und einzelnen Sportarten aufgreifen, artikulieren und somit je unterschiedliche ästhetische Verfahren ausbilden.

Viele dieser Aspekte hat Margaret Morse bereits in einem 1983 publizierten Aufsatz herausgearbeitet, der mittlerweile als klassischer Beitrag der Mediensportforschung gelten kann und dessen Übersetzung diese Ausgabe der *montage AV* eröffnet. Eine ästhetische Besonderheit stellt der Mediensport nach Morse schon allein deshalb dar, weil er den männlichen Körper zum Objekt eines Blicks macht, wobei die ambivalente Verbindung von proto-wissenschaftlicher Hermeneutik und Verfahren ästhetischer Stilisierung kennzeichnend ist. Morse weist dabei auch darauf hin, dass die Kategorien wie «flow» und «live» – essentielle Kategorien einer Ästhetik des Fernsehens – im Sport (hier vor allem dem American Football) eine sehr spezifische Realisierungsform und Bedeutsamkeit erhalten.

Der Beitrag von Vinzenz Hediger und Markus Stauff stellt dar, dass Sport in der Fotografiegeschichte als wichtiger Bezugspunkt für die Reflexion von Bewegungsdarstellung fungiert. Dies zeigt sich exemplarisch an der fotografischen Konstruktion eines «entscheidenden Moments» von Sportereignissen und von Sportarten. Zugleich wird deutlich, dass die Herausbildung einer spezifisch fotografischen Umgangsform mit dem Sport immer in Abhängigkeit von anderen Medien, vor allem dem Fernsehen erfolgte.

Dass die Unterschiede von Sportarten Entscheidendes zur ästhetischen Produktivität des Sports beitragen, zeigen die Beiträge von Michel Colin zur Übertragung von Radrennen und von Laurent Guido zur Berichterstattung über Tennis. Radsport und Tennis stellen gleichermaßen durchkommerzialisierte «Events» dar, die durch Starkult, Personalisierung und Spektakel geprägt sind. Zugleich verdeutlichen die detaillierten Analysen der formalen und kognitiven Aspekte entsprechender Fernsehsendungen, dass die je eigenen «Topographien» und Ereignisstrukturen dieser beiden Sportarten unterschiedliche Konsequenzen für die Positionierung von Kameras und Mikrofonen sowie für den Schnitt haben und in der Folge auch eine andere Wahrnehmung von Raum und Zeit hervorbringen.

Im Kontrast hierzu verdeutlicht der Beitrag von Rebekka Ladewig, wie ein Sport, der weniger auf Wettkämpfen und organisierten Zeit-Räumen basiert, nämlich die urbane Bewegungskultur des «Parkour», in ganz unterschiedliche mediale Formate einfließt. Während die

Sportlerinnen und Sportler des Parkour sich vor allem über YouTube präsentieren, finden ihre *performances* zugleich Eingang in Werbefilme und Hollywoodproduktionen. Die sehr spezielle Räumlichkeit und Körperlichkeit, die für das Selbstverständnis und die Selbstdarstellung dieser Sportart entscheidend ist, erfährt in den verschiedenen Darstellungsformaten wiederum je spezifische Modifikationen.

Dass die Darstellungs- und Wahrnehmungsformen in einem breiteren kulturellen Kontext stehen, der den ästhetischen Verfahren symbolische Prägnanz verleiht, zeigt der Beitrag von Michael Real, der American Football und Europäischen Fußball als Medienereignisse miteinander vergleicht. Er verdeutlicht, inwiefern die Fernsehübertragungen (und ihre Bedeutungsproduktion) in den je spezifischen kulturellen Konstellationen der unterschiedlichen Sportarten einen zentralen Bezugspunkt finden.

Von einer (medien-)ästhetischen Produktivität des Sports zu sprechen, heißt dabei keinesfalls, die ökonomischen und institutionellen Voraussetzungen und Regelmäßigkeiten des Mediensports zu ignorieren. Sport tritt in den meisten Medien und vor allem im Fernsehen als ein Gegenstandsbereich der Unterhaltung auf. Der Beitrag von Eggo Müller zeigt, dass der Mediensport daher eine Reflexion auf den Status und den Modus von ‚Unterhaltung‘ erlaubt. Gegenüber einer zu pauschalen (und letztlich ökonomistischen) Kritik am Sport wird dabei deutlich, dass Unterhaltung gerade im Feld des Sports zunächst nur ein fragiles Potential darstellt, das keineswegs in einer bestimmten Form verlässlich gegeben ist. Zur ästhetischen Produktivität des Sports gehört dabei selbstverständlich auch, dass dieser, als ein einmal etablierter, erfolgreicher Gegenstandsbereich, über die Sportberichterstattung im engeren Sinne hinaus Ausweitung findet und seine Figuren, Themen und Bilder in anderen Formaten des Fernsehens aufgegriffen werden. Die ökonomischen Voraussetzungen und die konzeptionelle Logik hinter einer solchen Umarbeitung des Mediensports arbeitet der Beitrag von Christoph Bertling heraus.

In ihrem Zusammenhang verdeutlichen die Beiträge dieser Ausgabe von *montage AV*, dass innerhalb des Mediensports als ökonomischem und symbolischem Komplex (der verbunden ist mit einem spezifischen Modus von Journalismus, aber auch mit spezifischen Formen des Körperkults und des Markenfetischismus) eine ästhetische Produktivität zu finden ist, die die räum-zeitlichen Strukturierungen von jeweiligen Sportarten und Wettbewerben im Verhältnis zu den Eigenarten und Routinen der unterschiedlichen Medien entfaltet. An dieser Schnittfläche zeigt sich eine Dynamik, die für eine Reflexion der Medien insgesamt von Bedeutung ist.

Eggo Müller und Markus Stauff

Sport im Fernsehen

Wiederholung und Spektakel*

Margaret Morse

Einleitung

Der Sport bringt Spiel und Schauspiel in ein sensibles Gleichgewicht, und wenn dieses Gleichgewicht gestört wird, verändert sich die Stellung des Sports in der Gesellschaft grundlegend.
(Gregory P. Stone, 1971, 59)**

Der Mann weigert sich, den Blick auf sein sich exhibitionierendes Ähnliches zu richten.
(Laura Mulvey, 1994, 56)

Unser Diskurs über den Sport ist einzigartig, denn sein Objekt ist der männliche Körper. Seine Währung ist der statistische Vergleich von körperlichen Leistungen, Verhältnissen und Besitztümern, von Strategien der Zurschaustellung der Körper und ihrer Schwächen, durch

* Englisches Original: Margaret Morse (1983): Sport on Television: Replay and Display. In: *Regarding Television: Critical Approaches – An Anthology*. Hrsg. v. E. Ann Kaplan. Los Angeles: American Film Institute 1983, S.44–66; die Übersetzung erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Autorin.

** Anm. d. Ü.: Englische Zitate, die bislang nicht in deutschen Übersetzungen vorliegen, wurden durchgehend ins Deutsche übertragen.

die sie Verletzung, Krankheit und Alterung ausgesetzt sind.¹ Im Mittelpunkt dieses Diskurses steht das Bild einer Faszination: die perfekte Maschine eines Körpers in Bewegung, arrangiert im Zusammenspiel mit anderen Körpern. Gemeinsam bringen sie eine Vision von Anmut und Kraft hervor: «Welch ein Athlet!»

Auch wenn Frauen inzwischen als aktive Teilnehmerinnen in manche Zuschauersportart (Tennis zum Beispiel) vorgedrungen und in allen Disziplinen als Zuschauerinnen und manchmal als Kommentatorinnen präsent sind², bleibt der Sport eine männliche Sphäre: ein Ort «autonomer Männlichkeit» (Stone 1971, 56), der nicht einmal auf das Weibliche als sein «Anderes» angewiesen ist. «Dieses Spiel ist nur was für Männer!», hat jüngst der Kommentator von MONDAY NIGHT FOOTBALL betont.³ Mit seiner Aussage wollte er unterstreichen, dass die Kräfte der Gegner in etwa gleich verteilt sind, und er wollte die Ungewissheit des Ergebnisses hervorheben, um die Spannung zu steigern. Zugleich aber lenkt der Satz die Aufmerksamkeit darauf, dass der Sport die einzige kulturelle Situation darstellt, in der der männliche Körper das legitime Objekt des männlichen Blicks ist.

Das strenge kulturelle Verbot, den männlichen Körper anzublicken, speist sich aus einer tief sitzenden Hemmung davor, das Männliche

1 Der Erfahrung von Michael Oriard folgend, sind sich Footballspieler ihrer eigenen Sterblichkeit und des Risikos, dem ihre Körper ausgesetzt sind, wohl bewusst. Gejagt von der «Kürze ihrer Karrieren, der Verletzungsgefahr, den Preislisten» (1981, 32), unterteilen die Spieler ihre Welt in «Insider», die dem gleichen Risiko wie sie selbst unterliegen und mit denen sie durch eine intensive «männliche Verbindung» zusammengehören, und «Outsider» wie Sportberichterstatter, Fans – von denen sie als Idole benutzt werden, bis sie schließlich von ihnen ignoriert werden – und Club-Eigentümer, die den Wert der Spielerkörper Stück für Stück bei der obersten Steuerbehörde abschreiben (ibid., 30ff.). Spieler sind Arbeiter, die nicht nur ihre Arbeitszeit verkaufen, sondern ebenso einige der natürlichen Rechte über ihren Körper, die wir üblicherweise für unveräußerlich halten.

2 Der weibliche Sportreporter, sein Wert und seine Zukunft, wurden zwischen 1975 und 1978 wiederholt in der Zeitschrift *Sports Illustrated* diskutiert – ausgelöst durch den Einstieg und Abgang von Phyllis George bei CBS Sports. Das letzte Wort hatte dabei Melissa Ludtke Lincoln (1978), die fragte: «Wollen sie [die Sender] weibliche Sportreporter, die dem Modell George folgen – die also schön, temperamentvoll, aber ohne die geringste Ahnung vom Sport sind – oder wollen sie, dass die Sportreporterinnen so kenntnisreich sind wie die besten männlichen Sportreporter?» Phyllis George selbst sei der Meinung gewesen, dass «eine Frau, die zu bestimmt auftritt und zu viel über den Sport weiß, nicht erwünscht ist». Der Beitrag endet mit einer traurigen Anmerkung zur Sportberichterstatterin Andrea Martini aus Houston: «Warum dürfen Frauen über Kriege, Aufstände und Präsidentenreisen sprechen, aber nicht über Sport? Warum ist das Band zwischen Sport und Männlichkeit so eng geknüpft?»

3 So Frank Tarkington in ABC MONDAY NIGHT FOOTBALL vom 5. Oktober 1981.

zum Objekt der Skopophilie (der erotischen Lust am Zuschauen) zu machen. Der Blick auf die Anderen ist sowohl ein Privileg als auch ein Machtinstrument, wenn nicht ein Werkzeug der Unterwerfung. Doch scheint der Blick auf das Maskuline notwendig, wenn es darum geht, ein kulturell anerkanntes Männlichkeitsideal zu konstruieren und aufrechtzuerhalten: Wie also ist es möglich, dass der Zuschauersport diesen Blick legitimiert und obendrein verharmlost?

Die Lösung liegt in der Natur des modernen Sports selbst, der ein sorgfältiges Gleichgewicht aus «Spiel und Schauspiel» [play and display] aufbaut. Dieses Gleichgewicht erlaubt es, dass ein höchst effektiver Mechanismus der Verleugnung in Kraft tritt: Jeder Blick des Mannes auf sein exhibitionistisches Double wird in eine wissenschaftliche Untersuchung über die Grenzen menschlicher Leistungsfähigkeit verwandelt. So verleiht der Diskurs über Statistik und über die Unbeständigkeit der Leistungen dem Sport den Anschein von Wissenschaftlichkeit; aber auch der Wettbewerbscharakter und die Rekordjagd machen aus dem Sport einen hermeneutischen Prozess – das heißt: eine Methode zur Erforschung, Pflege und Zurschaustellung physischer Exzellenz.⁴ Die dringliche Frage «Wer wird gewinnen?» ist lediglich ein Teil dieses hermeneutischen Prozesses, der das Bild des Körpers in Bewegung absichert. In einer Kultur, in der Bilder des Weiblichen überall aus dem Boden sprießen und zwischen den Geschlechtern zirkulieren, bildet der nationale Zuschauersport den einzigen Ort, an dem der männliche Körper als Bild ins Zentrum rückt, obwohl es zugleich verleugnet wird. Den Mechanismus der sorgfältigen Ausbalancierung zwischen Zurschaustellung des männlichen Bildes und dem hermeneutischen Spiel oder Wettkampf hat der Stadtsoziologe Gregory P. Stone bereits vor zwei Jahrzehnten herausgearbeitet. Er schlug dabei Alarm, weil er den Sport durch seine Kommerzialisierung in Gefahr sah.

Stone sorgte sich, dass die «Vermassung» den Sport in ein unwürdiges Spektakel verwandeln könnte (1971, 59). Während er die aktive Sportausübung schätzte, verdammt er den passiven Konsumenten-Zuschauer bzw. den sekundären Teilnehmer:

Das Spiel, grundlegend moralisch und eine Veredelung der Spieler, scheint dem Spektakel Platz zu machen, das grundlegend unmoralisch ist und verschlechternd wirkt. Mit der Vermassung des Sports beginnt die Zahl der Zuschauer die der Aktiven bei Weitem zu überragen, und der Zuschauer

4 Eine gründliche Untersuchung der Ursprünge und Funktionen der Aufzeichnung und der wissenschaftlich-experimentellen Seite des Sports bietet Guttman 1979.

– wie der Name sagt – provoziert das Spektakel – die Zur-Schau-Stellung. Aus dieser Perspektive kann der Zuschauer als Agent der Zerstörung betrachtet werden, zumindest insofern es die Würde des Sports betrifft. (ibid., 60)

Das sicherste Zeichen für die Erniedrigung des Sports zum Spektakel sei – so suggeriert Stone – die Dominanz des weiblichen Publikums (ibid., 57ff.).

In den knapp zwanzig Jahren seit Stones Befürchtung sind die Zuschauerzahlen und das passive Sportvergnügen durch das Medium Fernsehen um ein Vielfaches gewachsen. Der *Super Bowl* zieht jährlich 100 Millionen Betrachter an⁵; eine Studie zeigt, dass 30% der Amerikaner täglich Sport im Fernsehen verfolgen, und eine zweite weist darauf hin, dass die Hälfte der amerikanischen Bevölkerung wöchentlich Sportsendungen im Radio hört oder im Fernsehen sieht. «Weltweit sind die größten Fernsehzuschauerzahlen durch Sportereignisse entstanden: Ganze 800 Millionen Menschen sahen die letzten Olympischen Spiele und die Fußballweltmeisterschaft» (Sage 1979, 3). Ist die «prekäre Balance» zwischen sportlichem Spiel und Schauspiel von diesem massiven Publikumswachstum berührt worden? Wo ist der Ort des weiblichen Zuschauers in dieser Masse? Unabhängig von solchen Fragen nach Quantitäten und Geschlechterverhältnissen gilt es zu überlegen, ob sich die Erfahrung der Sportbetrachtung formal und psychisch verändert hat, seit die beiden großen soziokulturellen Modelle Sport und Fernsehen zusammengefunden haben. Hat das Fernsehen, selbst ein visuelles Medium, durch seine Repräsentationsweise den Aspekt des Spektakels im Sport verstärkt?

Eine verwandte Frage betrifft schließlich das Bild des männlichen Körpers, das vom Fernsichtsport entworfen wird. Vor mehr als einem Jahrzehnt hat Norbert Elias gefragt, ob das Fernsehen die Bedeutung beeinflusse, die die «physische Erscheinung und besonders körperliche Kraft und Schönheit» für die öffentliche Wertschätzung des Mannes haben (Elias 1975, 104). Hat der Fernsichtsport die Wahrnehmung und die soziale Relevanz männlicher Körperbilder verändert? Wenn das sportliche Gleichgewicht sich auf die Seite des Schauspiels verschoben hat, dann haben sich möglicherweise einige signifikante Veränderungen ereignet – sowohl im kulturellen Modell des Sports als auch in den kollektiven Identifikationen oder dem «sozialen Imaginären», in dem Männlichkeit entworfen und bearbeitet wird. Vielleicht sind Männer

5 1978 waren es 104 Millionen Zuschauer (Johnson 1979, 38).

dabei, ebenso abhängig von Bildern zu werden wie Frauen? Vielleicht verringern sich die Hemmungen, die den Blick auf Männlichkeit umgeben, und die Verleugnungsmechanismen, die ihn legitimieren?

Ebenso gut könnte aber trotz der gestiegenen Zuschauerzahlen und der Zunahme des Schauspielcharakters im Fernsehsport die Balance zwischen Spiel und Schauspiel aufrecht erhalten worden sein. Das psychische Erlebnis, das mit der Sportbetrachtung verbunden ist, hätte sich dann eher intensiviert als verändert. Sport wäre für die moderne Gesellschaft so der bedeutendste Ort kollektiver Identifikationen – sowohl mit lokal definierten Einheiten als auch mit der Männlichkeit – und alles andere als eine bedrohte Art.

Dieser Aufsatz wird drei Untersuchungsfelder skizzieren, um einen Diskurs über Sport im Fernsehen anzustoßen. Erstens: Worin bestehen die formalen Differenzen zwischen dem Sport in der Arena und dem Sport im Fernsehen? Zweitens: Haben diese Differenzen signifikante Veränderungen im psychischen Erleben des Sportzuschauers oder im sozialen Imaginären des Sports bewirkt? Drittens: Welches sind die signifikanten Kennzeichen des Sports als Fernsehgenre? Hat sich die ideologische oder soziale Funktion des Sports durch das Zusammenwirken der beiden kulturellen Modelle Sport und Fernsehen verändert? Diese Fragen werden gestellt und diskutiert, aber sie sind viel zu komplex, um sich abschließend beantworten zu lassen. Als bevorzugtes Untersuchungsobjekt habe ich mich für American Football entschieden, der oft als optimaler Fernsehsport beschrieben worden ist. Allerdings sind alle vom Fernsehen gezeigten Sportarten durch ihren Ursprung in der Industriegesellschaft und die «Übertragung bestimmter Freizeitbeschäftigungen auf den Sport» (Elias 1975, 92ff.; vgl. Furst 1971, 156ff.) gekennzeichnet. Alle Fernsehsportarten teilen das Wettkampfethos, das sich in einem idealen Raum entfaltet, der vom öffentlichen Raum der Arbeitsteilung losgelöst ist (vgl. Ashworth 1971)⁶; und egal ob sie Individual-, Partner- oder Mannschaftssportarten sind lassen sich alle diese Sportarten als «dual» oder «imaginär» ansehen, womit gemeint ist, dass der Sportler gegen ein phantasmatisches Bild körperlicher Perfektion antritt – entweder unvollendet durch den Angriff auf den Gegner oder in der perfekteren Annäherung an die ideale

6 Dieses utopische Moment des Sports und seine Implikationen für die Repräsentation des Sports im Film wurde in einem unpublizierten Vortrag genauer analysiert, den ich unter dem Titel «Slow Motion: An Analysis and Comparison of Sports Sequences in Vertov's *MAN WITH A MOVIE CAMERA*, Brecht/Dudow's *KUHLE WAMPE*, and Riefenstahl's *OLYMPIA*» im April 1981 auf der Filmkonferenz in Athens, Ohio gehalten habe.

Leistung, wie sie in Statistiken und anderen Aufzeichnungen festgehalten wird. Diese Aufzeichnungen konstituieren sowohl den Anschein von Wissenschaftlichkeit, der von der Hermeneutik des Wettkampfs unterstützt wird (also das Spiel), als auch eine ideale Projektion oder ein Schauspiel. Auf dem Boden dieser Gemeinsamkeiten haben alle Aussagen über Football im Fernsehen eine gewisse Relevanz für den Fernsehsport im Allgemeinen.⁷

Vom Stadion zum Fernsehen

Tja, da gibt's nun ein wichtiges Spiel heute Abend,
und ich weiß ganz genau, wo ihr sein werdet,
um in diesen alten Fernseher zu schauen und Bier zu trinken
und mich ganz zu ignorieren.
(aus: *Lass mich mitspielen oder gehen*,
einem Countrysong von Owen Davis)

Sowohl das Stadion oder die Arena als auch der Fernsehschirm haben ihren Ort jenseits des Arbeitsplatzes; aber von der Aufzeichnung eines Sportereignisses bis zu seiner Ausstrahlung als «Live-Sport» im Fernsehen ereignet sich eine beachtenswerte Transformation. Zum Ersten nimmt der Zuschauer das Stadionereignis inmitten einer Masse anderer Zuschauer und von einem festen Standpunkt aus wahr (der zugleich eine Übersicht ermöglicht). Das Football-Spiel im Fernsehen wird dagegen privat, von einem isolierten, üblicherweise männlichen Betrachter angeschaut, der auf das Vergnügen des Daseins in der Masse verzichten muss.

Der Entscheidung für einen Stadionbesuch liegen unterschiedliche soziale, ökonomische und emotionale Motive zugrunde (Lee/Zeiss

7 Andere große Zuschauersportarten wie Baseball und Basketball sowie die weiteren im Fernsehen übertragenen Sportarten von Tennis, Golf und Leichtathletik bis Boxen, Gymnastik und Eisschnelllauf, nutzen Raum und Zeit jeweils unterschiedlich und erzeugen je eigene Bilder körperlicher Perfektion; jede Sportart hat ihre eigenen Möglichkeiten, das Ideal des bewegten Körpers visuell zu entfalten. Jede hat dementsprechend auch ein anderes Potential im Fernsehen. Daher unterscheiden sich auch die Zuschauer eines jeden Sports und die Politik jedes Sportverbands gegenüber den Sendern. Schließlich ist es wichtig, dass auch innerhalb jeder Disziplin, vor allem innerhalb solcher Disziplinen, die durch eine strenge Arbeitsteilung gekennzeichnet sind, Körperbilder variieren (z.B. unterscheidet sich die Darstellung des *quarterback* von der eines *tackle*). Nichtsdestotrotz bleiben alle modernen Sportarten Variationen eines gemeinsamen kulturellen Modells.

1980)⁸; aber das Ereignis selbst findet am liminalen Ort und in der zyklischen Zeit eines kollektiven Rituals statt⁹, das mit dem gemeinsamen Eintritt der Zuschauer beginnt, mit Gedrängel und Berührungen¹⁰, und das das Versprechen auf einträchtige Gefolgschaft, den gemeinsamen Konsum von Speisen und Getränken sowie das Schlendern über das Feld in der Halbzeit einschließt, bis die Zuschauer schließlich das Stadion gemeinsam verlassen, um in separaten Fahrzeugen ihr Zuhause anzusteuern. Während dem Spiel auf dem Feld einige Eigenschaften des Dramas oder des Melodrams innewohnen¹¹, ist die Teilhabe der Masse umfassender und ihre Absonderung von den Darstellern nicht so absolut wie im Theater. Die Masse ist ein Spiegel der Protagonisten auf dem Feld, zweigeteilt in ihrer Anhängerschaft, auf jeden Spielzug mit gleichgerichteten Bewegungen und Rufen reagierend. Die Spieler-Protagonisten sind wiederum eine kleine Masse, Mannschaften, die nur durch Farben und Nummern individualisiert sind. Dabei richtet sich die vorrangige Identifikation des Sportzuschauers im Stadion gar nicht auf das Team, sondern auf die Masse selbst, auf die physische Präsenz einer Gemeinschaft, die die lokale Identität der Mannschaft repräsentiert. Die Dichte der Masse fördert die Identifikation der Masse mit sich selbst durch körperliche Kontakte. Das Ziel und die ultimative Entfesselung dieser Dichte ist das massenhafte Schreien, die Entladung der Masse in *einer* Stimme – ein dionysisches Vergnügen, das dem einsamen Fernsehzuschauer abgeht.

Im Gegensatz dazu ist der Sport – dem Lesen eines Romans vergleichbar – ein zurückgezogenes Vergnügen, beschränkt auf die

8 Bedanken möchte ich mich bei Barrett Lee für seine Hilfe bei der Suche nach aktuellen Aufsätzen zur Soziologie des Sports und seine Kommentare aus sportsoziologischer Perspektive.

9 Den Begriff der Liminalität – als Bezeichnung von Übergangsriten (etwa ins Erwachsensein) – hat Victor Turner auf kulturell institutionalisierte Performanzformen wie den Karneval und das öffentliche Ritual übertragen. In *Frame, Flow and Reflection* (1977) nennt er auch den Sport, ohne aber ein Konzept sportlicher Liminalität zu entwickeln.

10 Folgt man Elias Canetti (2003), dann kann allein in der Masse die Angst vor dem Berührtwerden in ihr Gegenteil verkehrt werden. Man beachte außerdem, dass der Sport einen der wenigen Bereiche öffentlichen Austauschs bildet, der Berührungen zwischen Männern gestattet.

11 Viele Forscher betrachten den Sport als Drama, ob nun im kritischen oder positiven Sinne; Beispiele sind Stone (1971) oder Barthes (1989). Robert B. Heilmann (1981, 15) sieht im Football ein Melodrama: «einen reinen, geraden Kampf, der stets auf die Auseinandersetzung zwischen Gut und Böse reduziert wird». Im Fernsehen wird das Ereignis dann so erzählt, dass visuell und akustisch die Narration und die erzählte Welt, die durch die Narration erzeugt wird, unterschieden werden können.

Reaktion des Individuums und nicht auf die der Masse. Die Trennung zwischen Zuschauer und Ereignis ist trotz der Aura der Unmittelbarkeit absolut. Das Spiel auf dem Feld wird zu einer abgeschlossenen, diegetischen Welt, die durch wechselnde Fernsehkameras repräsentiert und von Moderatoren und Kommentatoren erzählt wird. Der Held dieser romanhaften Welt ist der Einzelne, nicht die Mannschaft. Bereits vor einiger Zeit haben Untersuchungen ergeben, dass die Sportberichterstattung den individuellen Spieler fokussiert,

bis hin zum Ausschluss anderer Spieler und der gesamten Geometrie des Spiels. [...] Als Ergebnis dieser Fokussierung auf den Einzelnen tendierte das mediale Ereignis zur Darstellung der Spiel-Handlung als einer individuellen statt einer Team-Leistung, und ein bestimmtes Spielverhalten wurde zumeist in einem größeren biographischen und personalisierten Zusammenhang dargestellt. (Williams 1978, 34)

Zwar hat die Öffentlichkeit außerhalb des Spiels schon immer Sieger zu Berühmtheiten verklärt; aber jetzt bieten während des Spiels das durch einen Namen auf der Uniform erkennbare Individuum, der Körper in der Nahaufnahme oder die von statistischen Grafiken begleitete Einblendung eines Gesichts, den Nährboden für visuelle Identifikationen.

Immerhin gibt es die Möglichkeit, dass manche der Vergnügen, die der Zuschauer in der Masse empfindet, durch die akustische Erzeugung einer Phantommasse im Fernsehen erhalten bleiben. Der einsame Betrachter kann sich dabei «selbst vergessen»; aber die von ihm ausgestoßenen unartikulierten Laute der Begeisterung und Betroffenheit müssen anderen Anwesenden, die seine sportlichen Interessen nicht teilen, reichlich seltsam vorkommen.

Sie: Lass mich mitspielen oder gehen.

Er: Einen Moment, ich glaube, sie werden gleich punkten.

Sie: Es wird aber keine Zeitlupen-Wiederholung geben, wenn ich gleich zur Tür hinausgehe!

(aus: *Lass mich mitspielen oder gehen*)

Die zweite Transformationsebene im Übergang vom Stadion zum Fernsehbildschirm betrifft die visuelle und akustische Vermittlung des Spiels. Dabei geht es weniger um Unterschiede im visuellen Stil, der von Sender zu Sender und von Spiel zu Spiel variieren kann, als vielmehr um das zeichenhafte Material des Sports selbst. Man bedenke zunächst

den visuellen Aspekt bei der Repräsentation des Spiels – einschließlich seiner zeitlichen Entfaltung. Der durchgängige Gebrauch extremer Teleskope verengt den Blickwinkel und verflacht den Raum; die sofortige Wiederholung zeigt den gleichen Spielzug zwei oder drei Mal aus unterschiedlichen Winkeln und von verschiedenen Standpunkten aus. Das so repräsentierte Spiel unterliegt also bemerkenswerten Deformationen: einer räumlichen Kompression und einer zeitlichen Ausdehnung und Wiederholung. Der Effekt dieser Verzerrung besteht darin, dass ausschließlich Momente besonderer Handlungsintensität und des Körperkontakts dargestellt werden, zum Schaden der «Geometrie des Spiels im Ganzen». Darüber hinaus wird der ballführende Spieler von seinem Kontext – der Mannschaftsleistung – isoliert, wodurch weiterführende Informationen über das Spiel verloren gehen.

Gleichzeitig gibt es einen beträchtlichen Gewinn an Informationen über die Bewegungen des ballführenden Spielers und die Männer in seiner direkten Umgebung, denn diese werden in Nahaufnahme, Zeitlupe und mehrfach wiederholt aus unterschiedlichen Perspektiven gezeigt. Die Zeitlupentechnik gestattet die Analyse körperlicher Bewegungen, die der Wahrnehmung üblicherweise nicht zugänglich sind; die Zeitlupe erhält durch diese Eigenschaft ihre Aura der Wissenschaftlichkeit. Zeitlupenwiederholungen werden als Teile des hermeneutischen Prozesses wissenschaftlicher Aufdeckung behandelt, der – unter anderem – dem Fernsehzuschauer die Möglichkeit gibt, die Entscheidungen des Schiedsrichters zu überwachen und zu sehen, was «wirklich» auf dem Feld geschehen ist.

Allerdings macht die häufige Wiederholung desselben Spielzugs in Zeitlupe auch deutlich, dass sich das Spiel im Fernsehen nicht in einer Welt ereignet, die den Gesetzen der normalen linearen und unidirektionalen Zeit unterliegt. Im gestauchten Raum deckt der Spieler das Feld mühelos ab, die Langsamkeit seiner Bewegungen scheint ihn geradezu von der Schwerkraft zu befreien, und außerdem wächst durch die Zeitlupe die Größe der Spieler, da ein großer Körper mehr Zeit braucht, um eine Bewegung abzuschließen. Schließlich transformiert die Zeitlupe, die wir mit Würde und Anmut assoziieren, eine Welt der Geschwindigkeit und Gewalt in eine Welt von tänzerischer Schönheit. Der liminale Raum des Rituals und der Masken wird in eine «kaleidoskopartige»¹² andere Szenerie überführt, in der Erscheinun-

12 Der Ausdruck «kaleidoskopartig» findet sich im Diskurs über den Sport im Fernsehen relativ häufig. Sich ableitend vom «schönen Äußeren» und dem «Blick» (so das *Oxford English Dictionary*), bezeichnet er ein optisches Instrument, das Sir David Brewster

gen oder Phantome umherhuschen und die sich mindestens ebenso deutlich auf das Feld des Begehrens zurückführen lässt, wie auf das reale Football-Feld. Zeitlupe sondert den Sport in eine traumähnliche Welt ab, die nicht beanspruchen kann, wie die alltägliche Wirklichkeit «auszusehen». Und doch hält die Wissenschaftlichkeit von Techniken wie der Zeitlupe und der Nahaufnahme, die diese andere Welt erst erzeugen, zugleich die Mittel zu ihrer Verleugnung bereit. So wie der Zeitraffer jene andere Welt begründet hat, in der der Stummfilm seine Bewegungskomik entfaltet, entwirft der Fernseh-Football eine Welt der Repräsentation, die den Raum der Renaissance und die Newton'sche Physik verabschiedet – wenn auch nicht den Anspruch auf Wissenschaftlichkeit.

Eine weitere Besonderheit des Fernsehfootballs ist häufig festgestellt worden: der schnelle Wechsel der Standpunkte während eines Spiels, der durch das permanente Hin- und Herschalten von einer Kamera zur anderen erzeugt wird. Die genauere Betrachtung zeigt, dass diese Form der Präsentation des Sports sich mit der typischen Weise deckt, mit der Hollywood ein reales oder fiktives Ereignis wiedergibt: Sie befolgt die Gesetze des Kontinuitätsprinzips, indem alle Kameras das Spiel von derselben Seite aus aufnehmen (außer in den wenigen Fällen, in denen die Anzeige *reverse-angle replay* auf dem Bildschirm signalisiert, dass die 180°-Regel gebrochen wurde und die sportlichen Gegner darum scheinbar «die Seiten gewechselt» haben). Die «natürliche», erzählte Welt des Footballs, mit ihren klar gekennzeichneten Richtungsverläufen und Endzonen, ihren an den Farben unterscheidbaren Gegnern und ihrem säuberlich in Zehn-Yard-Linien aufgeteilten Feld, ist für das Kontinuitätsprinzip wie gemacht. Deshalb ist die Montage als Mittel der Transformation der Spielerfahrung von geringerer Bedeutung. Lange Brennweiten und Wiederholungen heben den Football dagegen in eine andere visuelle Welt, aufgeladen mit Begehren und Kapital.¹³

1812 erfand. In Erweiterung dieser Bedeutung bezeichnet der Begriff eine «konstant sich wandelnde Zusammenstellung heller Farben oder farbiger Objekte, alles was eine Abfolge verschiedener Phasen zur Schau stellt». Raymond Williams (1975, 77) hält «die Erfahrung visueller Mobilität, des Blickwinkelkontrasts, der Fokusvariation, die häufig sehr hübsch anzusehen sind», für einen der zentralen Innovationsaspekte des Fernsehens. Der Sport scheint zu existieren, um aus dem ästhetischen Potential des Fernsehens das Beste herauszuholen.

- 13 Die Investitionen allein in die Technik und Produktionsausrüstung sind enorm, ganz abgesehen vom Kapitaleinsatz in die Institution des Sports selbst und kommerzielle Investitionen in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, die mit Sport in Verbindung stehen. Während eine normale Sonntagnachmittag-Berichterstattung auf CBS oder

Zwar wird diese traumähnliche Sportwelt überwiegend als «dokumentarisch» wahrgenommen – nicht zuletzt aufgrund der Live-Übertragung des Spiels, die seine Simuliertheit ausblendet. Auch dass sich das Ergebnis nicht mit Sicherheit voraussagen lässt, ist für den hermeneutischen Reiz des Spiels entscheidend. So entsteht der Eindruck einer wirklichen Belastungsprobe für die Körper und wird die Frage «Wer wird gewinnen?» um die Frage «Wer ist der Beste?» ergänzt. Die Gewalt, die dem Spiel innewohnt – und um die es manchmal in der Presse (Furlong 1980), nie aber im Fernsehen geht –, garantiert die «Ernsthaftigkeit der Bemühungen», die durch die «spektakulär-kommerzielle Form des Spiels» und die Betonung des «Unterhaltungswerts» (Furst 1971, 165–170) in Zweifel gezogen werden könnte. Dennoch betont die visuelle Repräsentation des Sports die Gewalt keineswegs – vielmehr überführt sie sie in Anmut. Abgesehen von der Simultaneität mit dem vorfilmischen Stadionereignis und der Erzeugung des Gefühls, dass die Gegner angemessen gewählt sind und ernsthaft um den Sieg kämpfen, bemühen sich die Fußballübertragungen kaum um Realismus. Im Gegenteil: Jeder Teil der Berichterstattung stellt offenherzig den «Apparat» zur Schau, indem er die enorme Kapitalinvestition in den Sport und in die Übertragungstechniken durch das «Live»-Ereignis hindurchschimmern lässt und zeigt, dass die Sportberichterstattung die höchsten Kosten aller Fernsehproduktionen verursacht.

Ein Beispiel für den hohen Stilisierungsgrad, der für das mediale Football-Ereignis typisch ist, bildet die Eröffnungsgrafik, bei der sich bunte und animierte Neonfiguren in typischen Spielposen bewegen. Darüber hinaus werden während des Spiels Grafiken mit ähnlich starker Kontrastwirkung über die Bilder vom Spiel geblendet, um die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf die Leistung eines Athleten oder einer Mannschaft zu lenken. Manchmal überlagert das eingerahmte Gesicht eines Sportlers die Vorgänge auf dem Feld, von Zeit zu Zeit ersetzt es das diegetische Bild vom Sportereignis sogar vollständig. Während des Spiels erscheinen aufwändig gestaltete Rahmungen, die die Zeitlupeneinspielungen ankündigen (letztere können allerdings auch ohne Markierung auftreten). Die farbigen Grafiken und beweglichen Rahmen demonstrieren eine Faszination für das Visuelle, aber die detaillierten

NBC fünf bis acht Kameras und drei bis fünf Tonaufzeichnungsgeräte verwendet, kamen beim *Super Bowl* 1981 sogar 23 Kameras zum Einsatz. Im Kampf um die Vorherrschaft im Sport, den Ron Powers als «den eigentlichen Super Bowl-Krieg» (1982, 3) bezeichnet hat, hat NBC eine Louma-Kamera angeschafft (mit einem Kran, der vor der Mannschaftsbank entlangfahren kann, um Nahaufnahmen herzustellen), und CBS hat eine Renfro-Kamera hoch über der 50-Yard-Linie installiert.

und vom Computer erstellten Statistiken, die sie übermitteln, unterstreichen die Wissenschaftlichkeit des Spiels. Mit anderen Worten: Das grafische Material, das das Fernsehen dem Stadionereignis hinzufügt, unterstützt sowohl den Schauspiel- als auch den Spielcharakter des Sports.

Die Inszenierung des Footballspiels im Stadion ist für das Fernsehen beträchtlich weiterentwickelt worden. Die Stadionbeleuchtung erzeugt eine gleichmäßige Helligkeit. Die Stadiondecke erscheint mancherorts wie die vorbeiziehende, von Licht durchflossene Wolkendecke eines barocken Himmels. Sternenfilter werfen die Szenerie weiter auf. Die Farben des Rasens und der Uniformen sind voll und hell; kein Schmutz verunreinigt sie. Die Football-Uniform schließlich bläht ihre ohnehin riesenhaften Träger zu gigantischen Proportionen auf; sie bildet eine Maskierung, die nicht nur dem Schutz dient, sondern ebenso den phantasmatischen Körper eines Titanen schafft, der – in Zeitlupe – auf unheimliche Weise dem ersten Mann auf dem Mond gleicht. Der noch realste Teil im «Aussehen» des Spiels ist das Publikum mit seinen kunterbunten Farben und seinen in Nahaufnahme und Gegenschussverfahren aufgenommenen Gesichtern.¹⁴

Die Videoaufnahmen, Kameraperspektiven und Schnitte streben ebenfalls nur eingeschränkt einen Realitätseffekt an. So wechseln die Einstellungen einander in raschem Wechsel ab, und manche von ihnen sind reichlich ungewöhnlich – beispielsweise die Aufsicht durch die Torpfosten während des *point-after kick*, der dem Raum jede Tiefe nimmt und die Anstrengung des Schusses verschwinden lässt, oder die Kamerafahrt um den Ball beim *kickoff*, bei der der Ball allerdings hinter den Spielern versteckt bleibt, womit daran erinnert wird, wie unwichtig der Ball für das im Fernsehen übertragene Spiel ist. Die einprägsamsten Einstellungen sind allerdings solche in Zeitlupe, bei denen gewaltsame Kraft und Geschwindigkeit elektronisch mit Grazie und Anmut ausgestattet werden. Die häufigen Einstellungen, die Körperkontakte darstellen, nutzen eine enge Kadrierung, die die Körper fragmentiert; die Wiederholung einzelner Spielzüge alterniert zwischen der Zerstreuung und der «Anhäufung» von Körpern, die ästhetisch

14 Seit der Ankunft der Louma-Kamera im Sport schließen diese «außergewöhnlich wichtigen *reaction shots*» die Trainer und die Bänke mit ein. Man beachte, dass die Bank als Teil der Masse fungiert. In meinen Augen ist das Publikum Teil der erzählten Welt des Fernsehfootballs: Der Blick der Zuschauer in Gegenschussaufnahmen ist selten genau an die Einstellungen vom Feld angeschlossen. Er scheint eher eine visuelle Einheit herzustellen, die mit der vom Soundtrack hervorgebrachten Phantommasse zusammengehört.

und erotisch zur Schau gestellt werden. Um die Ekstase des Sieges zu zeigen, kann sich die Zeitlupe schließlich über das Ende des Spiels hinaus auch noch auf das Publikum ausweiten, ohne dabei in einen hermeneutischen Prozess eingebunden zu sein – es geht dann um pures Spektakel. Und dennoch reicht das technologisch-wissenschaftliche Prestige der Zeitlupe aus, um auch solche Einstellungen vor ihrer Wahrnehmung als Zurschaustellung zu bewahren.

Die amerikanische Praxis der starken Stilisierung des Footballs unterscheidet sich deutlich von der britischen Praxis der Fußballübertragung, wie sie eine Veröffentlichung des *British Film Institute* in den späten 1970er Jahren beschrieben hat (Masterman 1979). Auch wenn Fußball und Football visuell nicht direkt vergleichbar sind, da Fußball ein viel schnelleres und unvorhersehbares Spiel darstellt und damit schwerer im Bild zu halten ist (vgl. Chandler 1977), scheint es lohnenswert, die in Großbritannien entwickelten Möglichkeiten der Sportberichterstattung zu betrachten, die in den Vereinigten Staaten nicht zur Anwendung kommen. Das britische Fernsehen betont die Wirklichkeit des Sports durch unvermittelte Schnitte, durch den Verzicht auf Split-Screen und durch die «Tendenz, das Spiel aus der Perspektive der Zuschauer zu zeigen, die tatsächlich dem Spiel beiwohnen» (Masterman 1979, 17). Gerade diese Perspektive fehlt aber in den vielfältigen Kameraeinstellungen der US-Sendeanstalten völlig. Das amerikanische Publikum ist nicht das Subjekt des Kamerablicks; im Gegenteil ist es sich eher seiner Rolle als Objekt der Kamera bewusst, was es beweist, wenn es wild gestikuliert und seine Spruchbänder hochhält. Manchmal ist es verrückt kostümiert, um die Aufmerksamkeit der Kamera auf sich zu ziehen. Eine andere fehlende Perspektive ist die der Spieler. Das heißt: Niemals sehen wir einen Spielzug aus der Sicht eines *lineman* oder *quarterback*. Sowohl die Spieler als auch das Publikum sind Teil der diegetischen Welt des Sports, die durch den regelmäßigen Wechsel der Kameras entsteht – als werde sie von einem separaten und allwissenden Bewusstsein wahrgenommen, dem alternierenden und distanzierenden, aber zugleich doch intimen Blick des Teleobjektivs.

Interessanterweise existiert neben den stilisierten Sportbildern, die die amerikanischen Rundfunkanstalten für die Fernsehzuschauer bereitstellen, eine weitere filmische Version des Footballs. Diese ist nicht für den öffentlichen Konsum gedacht, sondern Teil eines sportlichen «Backstage-Bereichs», hergestellt für den internen Gebrauch von professionellen, College- und High School-Trainern und -Spielern. Dieser andere Film wird in der Regel vom Pressebereich hoch oben über der 50-Yard-Linie aus aufgenommen, wobei er lediglich zweier Ka-

meras bedarf: einer für die Offensive und einer für die Defensive. Dabei ist die übliche Bezeichnung *game film* durchaus berechtigt: Die für den Eigengebrauch der Sportler produzierten Sportfilme lassen den Betrachter das gesamte Feld überschauen und konzentrieren sich ganz auf die Wiedergabe der «Geometrie des Spiels». Trainer spielen diese Filme in Zeitlupe ab, um Spieler mit Blick auf spätere Verpflichtungen zu beurteilen, um die Strategien der Gegner oder die eigene Schlappe zu analysieren.¹⁵ Anders als im Fernsehen wird die Zeitlupe hier ausschließlich als analytisch-investigatives Instrument eingesetzt und trägt zur Produktion der «Ware Sport» bei.

Wie britische Fußballsendungen wird der *game film* nach dem Sportereignis gezeigt, wenn es nicht mehr darum geht, wer gewinnt, sondern warum und wie das Spiel gewonnen wurde. Die Fußballberichterstattung in Großbritannien ist kaum einmal «live»; vielmehr besteht sie aus dem Zusammenschnitt von Höhepunkten, auf die Interviews folgen, die nach dem Spiel geführt wurden. Die amerikanischen Live-Übertragungen dagegen beginnen mit Spekulationen über den Spielausgang (die häufig von Einspielungen der Höhepunkte vergangener Spiele untermalt werden), mit Interviews und Wetten. Bei dieser «männlichen *soap opera*»¹⁶ geht es darum, den Wettbewerbscharakter des Sports zu betonen und Persönlichkeiten aufzubauen. Selten gibt es Interviews *nach* einem Spiel – vielleicht weil ein Team von Kommentatoren, üblicherweise ein Reporter und ein Ansager, bereits *während*

15 Anders als die Zeitlupen im Spielfilm werden Sportzeitlupen nicht mit einer schnelleren Geschwindigkeit aufgenommen und dann im normalen Tempo abgespielt; sie werden vielmehr in einem variablen *langsameren* Tempo gezeigt. Die Möglichkeit eines so variablen Umgangs mit dem Praxinoskop aus dem 19. Jahrhundert besteht seit der Durchsetzung des Ein-Zoll-Videoaufnahmegeräts, das die Zeitlupenplatte ersetzt hat. Auf Ein-Zoll-Geräten ist das gesamte gefilmte Material eines Ereignisses jederzeit abrufbar und kann mit der halben oder einem Fünftel der normalen Geschwindigkeit abgespielt werden. Die Zeitrafferkapazität mit bis zu zehnfacher Geschwindigkeit wird, soweit ich weiß, nie bei Sportübertragungen eingesetzt (Young 1980). Der Videorekorder des Fernsehzuschauers gibt diesem ähnliche Möglichkeiten zur zeitlichen Manipulation und Wiederholung des aufgezeichneten Spiels an die Hand. Die technologischen Entwicklungen zeigen deutlich an, dass die Zeitlupe längst nicht mehr nur klischeehafter Schnickschnack ist, sondern die Basis, auf der die Bewegungen im Sport aufbauen: Hochgeschwindigkeit wird heute durch Zeitlupe versinnbildlicht. Ob der Zeitsprung zwischen den Darstellungsweisen, die die visuelle Repräsentation des Sports nutzt, signifikant ist, bedarf weiterer Untersuchungen.

16 Eine angemessene Bezeichnung, die ich einer Unterhaltung zwischen lokalen weiblichen Football-Fans abgelauscht habe. Soaps und Sport gleichen einander nicht in jeder Hinsicht, haben aber gleichermaßen eine nationale Bedeutung für weibliche bzw. männliche Fantasien. Sportinterviews kommen darüber hinaus den räumlichen und dramatischen Konventionen von *soap operas* ungemein nahe.

des Spiels die Vorgänge analysiert und Lob und Tadel verteilt hat. So scheint es zwar zunächst, dass der Live-Charakter des amerikanischen Medienereignisses, die offenkundige Unmittelbarkeit, seine realistische Aura konstituiert. Semiotisch betrachtet wird diese aber weniger durch die ikonische als vielmehr durch die indexikalische Relation zum Referenten hervorgebracht.

Wenn wir uns nun der akustischen Seite des Spiels zuwenden, so sehen wir, dass im US-amerikanischen Fernsehsoundtrack der Kommentar dominiert, wobei er zwischen der Funktion der Spielkommentierung [play-by-play] und der Ausschmückung [color] wechselt. Der Kommentator [play-by-play commentator] ist hauptsächlich für die eigentliche Spielzeit verantwortlich, während der er die Narration und den «proäretischen Code» des Footballs entfaltet (vgl. zu diesem Begriff Barthes 2001, 23-26). In seinem Job muss er sicherstellen, dass die sichtbaren Bewegungen auf dem Bildschirm zum Verständnis des Spielzugs nicht ausreichen, sondern der sprachlichen Ergänzung bedürfen. Der Co-Kommentator [color-man] ist dagegen für die «tote Zeit» verantwortlich, in der die Uhr stillsteht und die Spieler sich in Position begeben – Zeit, die für Wiederholungsanalysen, Werbung und die Ausstrahlung von vor dem Spiel geführten Interviews genutzt wird. Entscheidend ist, dass die Bilder, die der Co-Kommentator kommentiert, weder narrativ noch live sind. Gleichwohl hat seine Ansage eine hermeneutische Funktion: Sie setzt die Wiederholung ein, um individuelle Leistungen zu beurteilen und sie statistisch und biographisch zu perspektivieren. Aber der Co-Kommentator ist teilweise auch für die spektakulären Teile des Sports zuständig: Er überträgt den Enthusiasmus des Publikums mit seiner eigenen Stimme, und sein Kommentar stellt – unterstützt durch die Zeitlupe – eine direkte Einladung zur Schaulust dar:

Hier kommt nun ein ganz besonderer Spieler. Es sieht ganz so aus, als sei er in diesem Jahr noch um einiges stärker. [...] Es mag so aussehen, als ob er gestoppt worden sei, aber er macht trotzdem noch einige Yard gut. [...] Schauen Sie sich nur die Größe dieses Fußes an! [...] Er ist nicht nur riesig, er ist auch stark und schnell. Unglaublich, welche Qualitäten in ihm stecken! Schauen Sie sich den Block an, und den Rest besorgt die Geschwindigkeit von allein! [...] Nun betrachten Sie mal die Kraft dieses Körpers und diese Beine! [...] Das ist ein unglaublicher Sportler!¹⁷

17 Aufgesammelt bei zwei unterschiedlichen Ansagern auf CBS SUNDAY NIGHT FOOTBALL (4. Oktober 1981) und ABC MONDAY NIGHT FOOTBALL (5. Oktober 1981).

Die duale Struktur der Zeitlupentechnik, die gleichzeitig wissenschaftlich und traumähnlich ist, wird in den Ausführungen des Co-Kommentators reinszeniert. Er erlaubt dem männlichen Körper, sich zur Schau zu stellen, und legitimiert gleichzeitig den Blick auf ihn.

Aber aus wessen Perspektive wird hier zum Vergnügen am männlichen Bild eingeladen? Woher kommen die Kommentatorenstimmen? Anders als die britischen sind die amerikanischen Kommentatoren ja unsichtbar – von einem kurzen Auftritt im Vorfeld des Spiels einmal abgesehen. Durch den Mangel an Ergebnisspannung sind die britischen Kommentatoren bemüht, «den Vorraum zur Arena zu machen, die Reaktion zum Ereignis und die Kommentatoren zu den eigentlichen Akteuren» (Williams 1970, 522f.). Der amerikanische Kommentator kann nur selten im Raum verortet werden – und dennoch ersetzt sein verbaler Bericht die fehlende visuelle Übersicht über die Geometrie des Spiels, wie sie der *game film* vermittelt. Sieht man aber von ihrem offensichtlichen Ursprung in der Pressekabine und ihrem Zielort im Fernsehlautsprecher ab – von wo kommen die Stimmen der unsichtbaren Kommentatoren?

Die Stimmen scheinen einer Phantommasse irgendwo dicht hinter oder neben dem Fernsehzuschauer zu entstammen. Es ist fast so, als belausche der Zuschauer zwei hervorragend informierte Experten und Fanfreunde, die sich geringfügig außerhalb seines Sichtfelds befinden. Das Getöse des Publikums wird durch den Fernseher in ein konstantes Hintergrundrauschen verwandelt, so dass die räumliche Differenz zwischen dem Stadion und der Position des Zuschauers im Wohnzimmer verschwindet. Manchmal wird das akustische Material des Spiels noch um eine weitere Spur ergänzt, in der ein Mikrofon auf dem Platz das Krachen des Plastiks und das Aufeinanderprallen der Körper aufnimmt. Während solche Laute im Stadion unhörbar sind, lassen sie das Ereignis im Fernsehen noch realistischer erscheinen. Der Soundtrack erzeugt ein imaginäres Stadion, in dem die Kommentatoren befreundete Zuschauer darstellen, die das Spiel zum ersten Mal verfolgen und dabei von der gleichen Spannung gepackt sind wie jeder andere Zuschauer. Diese merkwürdigen, im historischen Präsens berichtenden Erzähler sind visuell abwesend, aber akustisch omnipräsent, immer live, zur Stelle, das Erlebnis der Masse simultan miterlebend. Die Kommentatoren stehen in einer doppelten Beziehung zur erzählten Welt: Sie sind Teil von ihr und erzählen sie – durch den beschriebenen Phantommasseneffekt wird vor allem der erste Teil betont. Eben dieser Live-Bericht aus der Menge heraus verleiht dem Ereignis den Anschein akustischer Authentizität und verweist auf den nicht-simu-

lierten Charakter des Spiels; zugleich befreit er das Bild, um es zum Spektakel und zum Objekt des Begehrens zu machen.

In Großbritannien bringt es der zeitliche Abstand zwischen dem Stadion- und dem Medienereignis mit sich, dass sowohl Realismus in der Repräsentation des Spiels angestrebt wird, als auch ein zum Spektakel tendierendes Sendungsformat mit sichtbaren Erzählern notwendig erscheint (Masterman 1979, 17). Nur die Bilder des *game film* entgehen der Anmutung des Schauspiels. Passenderweise wurde das einzige Experiment, Football im Fernsehen ohne Kommentar laufen zu lassen (in einer NBC-Sendung im Herbst 1980), allgemein als Fehlschlag angesehen. Eine Vielzahl von Faktoren mag zu dieser Einschätzung beigetragen haben; vielleicht ist aber einfach das Schauspiel für das Vergnügen am Sport genauso wichtig wie sein Spielcharakter. Und vielleicht wird die vitale Funktion der Narration als Kommentar im Fernsehen von den Ergebnissen noch weiter hervorgehoben – als *Verankerung* des visuellen Spielmaterials.

Das Visuelle allein, vor allem in den von amerikanischen Fernsehsendern gewählten engen Kadrierungen, kann den Zuschauern kaum genügen, um zu erkennen, was während eines Spielzugs geschieht. Die Bilder eines Spiels sind den Bildern aller anderen Spiele so ähnlich und die Bewegungssequenzen und Spielzüge – bis hin zur wunderbaren *interception*, dem tragischen Ballverlust oder dem spektakulären *touchdown* – sind so vorhersehbar, dass folgender Schluss berechtigt ist: Erst durch den sprachlichen Kommentar erlangen die Bilder Historizität und erhalten ihren präzisen Ort in Zeit und Raum. Auf dieser Ebene sind auch die Epitheta und Metaphern von Bedeutung, die eine Spezialität der Sportberichterstatter bilden und die bestimmte Persönlichkeiten, Kennzeichen und Erwartungen an das Spiel konstituieren. Im Stadion weiß der Zuschauer, zu welchem Spiel er gekommen ist und warum er dies getan hat, bevor er den umgrenzten Raum des Rituals betritt. Der Fernseh Zuschauer muss erst erzählt bekommen, was er sieht, welcher Art Rivalität er beiwohnt – und er muss dazu eingeladen werden, sich mit seinem Spiegelbild zu identifizieren.

Damit lässt sich der beträchtliche Unterschied zwischen dem Stadionereignis und der Repräsentation des Spiels im Fernsehen zusammenfassen: Der Stadionbesucher nimmt an einem Ritual teil, der Fernseh Zuschauer dagegen betrachtet einen phantasmatischen Raum, der so im Stadion nie zu sehen ist. Die visuelle und die akustische Dimension des Spiels unterliegen erheblichen Ergänzungen und Transformationen; und jede Vergrößerung des Spektakels durch das Fernsehen wird von einem hermeneutischen Prinzip begleitet, das das Spiel

umso mehr als wissenschaftliche Studie erscheinen lässt. So verankert der Live-Charakter des Spiels, der insbesondere durch den unsichtbaren Kommentar aus der Mitte des Publikums erzeugt wird, das Spiel zugleich in der Geschichte und im Realen. Die elektronische Überformung hält die delikate und für den Sport so zentrale Balance zwischen Spiel und Schauspiel aufrecht. Das Fernsehereignis befeuert auf der einen Seite die Fantasien, die das kulturelle Modell des Sports beleben. Auf der anderen Seite haben die televisionären Transformationen begonnen, ihrerseits das Stadionereignis zu beeinflussen. Nicht nur die Erfordernisse des Fernsehens, sondern mehr noch Fernseh-techniken selbst sind in die Arena eingezogen: Ein Stadion auf der Höhe der Zeit verfügt über einen Bildschirm für Wiederholungen, und zahlreiche Zuschauer bringen kleine Fernsehapparate mit, um so die Freuden der Masse mit den Freuden des Romanlesers, die der Fernsehschirm garantiert, zu verbinden. Der nächste Abschnitt wird vor allem mit Blick auf männliche Körperbilder verfolgen, ob auch das psychische Erlebnis der Sportbetrachtung durch die Transformationen verändert worden ist.

Fernsehen und das Imaginäre des Sports

Der Umstand, dass der Mensch kraft seiner eigenen Erfindungsgabe eine – wie es scheint – «praktisch nutzlose» Tätigkeit erschaffen konnte, lässt sich als Symbol seiner Identität verstehen: der Identität eines Wesens, das sich eine «Welt» baut, in der es sich, da es sich um seine selbst errichtete «Welt» handelt, eher zuhause als fremd fühlt. Indem der Mensch diese Welt betritt, vergewissert er sich seiner Daseinsmacht: Hier verfügt er über solche Kontrollinstanzen wie Raum, Zeit und Schwerkraft, ohne von der Suche nach Nahrung, Kleidung und Behausung geleitet zu werden. Darüber hinaus kann der Mensch die Sportwelt nach seinem Willen modifizieren.
(Warren Fraleigh 1973, 114)

Die Veränderungen, die der Fernsporte herbeigeführt hat, ersetzen das visuelle Erlebnis des Stadionsports durch ein anderes visuelles Erlebnis (mit anderen Gesetzen des Raums, der Zeit und der Schwerkraft). Es ist möglich, dass die Konstruktion eines solchen anderen, utopischen Erlebens und der Typus Welt, der durch Zeitlupe und Te-

leobjektiv erzeugt wird, mit dem Imaginären des Sports kongruent sind – wenn sie nicht ohnehin seinen stärksten Ausdruck bilden. Sollte das stimmen, hat das Fernsehen den Sport nicht zerstört. Vielmehr hat es den «willentlichen Halluzinationen» (Stone 1971, 54), die der Sport provoziert, eine visuelle Form gegeben, indem es Phantome des Begehrens aus dem Material formt, das einst nur aus subjektiven und mentalen Bildern bestand.

Jede der beiden wichtigsten Techniken, die die Transformation vom Stadion- zum Fernsehereignis gewährleisten, die extreme Teleaufnahme und die Zeitlupe, trägt mit ihren Besonderheiten zum Aufbau einer eigenständigen Szenerie bei, einer Fantasie, die viel mit dem Übergang zur Männlichkeit zu tun hat, einer Zeit ambivalenter sexueller Identität. Die Konstruktion eines männlichen Bildes der Kraft und der Schönheit spielt in dieser Übergangsphase eine bedeutende Rolle. Laura Mulveys Analyse des Kontrasts zwischen dem Narrativen und dem Spektakel stellt im Folgenden den theoretischen Rahmen bereit, innerhalb dessen ich untersuche, wie ein Bild des Mannes für den *männlichen* Blick erzeugt wird. Später wird dann auch die Frage nach dem weiblichen Blick auf dieses Bild zu stellen sein.

Mulveys Aufsatz beschäftigt sich mit der geschlechtlichen Differenz zwischen dem Sehen und dem Angesehenwerden im Film. Sie zeigt, dass die männliche Filmfigur einen dreidimensionalen Raum bewohnt und den Akteur darstellt, der die Narration vorantreibt. Der männliche Protagonist ist innerhalb der erzählten Welt zugleich der Träger des Blicks auf das weibliche Bild. Indem er die narzisstische Identifikation des männlichen Filmbetrachters anzieht, fungiert er obendrein als Relaisstation des herrschaftlichen Blicks auf die weibliche Figur. Diese ist ausschließlich dazu da, um bestraft oder entmystifiziert zu werden – das Objekt eines erotischen Blicks mit sadistischen Anteilen. Ist sie allein auf der Leinwand zu sehen, erscheint die Frau wiederum als reines Spektakel, als Ikone, die eine eigene zweidimensionale Welt bewohnt. Nun ist sie das Objekt eines direkten Blicks der Kamera und somit des Kinobesuchers. Folgt man Mulvey, gefährdet das Bild der Frau als Möglichkeit eines unbeherrschbaren «Anderen» in jedem Fall die Narration und die männliche Identität. In keinem Fall blicken Frauen zurück (es sei denn, sie wollen die Männer kastrieren).

Überträgt man diese Überlegungen auf das Bild des männlichen Körpers im Fernsehfootball, dann lässt sich erkennen, dass das Feld des Sichtbaren auch hier ganz zum Spektakel geworden ist. Vor allem während der Wiederholungen bricht jegliche Narration ab. Der Raum ist flach, und kaum individualisierte männliche Körper werden von

der Kadrierung zerteilt und neu gruppiert, wobei sie allmählich zu Figuren einer zweidimensionalen Welt werden. Darüber hinaus erscheinen diese männlichen Ikonen als direkte Objekte des Kamerablicks und damit des Blicks der Fernsehzuschauer – auch das kennzeichnet das Spektakuläre der Szenerie. Anders als die weiblichen Figuren in Mulveys Aufsatz jedoch, die allein und eingefroren sind, sind die vielfältigen und manchmal zerstückelten männlichen Körper stets in Bewegung. Was hat es mit der Langsamkeit dieser Bewegungen auf sich?

Der Einsatz der Zeitlupe hängt auf verschiedene Weise mit der menschlichen Psyche zusammen (was im Übrigen nicht minder für den Zeitraffer gilt). Erstens ist die Zeitlupe die objektive Realisierung einer subjektiven Erfahrung im Hochleistungssport. Bei Motorrennen gilt beispielsweise die Gleichung «langsam = schnell» und

[...] was den großen Fahrer vom mittelpächtigen Fahrer unterscheidet, ist unter anderem die Fähigkeit, Zeit in einer Weise zu verlangsamen, die Normalsterbliche nur im Traum oder Drogenrausch erleben, die Zeit zu entschleunigen, indem die Wahrnehmung beschleunigt wird. (Purdy 1981, 94)¹⁸

Der Rennfahrer Jackie Stewart schreibt: «Man muss die mentale Fähigkeit haben, die Dinge zu verlangsamen. [...] Es ist ganz ähnlich wie in einem Film, bei dem man die Abspielgeschwindigkeit sichtbar reduziert» (ibid.).¹⁹

Zweitens erscheinen die Personen in der Zeitlupe so maschinenhaft, als würden sie durch irgendeinen übernatürlichen Akteur angetrieben und nicht durch menschliche Willenskraft und Technik. Sie verfügen über die absichtliche Langsamkeit perfekter Maschinen, Automaten und Roboter, die den menschlichen Körper imitieren und ersetzen. Diese alte kulturelle Phantasie vom Körper als perfekter Maschine spielt im Sport eine zentrale Rolle. Schließlich besteht das Ziel des Sports darin, sofortige automatische Reaktionen durch ein Mus-

18 Der *quarterback* der San Francisco 49ers, John Brodie, berichtet von ähnlichen Erfahrungen auf dem Footballfeld: «Von Zeit zu Zeit, und seit kurzem immer häufiger, erlebe ich eine Klarheit, die ich noch nirgendwo angemessen beschrieben gefunden habe. Beispielsweise habe ich manchmal alle Zeit der Welt, die Fänger ihre üblichen Wege laufen zu sehen, wo doch die gegnerische Defensive mit der gleichen Geschwindigkeit wie sonst auch auf mich zu rennt. [...] Das alles wirkt auf mich wie ein Tanz in Zeitlupe» (zit. nach Yagoda 1982, 34).

19 Man beachte, dass der Autor Purdy und der Rennfahrer Jackie Stewart zwei unterschiedliche Effekte der Zeitlupe beschreiben: das schnellere Aufzeichnen einerseits, das langsamere Abspielen andererseits.

kelgedächtnis zu erzeugen, Handlungen auszuführen, die «nicht durch die Aktionen des Ich gehemmt sind» (Stone 1973, 48), sondern in einer «harmonischen Einheit des Seins» (Fraleigh 1973, 117) in die Instinktivität der Natur einfließen und dabei die Freiheit von Intellekt und bewusster Willenssteuerung genießen. Nicht nur die Athleten, auch die Zuschauer des sportlichen Rituals haben an diesem «Fluss» Anteil,

einem Zustand, in dem aus einer inneren Logik, die kein Eingreifen unsererseits erfordert, Handlung auf Handlung folgt. Wir erleben dies als ein einheitliches Fließen von einem Moment zum nächsten, wobei wir uns völlig Herr der Lage fühlen und kaum eine Differenz zwischen unserem Selbst und der Umwelt, zwischen Reiz und Reaktion, zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft wahrnehmen. (Turner 1977, 47)²⁰

Dass dieser Fluss als langsam und anmutig wahrgenommen wird, lässt sich möglicherweise durch den Hinweis auf einen Aufsatz aus dem frühen 19. Jahrhundert, Heinrich von Kleists «Über das Marionettentheater», verstehen (Kleist 1987).²¹ Für Kleist ist die Marionette die perfekte Maschine und voller Anmut, weil sie kein Ich hat, sondern in ihrer Mitte von einer göttlichen Hand geführt wird. Von dieser Hand aus fließt Bewegung in die dünnen Glieder, die in langsamen Bogen zu schwingen beginnen. Kleists Ansicht zufolge sind Schwerfälligkeit und Selbstbewusstsein das Los des Menschen – denn Anmut könne nur entweder durch ein Fehlen des Bewusstseins oder durch absolutes Wissen entstehen. Sport wäre dann ein ritueller Raum, in dem der Mensch seine Getrenntheit von der Natur, Gott, anderen Menschen und seinem eigenen Körper überwinden und Anmut gewinnen kann – all dies wird durch die Zeitlupe erst so richtig deutlich.

20 Dieses Konzept hat Turner vom Kulturtheoretiker Mihaly Csikszentmihaly übernommen.

21 Eine exzellente Analyse dieser Faszination aus dem 20. Jahrhundert ist Jean Baudrillards *Der symbolische Tausch und der Tod* (Baudrillard 1982). Die Beziehung zwischen der Zeitlupe und dem Tod und die Idee von der Arbeit als einem «langsamem Tod» ergänzt die psychische Signifikanz der Zeitlupe um ein weiteres Moment psychologischer Regression: die Todessehnsucht. Baudrillard beschreibt noch einen anderen langsamen Tanz, den Striptease (ibid., 167–172), und behauptet, dass dieser der einzige im 20. Jahrhundert neu erfundene Tanz sei. Vielleicht können wir hier den männlichen Tanz des Sports in Zeitlupe hinzufügen. Seinen großartigsten Ausdruck im Film hat dieser Tanz in der Eröffnungssequenz von *RAGING BULL*, seinen ultimativen Einsatz in *CHARIOTS OF FIRE* – aber er eignet sich auch regelmäßig im Fernsehen, und zwar nicht nur im Endzonentanz, sondern in jeder einzelnen Zeitlupenwiederholung.

Aber die Momente im Sport, in denen der Athlet die Einheit mit seinem Körper und seinen Intentionen spürt, sind nicht nur Anmut im Sinne von «Leichtigkeit und Vornehmheit der Bewegungen». Sie lassen sich ebenso als Beispiele für eine spirituelle Anmut begreifen, für «den göttlichen Einfluss, der den Menschen regeneriert und reinigt, ihn zur Rechtschaffenheit inspiriert und ihm die Kraft vermittelt, im Wettbewerb zu bestehen und der Versuchung zu widerstehen» – Worte aus dem *Oxford English Dictionary*, die unwissentlich zentrale Aspekte der Sportideologie kennzeichnen.

Die Zeitlupe realisiert demnach die Fantasie vom Körper als einer perfekten Maschine, die von einer Aura des Göttlichen umgeben ist. Darüber hinaus stattet sie die Körper auf dem Bildschirm mit einer Furcht einflößenden Statur und Kraft aus. Wo anders sind die Prototypen dieser kaum individualisierten Riesen mit göttlichen Kräften zu finden als in den Augen von Kindern, die auf die Welt der Erwachsenen blicken?

Das Fernsehbild des Sports erneuert Erfahrungen aus der frühen Kindheit, in der das männliche Kind zum Teil seine Geschlechtlichkeit noch nicht spürt, während es zum anderen Teil bereits eine heterosexuelle Position einnimmt, indem es sich mit allem Männlichen identifiziert. Dass der Sport noch vor jeder Verarbeitung im Fernsehen viel mit den Übergangsriten ins Erwachsenenalter zu tun hat, wird schon seit langem vermutet. So erklärt etwa der Folklorist Alan Dundes in einem umstrittenen Aufsatz, dass American Football eine männliche Aktivität sei, die «zum Spektrum männlicher Rituale in der ganzen Welt zählt, durch die Maskulinität definiert und bestätigt werden» (Dundes 1980, 210). Er betont, dass «Männer im Sport und im Ritual sowohl männliche als auch weibliche Rollen spielen», und schließt, nachdem er vorsichtig die homosexuellen Konnotationen der Sprache (*tiefes Eindringen, Endzone* etc.), Posituren und Körperkontakte im Football herausgearbeitet hat, mit der Einsicht, dass «American Football ein adoleszentes männliches Ritual darstellt, bei dem der Gewinner häufiger in die «Endzone» des Verlierers eindringt als umgekehrt» (ibid.). Da Dundes' Artikel ausschließlich die homosexuellen Konnotationen des sportlichen Rituals betont, wird er der Ambivalenz nicht gerecht, die die sexuelle Orientierung in der liminalen Phase prägt und die sich darin äußert, dass das Kind das Objekt seines Begehrens liebt und sich zugleich mit ihm identifiziert. Diese Ambivalenz der sexuellen Orientierung wird in den beiden unterschiedlichen Blicktypen reinszeniert, die durch die sofortige Wiederholung eines Spielzugs im Fernsehen provoziert werden.

Denn die von der Zeitlupe erzeugte männliche Ikone ist das Objekt zweier ineinander verflochtener Blicke; der Kommentar des An-sagers artikuliert die Oszillation zwischen beiden. Der erste ist der wissenschaftlich-forschende Blick des Willens zum Wissen, ein hermeneutischer Vorgang, der den Wettbewerbscharakter unterstreicht, selbst wenn die Narration längst angehalten wurde. Dieser wissenschaftliche Blick ist, folgt man Freuds Theorie, die Sublimation des Blicks, der die geschlechtliche Differenz entdeckt. Wird er auf das Bild des Mannes gerichtet, erscheint er letztlich als skopophil und homoerotisch. Paradoxerweise ist dagegen der sich spiegelnde Blick frei von unangenehmer Homoerotik: Hier handelt es sich um den narzisstischen und identifikatorischen Blick auf das Spiegelbild – vor jeder Wahrnehmung geschlechtlicher Differenz. (Im Übrigen gibt es zwei weitere Spiegeleffekte im Footballspiel selbst: die Opposition von Mannschaften, die einander mit Aggression begegnen, und die offene Emotionalität lassen sich zu den globalen Formen des Spekularen zählen).

Die eingespielten Wiederholungen enthüllen einen weiteren psychischen Mechanismus: den Zusammenhang von Wiederholung und Begehren. Die zwei- oder dreifache Wiedergabe eines einzigen narrativen Abschnitts stellt ein Mikrobeispiel für die zyklische Wiederholungsstruktur dar, die die Natur des gesamten Sports prägt – von der saisonalen Wiederkehr des Footballs bis zum Ritual des Sportartenwechsels (d.h. von Football, Basketball, Baseball) von Jahreszeit zu Jahreszeit. Die Wissenschaftlichkeit des Sports, seine Wertschätzung von Rekord und Fortschritt, verleiht ihm eine Geschichte, und gleichzeitig stellt sie die Mittel zur Verleugnung der Tatsache bereit, dass es im Sport auch um etwas ganz anderes geht: um die konstante Rekonstruktion und Zurschaustellung des männlichen Bildes als ein Objekt des Begehrens. Dass kein Mann jemals das phantasmatische Bild besitzen oder sich selbst in es verwandeln kann, gehört zu diesem Bedürfnis nach Wiederholung bestimmter Spielabschnitte, in der die Identifikation mit und die Liebe zu dem phantasmatischen Bild einander durchdringen.

In welchem Verhältnis steht der weibliche Blick zu diesem Phantasma männlicher Perfektion? Im gegenwärtigen Zuschauersport ist die Frau eine Außenseiterin, gehört sie gleichsam einer dritten Partei an. Die typischste Beziehung von Frauen zum Sport besteht zwar im völligen Desinteresse – aber Frauen sind im innersten Heiligtum des Sports auch nicht willkommen.²² Der weibliche Blick ist der eines Außen-

22 Michael Oriard beschreibt seine Erfahrungen mit der Exklusion von Frauen, selbst

seiters und wirkt – ob er nun erotisch aufgeladen oder wissenschaftlich motiviert ist – tendenziell immer bedrohlich oder herabsetzend. So haben sich im Football verschiedene Strategien herausgebildet, um den weiblichen Blick abzuwehren: Zum Beispiel haben Frauen als Zuschauerinnen kaum institutionalisierte Zugangsmöglichkeiten, um etwas über den Sport zu lernen, und wissen darum häufig nicht recht, was sich auf dem Feld zuträgt. Frauen können auch als Zeichen der Potenz des Mannes, den sie begleiten, fungieren; als Cheerleader laden sie eher zum Blick ein, als dass sie selbst über ihn verfügen.

Hat sich aber seit dem Aufkommen des Sportsports die geschlechtliche Verteilung des Sehens verändert? Die Privatheit des Fernsehguckens, die Zunahme des Spektakels und die Schönheit des Spiels laden einen weiblichen Blick durchaus ein. Dieser ist nicht notgedrungen mit dem Wettbewerbscharakter vertraut, sondern wird eher von kaleidoskopartigen Vergnügungen und der Erotisierung des männlichen Körpers angezogen. Heißt das aber, dass der weibliche Blick nicht länger als herabsetzend und kastrierend empfunden wird? In anderen kulturellen Bereichen (wie der Mode oder der Politik) lässt sich eine wachsende Toleranz der zur Schau gestellten Männlichkeit für den weiblichen Blick erkennen – als Teil einer immer dominanter werdenden Warenkultur, in der Bilder als Währung auftreten. Selbst die heiligen Heroen des Sports haben begonnen, in solchen Medien wie dem *Playgirl*, dem selbsternannten Vorreiter der weiblichen sexuellen Befreiung, aufzutreten. Aber die Titelseite vom Dezember 1981 («Ein sexy Footballspieler! Ein nackter Star! Jetzt wird er noch häufiger angespielt und angemacht!») und die Fotos in der Zeitschrift legen ein deutliches Zeugnis für eine bestimmte Gefahr ab: für das Anwachsen männlicher Bilder im gleichen Ausmaß wie das weiblicher Bilder, die letztlich Handelsartikel darstellen, die nur als Mittel zur Befreiung *ausgegeben* werden. Man könnte vermuten, dass die Aktiven der Zuschauersportarten auch deshalb sichere Objekte von Blicken – seien sie nun männlich oder weiblich – sind, weil sie als Stellvertreter der Macht auftreten. Footballspieler kommen häufig aus sozioökono-

Ehefrauen, aus dem Diskurs der Footballspieler: «Die geschlechtliche Dimension des Football ist ein komplexes Thema, das in ein paar Sätzen nicht angemessen abgehandelt werden kann. Aber so viel lässt sich sagen, dass der Druck auf den Spieler, seinem öffentlichen Image als Männlichkeitsideal gerecht zu werden, und das Verlangen, die männliche Natur seiner Erfahrungen von weiblichen Kontaminationen freizuhalten, zum Ausschluss der Frau vom inneren Heiligtum führt» (Oriard 1981, 30f.). Vereinzelte weibliche Sportreporter sind gleichwohl in den männlichen Umkleeraum und in den Diskurs über den Sport vorgedrungen (vgl. Gross 1981).

misch schwachen Verhältnissen und entstammen ethnischen Minderheiten; der Sport wird dementsprechend als Ort für die Aufstrebenden und «Hungrigen» verstanden. Während die Spieler aber innerhalb der Spielfiktion Macht verkörpern, verfügen sie in Wirklichkeit nicht so sehr über Macht als vielmehr lediglich über den Warenwert ihrer Körper und Körperbilder. Die wirkliche soziale und ökonomische Macht ist anderswo zu verorten, unsichtbar.

Vielleicht ist es interessant, die Idee vom männlichen Bild als Ware mit dem Konzept des männlichen Körpers und seinem Verhältnis zur Macht in einer anderen Kultur und Zeit zu vergleichen. Das griechische Ideal des *kalogagathon*, des Guten und Schönen, verknüpfte männliche Schönheit mit der Ausübung von Macht im öffentlichen Raum. Schönheit war also nicht nur ein Zeichen von Anmut, sondern auch eine politische und soziale Kraft. Wenn sich im Sport heute ein Imaginäres zur Geltung bringt, das die Nähe von Männlichkeit und bürgerschaftlicher Loyalität, die durch die Arbeitsteilung in Gefahr geraten ist, bestärkt, dann ist Sport eher ein Zeichen oder ein Substitut der Macht als die Macht selbst. Allerdings tendieren die Verleugnungsmechanismen im Sport dazu, diese Differenz zu verwischen.

Bezogen auf die Analyse und Kritik des sportlichen Imaginären hat der Außenseiterstatus des weiblichen Blicks einen Vorteil: Er hat nicht an denselben Spiegelreflexionen teil, die den männlichen Blick ausmachen. Deshalb hat er vermutlich einen besseren Zugang zum Bereich des Symbolischen und weniger Anlass zur Verleugnung. Aber eine genaue Analyse der Beziehung zwischen dem weiblichen Blick und dem Phantasma männlicher Perfektion, gar nicht zu sprechen vom Regime der Blicke im Frauensport, muss anderen Untersuchungen vorbehalten bleiben.

Das amerikanische Fernsehen hat eine Anzahl von faszinierenden Darstellungstechniken und -mitteln hervorgebracht. Wenn Sportlerkörper die Waren des Sports sind, dann ist der *Blick* auf das bewegte männliche Körperbild das, was das Fernsehen dem Zuschauer anzubieten hat. Und weil das Bild männlicher Macht und Perfektion die Ware ist, auf der das Fernsehen das Verhältnis von Sponsor und Betrachter gründet, besteht das Interesse des Mediums eindeutig darin, die Spektakelanteile zu maximieren und gleichzeitig Mechanismen zur Verleugnung dieser Maximierung zu entwickeln, die Heiligkeit des Sports aufrechtzuerhalten. Der Fernsehsport funktioniert zwar in einer hochgradigen Weise als soziales Imaginäres und Ort der Identifikation, der von der Welt der Produktion und Arbeitsteilung geschieden ist. Das kritische Potential eines solchen utopischen Bereichs wurde

im Laufe der Zeit aber minimiert. Welche Funktion erfüllt dieses Imaginäre, wenn es in das Programm des Mediums Fernsehen eingespeist wird? Hat sich die soziokulturelle Funktion des Sports verändert, seit er ein Genre des Fernsehens geworden ist?

Der flow und der Sport als Fernsehgenre

Das Fernsehen interessiert sich vor allem dafür, durch Programmgestaltung Zuschauer für Werbebotschaften zu erhalten.

(David L. Altheide / Robert P. Snow 1978, 190)

Im Wesentlichen wird die Liste der Sponsoren [von Sportprogrammen] durch Firmen bestückt, die Autos, Autoteile und andere Benzin verbrauchende Produkte vertreiben, durch Kleidungs- und Kosmetikhersteller, Brauereien, Reiseunternehmen sowie Versicherungen und Banken. Die meisten dieser Unternehmen sind oligopolistisch, und in jedem einzelnen Fall ist der Sponsor ein Marktführer.

(Ira Horowitz 1978, 423f.)

Das Konzept des *flow*, das das psychische Erlebnis euphorischer Einheit in einem Ritual bezeichnet und damit sowohl Aktive als auch Zuschauer des Sports einbezieht, hat seit Raymond Williams' *Television: Technology and Cultural Form* eine neue Bedeutung angenommen. Nun bezieht es sich auf die Programmsequenz eines Sendetages oder genauer: auf die Sequenz des audiovisuellen Materials, die dem Betrachter angeboten wird und die neben dem Programm auch Werbung, Vorschauen etc. mit einschließt. Williams fasst *flow* weiter, nämlich als den «Fluss der Bedeutungen und Werte in einer spezifischen Kultur» (Williams 1975, 118). Fernsehsport ist dann keine diskrete Einheit, sondern stellt sich als zeitliches Segment im *flow* der Sendewoche dar (am Wochenende und als MONDAY NIGHT FOOTBALL); außerdem erscheint es auf dem Bildschirm im nicht gekennzeichneten Wechsel mit Werbung und Trailern für andere Sendungen. Zwar mag sich der Zuschauer über die Differenz zwischen Sportberichterstattung und Werbung wohl bewusst sein. Auf einer zweiten Ebene zeigt der Zusammenhang zwischen den fortlaufenden wechselnden Bildern

aber einen Fluss von Werten über sie hinweg an. Auffällig ist auch, dass Werbefilme auf starke visuelle Kontraste verzichten und wie der Sport Beispiele für die Vertreibung des Renaissanceriums aus dem Fernsehen sind, dass sie keinerlei Anspruch auf «Realismus» erheben. Werbung gefährdet nicht den «Live»-Effekt des Sports, indem sie eine realistische Gegenwelt anbietet – vielmehr verstärkt sie die Atmosphäre der Andersweltlichkeit.

Wenn wir uns die Position des Sportprogramms im Wochenfluss ansehen, lässt sich schnell erkennen, dass der Sport ganz auf ein männliches Freizeitpublikum ausgerichtet wird (denn das Wochenende impliziert selbst für arbeitende Frauen nicht unbedingt Freizeit). Ebenso wird deutlich, dass Sportübertragungen im Vergleich zu anderen Fernsehformaten, die immer in das Prokrustesbett des Anderthalbstundenrasters passen müssen, eine privilegierte Position einnehmen. Im Sport entspricht die Übertragungszeit immer der Spielzeit – mindestens seit der Wut über den legendären «Heidi-Skandal», bei dem die letzten Momente eines spannenden Spiels zugunsten einer Kindersendung weggeschaltet wurden (Johnson 1970).²³ So teilt der Sport einige Privilegien und seine Authentizität mit großen Nachrichtensendungen. Außerdem spielt Sport in den Nachrichten selbst eine zentrale Rolle, direkt nach den politischen Berichten und vor dem Wetter. Die Position des Sports im Fernsehen hebt ihn über Genres, die sich auf reine Unterhaltung spezialisiert haben. Die sportliche Aura der Wissenschaftlichkeit, sein Nachrichtenwert und sein scheinbarer Realismus schützen diesen außergewöhnlichen Status.

Zweifelloos ist der Sport nicht nur ein Stadionereignis und eine soziale Institution, sondern auch ein Fernsehgenre. In der Beziehung von Sport und Fernsehen ist das Fernsehen allerdings der stärkere Partner. Man könnte eine lange Liste von Punkten aufstellen, hinsichtlich derer die kommerziellen Interessen des Mediums in die Institution des Sports eingegriffen haben. Dies betrifft «Finanzierung, Regeländerungen, Spielansetzungen und Unterhaltungsfunktionen, der Aufstieg der Sportreporter, Spielereinkommen und das Image der Ligen» (Altheide/Snow 1978, 192). Auf der Grundlage kommerzieller Kriterien wie der Kompatibilität mit Werbung und Vermarktung entscheidet das Fernsehen sogar über die Zukunft des Sports. Altheide und Snow kommen zu dem Schluss, dass «die Logik der Medien so weit in Institutionen wie den Sport und die Politik eingedrungen ist, dass

²³ Johnsons Beitrag ist Teil einer sehr informativen Geschichte des Fernsports in vier Teilen, die mit der *Sports Illustrated*-Ausgabe vom 22. Dezember 1969 beginnt.

die Form und Logik dieser Institutionen heute völlig vom Medium abhängen» (ibid., 204).

Während diese institutionellen Veränderungen für all diejenigen entscheidend sein mögen, die die Kommerzialisierung des Sports beklagen, konnte meine Analyse zeigen, dass das Fernsehen die formalen und psychischen Qualitäten, die dem Sport als einem kulturellen Modell zukommen, nicht zerstört, sondern ausbaut. Das Fernsehen verstärkt die Relevanz des Sports als eines sozialen Imaginären, das bürgerliche Identitäten aller Größen (Stadt, Region, Nation) ebenso wie männliche Identität repräsentiert. Aus dieser Sicht geht es nicht um die Unberührtheit des Sports an sich, sondern um die kulturelle Funktion des Fernsehsports.

Kommen wir zurück zum Konzept des *flow*, nun aber auf der Mikroebene des Sportsegments: Hier erzeugt die stetige Abwechslung von Spiel bzw. Wiederholung und Werbung – einer anderen Art des Schauspiels – eine signifikante Erweiterung des Sports. Zudem bewirkt die Rechtskartellbildung – das «Monopolrecht, das «eine Spiel der Stadt» in jede Fernsehgemeinschaft zu übertragen» (Horowitz 1978, 415) – in quantitativer Hinsicht, dass die Zuschauer nicht mit beliebigen Sportbildern in Kontakt kommen, sondern stets mit einer bestimmten Kombination von Sport- und Warenbildern. Das Rechtskartell erzeugt nicht nur «ein ungeteiltes Sportpublikum für die Botchaften der Sponsorenwerbung» (ibid.), sondern es zentralisiert und vereinheitlicht zugleich das mächtige soziale Imaginäre bürgerlicher männlicher Identität und begrenzt das Objekt des Sportdiskurses. Im Gegenzug verbindet sich das einheitliche und mächtige soziale Imaginäre der bürgerlichen und männlichen Identität mit bestimmten Waren – durch das gleichzeitige Auftreten mit der Werbung bestimmter kommerzieller Sponsoren.

Horowitz kritisiert aus einer streng ökonomischen Sicht das Rechtskartell auf dem freien Markt, da nur einige große Unternehmen Zugang zu den Werbenischen hätten, so dass im Ergebnis die Oligopole auf dem Markt immer stärker würden. Zugleich hat dies aber auch Konsequenzen für die kulturelle Funktion des Sports. Durch den Fluss der Bilder im Fernsehen wird die Aneignung einer geschlechtlichen und bürgerlichen Identität mit der Aneignung einer sehr begrenzten Zahl und eines bestimmten Typs von Produkten kurzgeschlossen. Das männliche Bild selbst gerät zu einer Ware, die durch eine Folge von Austauschhandlungen zwischen Sport und Werbebild, zwischen Produkten und Konsumenten, erworben werden kann (vgl. Williamson 1978). Gern kann man die Idee bezweifeln, der zufolge der Sport mit

ökonomischen und symbolischen Austauschbeziehungen zusammenhängt und Identitäten konsumierbar geworden sind. Aber im Kontext einer Marktwirtschaft und Konsumentengesellschaft ist ein solcher Zweifel entschieden utopisch. Hat man einmal die basalen Voraussetzungen des Konsumismus akzeptiert, warum sollten dann nicht bestimmte Produkte als Zeichen innerhalb von Ritualen funktionieren, die männliche Identität konstruieren und aufrechterhalten?

Abschließend muss ein weiterer Punkt berücksichtigt werden, der den Konsumsport heute definiert: Er betrifft die Art und die Qualität der Konstruktion von Männlichkeit selbst. So sind nicht nur die Formen und die Anzahl der Produkte, die mit dem Sport durch Werbung verbunden werden, begrenzt (obwohl sie dem Zuschauer als Repräsentationen des gesamten Sports vermittelt werden); ebenso sind die Waren umgekehrt mit einer begrenzten und stereotypen Sicht auf Männlichkeit ausgestattet. Aus meiner Sicht verarmt das Fernsehen die kulturell geteilte Vorstellung davon, was es bedeutet, ein Mann zu sein. Gleichzeitig hat es den Sport für Millionen Amerikaner zum vorrangigen Mittel ästhetischer und emotionaler Erfüllung gemacht, und es hat ein Bild vom männlichen Körper in Bewegung als schön, anmutig und stark geformt. Dieses Bild könnte als Ziel und Kritik der aktuellen Situation funktionieren, die von der Machtlosigkeit der Fernsehzuschauer geprägt ist; allerdings nehme ich eher an, dass es als Ersatz und Kompensation für Erfolglosigkeit und Glücklosigkeit in der Arbeitswelt dient. Die Ausweitung des sportlichen Imaginären durch das Fernsehen hat einen Verleugnungsakt mit sich gebracht, der weitreichendere kulturelle Konsequenzen hat, als das Alibi der Wissenschaftlichkeit: Die Identifikation mit einem Team und mit dem männlichen Bild von Schönheit und Kraft kann nur dadurch hergestellt werden, dass der Zuschauer die Distanz zwischen dem Bildschirm und dem Fernsehsessel sowie die unüberbrückbare Differenz zwischen sich selbst und dem phantasmatischen Bild der männlichen Perfektion in Zeitlupe ausblendet.

Aus dem Englischen von Kai Marcel Sicks

Literatur

- Altheide, David L. / Snow, Robert P. (1978) Sports versus the Mass Media. In: *Urban Life* 7,2, S. 189-204.
- Barthes, Roland (1989) Die Welt, in der man catcht. In: *Sport – Eros – Tod*. Hrsg. v. Gerd Hortleder & Gunter Gebauer. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 37-47.
- Barthes, Roland (2001) *S/Z*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Baudrillard, Jean (1982) *Der symbolische Tausch und der Tod*. München: Matthes und Seitz.
- Canetti, Elias (2003) *Masse und Macht* [1960]. 29. Auflage. Frankfurt/M.: Fischer.
- Chandler, Joan M. (1977) TV and Sports: Wedded With a Golden Hoop. In: *Psychology Today* 10,11, S. 64-76.
- Dundes, Alan (1980) Into the End Zone for a Touchdown: A Psychoanalytic Consideration of American Football. In: *Interpreting Folklore*. Bloomington, In: Indiana University Press.
- Elias, Norbert (1975) Die Genese des Sports als soziologisches Problem. In: *Texte zur Soziologie des Sports*. Hrsg. von Kurt Hammerich & Klaus Heine-mann. Schorndorf: Hofmann, S. 81-109.
- Frleigh, Warren (1973) The Moving «I». In: *The Philosophy of Sport: A Collection of Original Essays*. Hrsg. v. Robert G. Osterhoudt. Springfield, IL: Thomas, S. 108-129.
- Furlong, William Barry (1980) Football Violence. In: *The New York Times Magazine* vom 30. November, S. 38-41, 122-134.
- Furst, R. Terry (1971) Social Change and the Commercialization of Professional Sports. In: *International Review of Sports Sociology* 6, S. 156ff.
- Gross, Jane (1981) A Woman Reporter in Yankee Country. In: *The New York Times Magazine* vom 25. Oktober, S. 32-46 und 116-121.
- Guttman, Allen (1979) *Vom Ritual zum Rekord. Das Wesen des modernen Sports*. Schorndorf: Hofmann.
- Heilman, Robert B. (1981) Football: An Addict's Memoirs and Observations. In: *Journal of American Culture* 4,3.
- Horowitz, Ira (1978) Market Entrenchment and the Sports Broadcasting Act. In: *American Behavioral Scientist* 21,3, S. 415-430.
- Johnson, William (1970) Towering Babble and (SOB) Heidi. In: *Sports Illustrated* vom 19. Januar, S. 24-31.
- Johnson, William (1979) How Many Messages for This Medium? In: *Sports Illustrated* vom 19. Februar.
- Kleist, Heinrich von (1987) Über das Marionettentheater [1801]. In: *Sämtliche Werke und Briefe*. Bd. 2. Hrsg. v. Helmut Sembdner. München: Hanser, S. 338-346.

- Lee, Barrett A. / Zeiss, Carol A. (1980) Behavioral Commitment to the Role of Sport Consumer: An Explanatory Analysis. In: *Sociology and Social Research* 64,3, S. 405-419.
- Lincoln, Melissa Ludtke (1978) Fancy Figures vs. Plain Facts. In: *Sports Illustrated* vom 31. Juli.
- Masterman, Len (1979) Football on Television. In: *Television Studies: Four Approaches*. (British Film Institute Education Service Advisory Document), S. 3-13.
- Mulvey, Laura (1994) Visuelle Lust und narratives Kino. In: *Weiblichkeit als Maskerade*. Hrsg. v. Liliane Weissberg. Frankfurt/M.: Fischer, S. 48-65.
- Oriard, Michael (1981) Professional Football as Cultural Myth. In: *Journal of American Culture* 4,3, S. 27-41.
- Powers, Ron (1982) The Real Super Bowl War. In: *TV Week* vom 24.-30. Januar.
- Purdy, S.B. (1981) Of Time, Motion and Motor Racing. In: *Journal of American Culture* 4,3, S. 94.
- Sage, George H. (1979) Sport and the Social Sciences. In: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 445,9, S. 3.
- Stone, Gregory P. (1971) American Sports: Play and Display. In: *The Sociology of Sports: A Selection of Readings*. Hrsg. v. Eric Dunning. London: Frank Cass and Co., S. 47-59.
- Stone, Roselyn E. (1973) Assumptions About the Nature of Human Movement. In: *The Philosophy of Sport: A Collection of Original Essays*. Hrsg. v. Robert G. Osterhoudt. Springfield, IL: Thomas.
- Turner, Victor (1977) Frame, Flow and Reflection: Ritual and Drama as Public Liminality. In: *Performance in Postmoderne Culture*. Hrsg. v. Michel Benamou & Charles Caramello. Madison, WI: Coda, S. 33-55.
- Williams, Brien R. (1978) The Tube's Eye View of Football: Network Coverage Imposes Its Own Ideology. In: *Human Behavior* 7,3.
- Williams, Raymond (1970) There's Always the Sport. In: *The Listener* vom 16. April.
- Williams, Raymond (1975) *Television: Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books.
- Williamson, Judith (1978) *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars.
- Yagoda, Ben (1982) Getting Psyched. In: *Esquire* vom April.
- Young, J.R. (1980) Producing with 1». In: *Video Systems* vom Oktober, S. 16-21.

Frankfurter
Rundschau vom
23.6.2006

Frankfurter
Rundschau vom
19.6.2006



Gefürhtes Raubtier: Der Argentinier Fabricio Coloccini brennt den Niederländer Dirk Kuyt.

Eidgenossen Traum vom eigenen Paninibild

ist ein braver Bürger mit ganz blederen Wünschen, er ist aber auch Kapitän der Schweizer Nationalelf, ihr Kopf und ihr Herz

STUTTGART

piens, dass Johann Vogel liegen würde. Der Kapitalismenmannschaft flüchtverlängerung so selbster Fußball-Welt sagen zier-Tagebuch zu fühl-lühliche-fachen dör-liche die Spielerfrauen arrier in Bad Berrich zu d er sogar die Zeit fand, umen Leber eine Rande chli's in gerande. Vogel in dem Tagebuch durch's Welt Eintrag, dem felferfasse er sich in der zum berehenden Ein-her geubten." Anwen- n des Johann Vogel nicht Wenig Buch. Effektivität an neuen so weit trübsten, wie er

tsch für Anfänger

s
: als Schwy grüner
p unter der Schall-
na gegen Reformen
ten.

in, er gilt als ersthat-
chter und disziplin-
journalisten wies in
rennen innerten der zur
geblügten Gesellschaft
Dabei lüchelt Vogel blä-
stern. Das findet er nicht
mit schen in jungen Jah-
mal eine große Familie



Der Schweizer Johann Vogel (rechts) wird hier im Duell gegen Frankreichs Star Zinedine Zidane ausnahmsweise mal ganz deutlich.

12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100

Reine Gefühlsintensitäten

Zur ästhetischen Produktivität der Sportfotografie

Vinzenz Hediger / Markus Stauff

Zumindest von größeren Sportereignissen lassen sich die entscheidenden und besonders spektakulären Szenen schon kurz nach ihrer Beendigung als kleine Videoclips im Internet finden: mit Handy-Kameras produzierte Amateurfilme oder umcodierte Ausschnitte der offiziellen Fernsehübertragung zeigen «entscheidende», besonders schöne oder skurrile Momente von Wettkämpfen. Die Kanäle der Verbreitung mögen sich vervielfältigen – die visuelle Präsentation des Sports hält sich konstant als Thema. Gerade darin liegt auch ein theoretisches Potenzial, lassen sich doch die Funktionen unterschiedlicher Medien, ihr produktives Wechselverhältnis und die Form ihrer (auch ästhetischen) «Arbeitsteilung» anhand des durchgehenden Themas Sport besonders prägnant explizieren. Alle Kanäle beschäftigen sich mit den gleichen Sportarten und denselben Ereignissen, wenn auch unterschiedlich aufbereitet je nach der semiotischen und zeitlichen Struktur ihres Mediums. Entsprechend unterliegt die mediale Inszenierung historischen, medientechnisch wie kulturell bedingten Veränderungen. Sport wird vermittels einer Reihe visueller und narrativer Verfahren zur Darstellung gebracht, die sich in Relation zur jeweiligen medialen Konstellation ausdifferenzieren. So hat etwa die Sportfotografie im Laufe ihrer Geschichte immer wieder neue Funktionen zugewiesen bekommen und ihre ästhetischen Potenziale¹ in unterschiedlicher Weise entfaltet.

1 Unter «ästhetischem Potenzial» verstehen wir hier die Eignung eines Artefakts oder medialen Formats, über den Aspekt der Informationsvergabe hinaus eine Rezeptionshaltung herbeizuführen, die zu Episoden des Erlebens führt, die ihren Ertrag in Reflexion und/oder Formen des Selbstgenusses finden. Gemeint ist also, dass das betreffende Artefakt Gegenstand einer im weiteren Sinne verstandenen ästhetischen Erfahrung sein kann. Wir gehen für die Zwecke dieses Textes unter anderem davon

Wenn überhaupt von einer Spezifik des fotografischen Bildes – im Gegensatz etwa zu malerischen, filmischen und televisuellen Bildern – gesprochen werden kann, dann veranschaulicht gerade die Sportfotografie, dass die spezifischen Potenziale des Mediums, je nach Konstellation und medialem Verbund, ganz unterschiedliche Artikulationen erfahren.

Besonders prägnant zeigt sich dies an der Spannung zwischen Bewegung und Stillstellung, die für nahezu alle fotografische Praxis von großer Bedeutung ist, in der Sportfotografie aber eine besondere Zuspitzung erfährt. Als Indiz für diesen privilegierten Status mag die Tatsache gelten, dass die Reflexion auf die Darstellung bewegter Szenen in Malerei und Fotografie immer wieder die Sportfotografie als markantes Beispiel anführt – so etwa Ernst Gombrich in seiner Auseinandersetzung mit dem «fruchtbaren Moment» (1984, 44) oder Roland Barthes in seiner Diskussion des «ausgefallenen Augenblicks» und der «Pose» (1964, 56).

Im Zentrum einer Ästhetik der Sportfotografie steht demnach zweifellos die Spannung, die aus der Stillstellung von prononcierter Bewegung resultiert. Liegt in dieser Spannung das spezifische ästhetische Potenzial der Sportfotografie, so wird es gegenwärtig in ganz anderer Weise produktiv gemacht als zu deren Anfängen. Kam der Stillstellung der bewegten Körper zunächst eine analytische Funktion zu, die zuvor Unsichtbares sichtbar machte, so ist die Fotografie als ein Medium, das Wissen über das mit bloßem Auge Erfassbare hinaus generiert, von anderen längst überholt worden. Zum besseren Nachvollzug sportlicher Tätigkeiten und Entscheidungen kann sie kaum noch etwas beitragen. Entsprechend stellt sich die Frage, welchen Status die Sportfotografie in ihrem aktuellen Verbund mit anderen Medien besitzt und welchen spezifischen Beitrag sie unter den gegebenen Bedingungen zu einer Ästhetik des Sports, zur Sichtbarkeit von Körpern und Emotionen leistet. Dieser Frage wollen wir im Folgenden nachgehen.

Sehr viel stärker als um 1900 ist der Mediensport mittlerweile von einem Imperativ der Transparenz geprägt. Die Gründe für Leistungsunterschiede, die technische Ausführung einer Sportart, das Zustandekommen eines Ereignisses werden mit hohem technisch-medialem Einsatz augenfällig gemacht. Die einschlägige analytische Aufarbeitung besorgen Wiederholungen in Superzeitlupe, Überblendungen von Videosequenzen, grafische Animationen und statistische Tabellen.

aus, dass sich solche Episoden auch beim Betrachten eines Fotos einstellen können, das beim Lesen der Zeitung begegnet.

Sieht man ab von etablierten Beweisverfahren wie der Zielfotografie (die allerdings schon seit Jahrzehnten mit einem speziellen Videoverfahren erfolgt), dann trägt das fotografische Bild kaum noch zur optimierten Sichtbarmachung des Sports bei. Doch ungeachtet der zunehmenden Konkurrenz durch YouTube etc. findet die Sportfotografie weiter Verbreitung, zumal als Vehikel einer affektiven Besetzung und einer emotionalen Aneignung des Sports durch Fans und Konsumenten.

Dabei ist die Sportfotografie selbst durch eine enorme Vielfalt von Motiven, Bildtypen und Pragmatiken gekennzeichnet: Auf Internetseiten, auf Werbeplakaten, in Magazinen, in Sammelalben, aber auch an den Wänden von Privatwohnungen und Sport-Bars finden sich unzählige Fotos vom Sport, von Sportlerinnen und Sportlern.² Auch und gerade kraft ihrer konkreten Stofflichkeit bleibt die Fotografie das dominante Medium auch für die materielle Aneignung des Sports durch den Fan. Man denke nur an die Autogrammkarte, die man mittlerweile für jeden Spieler einer Fußballmannschaft von der Website des Vereins herunterladen kann (wobei erst der Ausdruck die angesprochene Stofflichkeit erlangt), oder an die berühmten Panini-Sammelbilder: Die Sportfotografie stellt einen bedeutenden Teil dessen dar, was Geoffrey Batchen als «vernacular photography» bezeichnet (Batchen 2001). Ihr Status speist sich aus der Möglichkeit, die Bilder herzuzeigen, zu sammeln, zu sortieren und zu beschriften und sie somit eng in den eigenen Alltag einzuflechten. In diesem Sinne ist die Sportfotografie weniger durch bestimmte Bildtypen als durch ihre Gebrauchsformen geprägt. Mannschaftsfotos, Einzelporträts und Siegerfotos mit Pokalen (Bilder also, die die Spannung zwischen Bewegung und Stillstand vermeiden) dominieren hier gegenüber der Aufnahme von Aktionen.

Die ästhetische Produktivität der Sportfotografie soll im Folgenden vor allem am Beispiel der journalistischen, aktualitätsbezogenen Fotografie diskutiert werden. Journalistische Sportfotografie zielt darauf, sportliches Geschehen – und somit Bewegung – ins Bild zu setzen; sie steht aber immer auch in einem nachgeordneten Verhältnis zum dominanten Sportmedium Fernsehen: Die journalistische Sportfotografie bereitet nach, was das Fernsehen mit seinen Mitteln als Gegenstand des Wissens und der affektiven Besetzung präsentiert. Dies gilt es zu bedenken, wenn man die Frage stellt, welche spezifischen Leistungen die

2 Schon 1895 produzierte eine der ersten deutschsprachigen Sportillustrierten, *Sport im Bild*, einen Kalender mit den zwölf besten Fotografien eines Jahrgangs (Walther 2007, 212).

gegenwärtige (journalistische) Sportfotografie kraft ihrer ästhetischen Eigenheiten für die Sichtbarmachung von Sport erbringt.

Bei der Beantwortung dieser Frage lautet unsere Grundannahme, dass die Sportfotografie wegen ihrer doppelten Abhängigkeit sowohl von ihrem Gegenstand als auch von dessen intermedialer Präsenz nie ganz Form wird (im Sinne einer geschlossenen, sich selbst als Gegenstand einer ästhetischen Erfahrung genügenden Form); dass sie aber über eine spezifische Zeitlichkeit verfügt, die sich aus der Spannung von Stillstand und Bewegung respektive stillgestellter Bewegung ergibt und in Bildern schwebender Körper, absurder Grimassen und anderer reiner Intensitäten des körperlichen und emotionalen Erlebens zum Ausdruck kommt. Wir schlagen vor, diese Zeitlichkeit durch eine Bezugnahme auf das altgriechische Tempus des Aorist zu fassen, des Tempus der sich noch ereignenden Vergangenheit. In der intermedialen Artikulation dieser Zeitlichkeit, so die zentrale These, liegt das, was als «ästhetische Produktivität» der Sportfotografie verstanden werden kann.

Wir werden diese ästhetische Produktivität im Folgenden in zwei Schritten umreißen. Zunächst wollen wir die aktuellen Gebrauchsformen aus einem historischen Überblick der Sportfotografie herleiten. Dabei geht es uns insbesondere um den Nachweis, dass sich die Gebrauchsformen in Funktion sich entfaltender Medienverbünde verändern und sich unter den Bedingungen des Fernsehens und des Internets eine neue Arbeitsteilung zwischen der journalistischen Sportfotografie und anderen Bildmedien ergibt. In einem zweiten Schritt wollen wir auf der Grundlage der seriellen Analyse eines umfangreichen Korpus von Pressefotos eine Reihe von Topoi und ästhetischen Figurationen des Sports in der gegenwärtigen Sportfotografie herausarbeiten. Im Schlussteil führen wir diese Figurationen auf die Leitfrage zurück und erläutern vor dem Hintergrund der Analyse insbesondere die Behauptung, derzufolge die Sportfotografie als privilegiertes Medium einer materiellen wie affektiven Aneignung des Sports durch den Fan dient.

Zur Geschichte der fotografischen Stillstellung von Sport

Der Sport und die Fotografie als Massenphänomene treten ungefähr zur gleichen Zeit, in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, in Erscheinung. Ihr Zusammengehen ist zunächst nicht unproblematisch, denn für eine Wiedergabe der Essenz des Sports, der körperlichen

Bewegung, ist die neue Bildtechnik anfangs schlicht zu langsam. In Reaktion auf dieses Problem tritt der Sport in dieser Zeit zunächst in zwei sehr gegensätzlichen Formen in das Feld des Fotografischen. Zum einen findet man posierende, auf Repräsentation zielende Figuren wie Jäger mit Pferd und Hund, Gentleman mit Tennisschläger oder Sieger mit Lorbeerkrantz, die nur über ihre Kleidung und Utensilien als Sporttreibende zu identifizieren sind; auch Mannschaftsfotos entstehen in diesem Kontext (vgl. Egger 2000). Zum anderen taucht der Körper in Bewegung bei der experimentellen Anordnung fotografischer Bewegungsstudien auf, für deren Zwecke die Belichtungszeiten seit den 1870er Jahren immer stärker verkürzt werden konnten. Der Sport trägt hier – wie später auch im Fernsehen – zur Entwicklung, Präsentation und Plausibilität von technischen Innovationen bei.

Die bekanntesten Vertreter dieser Bewegungsfotografie, Eadweard Muybridge, Etienne-Jules Marey, Georges Demeney³ oder Ottomar Anschütz untersuchten in ihren Bewegungsstudien sowohl Rennpferde als auch menschliche Athleten. Dazu wurden die sportlichen Praktiken allerdings in laborähnlich abstrahierende Räume verlegt und damit aus dem Zusammenhang des Wettkampfs gelöst. Die Fotografie machte die sportspezifischen Bewegungsformen nur sichtbar, indem sie diese in distinkte, stillgestellte Formen auflöste, die nicht nur hinsichtlich ihrer Produktion, sondern auch in ihrem Resultat hoch artifiziell sind: Immer wieder stellte man mit Erstaunen fest, wie skurril, ja unschön die Haltungen sind, aus denen sich eine in ihrem Gesamtzusammenhang elegante oder kraftvolle Bewegung ergibt (vgl. Herrmann 1996, 16). Die Skurrilitäten und Überraschungen erhalten dabei aber noch kaum ästhetische Aufmerksamkeit, sie werden weder gesucht noch besonders intensiv reproduziert.⁴ Über einen Wettkampf, seinen Hergang und sein Ergebnis erteilen die Bewegungsstudien keinerlei Auskunft. Der Übergang zwischen Bewegung und stillgestelltem Bild ist von Anfang an problematisch und impliziert einen ästhetischen Einschnitt.

3 Demeney war zunächst Assistent Mareys, unternahm aber bald eigenständige Forschungen und zählte außerdem zu den Mitbegründern der französischen Sportlehrerausbildung.

4 Eher tragen sie gelegentlich zur Denunziation von Sportarten bei. So wird der Fußball von Propagandisten des deutschen Turnens unter Verweis auf seine hässlichen Körperhaltungen abgewertet. Der Fußballkritiker Planck, der 1898 seine berühmte Streitschrift gegen die «Fusslümmelei» publiziert, bemängelt etwa die hässliche «Wölbung des Schnitzbuckels, das tierische Vorstrecken des Kinns» beim Schuss (zit. n. Eggers/Müller 2002, 159). Dies sind Beschreibungen, die eine fotografische Stillstellung schon implizieren.

Der entscheidende Moment

Eine Sportfotografie im engeren Sinne etabliert sich erst, wenn um 1900 auch die auf dem Massenmarkt erhältlichen portablen Kameras durch kürzere Belichtungszeiten Moment- oder Bewegungsbilder möglich machen. Es sind zunächst vor allem Fotoamateure, die (nicht selten zugleich begeisterte Sportamateure) den Sport zum Gegenstand machen und in Auseinandersetzung damit die technischen Optionen der Fotografie erkunden. Über die rein technisch-experimentelle Motivation hinaus entwickelt sich die Zielsetzung, die Eigenheiten des Sports (und der verschiedenen Sportarten) «adäquat» ins Bild zu setzen.

Im Mittelpunkt steht dabei die Herausforderung, die Dynamik der Bewegung im stillgestellten Bild sichtbar zu machen. Durch Bewegungsunschärfe, Verformungen oder Schattenwürfe wird der Bewegung mehr oder weniger indirekt und zeichenhaft «Ausdruck» gegeben (vgl. Schmalriede 2004, 14). In diesem Kontext rückt die Frage nach dem «entscheidenden» oder «geglückten» Moment ins Zentrum. Denn die Kamera fertigt (im Gegensatz zur Serialität der experimentellen Anordnungen, die erst mit dem motorisierten Filmtransport Ende der 1960er auf breiter Basis möglich wird) nur *ein* Bild von einer sich schnell verändernden Situation an. So ist im Moment des Auslösens nur schwer zu bestimmen, was letztlich auf dem Bild zu sehen sein wird. Rudolf Arnheim hat dies als ein generelles Merkmal der Fotografie formuliert:

Es scheint äußerst unwahrscheinlich, daß die einzelne Phase eines fortlaufenden Prozesses den Forderungen entsprechen sollte, die ein guter Photograph an die Komposition und symbolische Bedeutung eines Bildes stellt. Aber wie ein Fischer oder Jäger vertraut der Photograph auf sein Glück, das ihm unwahrscheinlich oft zuteil wird. (Arnheim 2004, 49)

Zu den «Forderungen», die ein Sportfotograf an Komposition und Bedeutung stellt, zählt nicht zuletzt eine markante Erkennbarkeit der jeweiligen Sportart und ihrer charakteristischen Bewegungsformen, die natürlich gerade durch den massenmedialen Einsatz der Fotografie geschaffen und konventionalisiert werden (Schmalriede 2004, 22). Für einige wenige Sportarten kann auf das Vorbild antiker Statuen zurückgegriffen werden, die qua ästhetischer Autorität und Tradition einen charakteristischen Bewegungsaspekt definieren; für sämtliche neuen Sportarten – Radsport, Tennis, Rudern etc. – müssen entsprechend prägnante Bewegungen erst fotografisch gefunden werden (Walther

2007, 94). Vor allem in den 1910er Jahren etablieren sich sukzessive Bildtypen für verschiedene Sportarten, die zum Teil noch heute gültig sind (ebd., 86–98).

Um nicht allzu viel dem Glück zu überlassen, werden Raum und Bewegungen der verschiedenen Sportarten von vornherein auf fotografisch verwertbare Aspekte gerastert. So orientieren sich frühe Fotos vom Pferdesport nicht nur deshalb gern an den Hindernissen, weil es dort zu spektakulären Stürzen kommen kann, sondern weil hier vorfotografisch eine relative Stillstellung und Standardisierung der Bewegungsform erfolgt, die ein exemplarisches Bild dieser Sportart liefert (Herrmann 1996, 17).

Die Produktion eines prägnanten Bildes ist mithin auf die Vorstrukturierung der Bewegungsformen, auf einen selektiven Zugriff darauf und eine entsprechende Positionierung von Apparat und Fotograf angewiesen. Der entscheidende Moment ist somit immer schon ein fotografisches Artefakt, das allerdings, solange die Fotografie noch ein gewisses Monopol auf die Visualisierung von Sport beanspruchte, «naturalisiert» werden konnte. Entsprechend kristallisierte sich eine Reihe von Momenten und Orten heraus, die das fotografische Bild der einzelnen Sportarten zum Teil bis heute prägen: die Aufschlagbewegung im Tennis, der höchste Punkt im Hochsprung, das Erreichen des Zielbandes in den Laufdisziplinen. Deutlich wird hier auch, dass diese fotografische Selektion besonderer Augenblicke ganz unterschiedliche Momente der Wettkampfdramaturgie akzentuiert und somit für die Sportarten je unterschiedliche Aspekte sichtbar macht: Während bei Laufdisziplinen das Wettkampfergebnis im Bild sichtbar wird, ist es beim Hochsprung der Moment individuellen Gelingens. Im Tennis dagegen (und dies gilt in noch höherem Maße für die meisten Mannschaftssportarten) ist es kaum möglich, einen entscheidenden Moment fotografisch evident zu machen. Dies leisten letztlich erst Fernsehbilder besonders brillant geschlagener Bälle oder schön herausgespielter Tore, wie sie zu Kurzvideos zusammengeschnitten in großen Mengen auf YouTube zu finden sind.

Die Wahl des richtigen Moments ist in der Fotografie eng mit der räumlichen Frage des richtigen Ausschnitts verbunden. Jenseits der laborhaften Isolierung der Figuren in der Bewegungsfotografie muss sich die Sportfotografie entscheiden, ob sie die individuelle Bewegung – das Detail – oder den Gesamtzusammenhang des Geschehens in den Mittelpunkt rückt; nur wenn sie den Raum über die interessante oder sogar ästhetisch wertvolle Körperhaltung eines Sportlers hinaus öffnet, können Verlauf, Dramaturgie und Spannung einer Situation und kann

somit Bewegung jenseits des einzelnen Körpers visualisiert werden. Inwiefern dies möglich ist und durch welche Perspektiven es am ehesten gelingt, ist wiederum sowohl von den technischen Voraussetzungen (etwa den verfügbaren Brennweiten) als auch von der räumlichen Konfiguration der jeweiligen Sportart abhängig.

Nimmt man den Fußball als Beispiel, so wird schnell deutlich, dass ein einzelnes Bild fast nie in der Lage ist, alle relevanten Elemente eines Spielzugs in einem Bildrahmen zu versammeln. Eine Ausnahme ist das berühmte Foto, das Lothar Emmerichs Tor im Spiel Deutschland gegen Spanien während der WM 1966 zeigt. Fast von der Grundlinie aus nimmt Emmerich den Ball direkt ab und drischt ihn in die entfernte Torecke. Im EM-Finale 1988 zwischen den Niederlanden und der Sowjetunion erzielte Marco van Basten ein fast identisches Tor, allerdings von der anderen Seite des Strafraums aus. Dieses Tor ist eines von jenen, die seither regelmäßig im Fernsehen wieder aufgeführt werden. Vom Tor Emmerichs aber gibt es dieses eine Foto, das – durch das Netz von links hinter dem Tor aufgenommen – alle wesentlichen Elemente der Aktion in *einem* Bildrahmen zeigt: den Spieler noch in Schusshaltung; den Gegner; den Ball, wie er gerade in der Ecke des Tors landet; den Torhüter, der vergeblich nach dem Ball hechtet und ihm hinterher schaut. Die Ausnahme allerdings bestätigt die Regel. Solche Bilder kann es eigentlich gar nicht geben.

Diese mehrfache Herausforderung – Darstellung von Dynamik und Bewegung, Wahl oder Definition ihres entscheidenden Moments, Isolierung oder Kontextualisierung der Körper – strukturiert die Sportfotografie über lange Jahre und verleiht ihr nicht zuletzt ihr Renommee als eine Art Königsdisziplin der Fotoreportage. Sie erfordert in ganz besonderem Maße die für jegliche journalistische oder dokumentarische Fotografie relevanten Kompetenzen: die Einschätzung von Situationen, die schnelle, intuitive Wahl des richtigen Augenblicks oder die Kondensierung von Zusammenhängen in einem Bild. «Sport ist eben nur ein Spezialfall, eine Extremsituation des Lebens, phototechnisch schwieriger als das normale Geschehen» (Lohse 1980, 9). Dem Sportfotografen wird demnach eine besondere Intuition abverlangt, mit der er – gewissermaßen in Verschmelzung mit dem Sportler – vorausahnt, was gleich geschehen wird, und mit der er in Abgrenzung vom glückhaften Schnappschuss eine entscheidende ‚Verdichtung‘ der Handlung erreicht. Die (Selbst-) Beschreibung der Sportfotografie weist hier auffällige Ähnlichkeiten mit der von Henri Cartier-Bresson auf, der 1952 seinen Aufsatz «Decisive Moments» veröffentlicht und der genau wie einer der berühmtesten Sportfotografen, Lothar Rübelt, seine fotogra-

fische Initiation auf den Erwerb einer Leica zurückführt (Rübelt 1980, 20).⁵ Nicht selten wird die Sportfotografie darüber hinaus in ihren Anforderungen mit der Kriegsfotografie verglichen (z.B. Egger 1994).

Die «entscheidenden Momente» sind damit beispielhaft für die Paradoxien der journalistischen Sportfotografie: Einerseits gelingt es ihr kaum, die sportlich entscheidenden Momente zu visualisieren; andererseits konnte sie doch über viele Jahrzehnte zur markanten visuellen Differenzierung von Sportarten beitragen und damit selbst entscheidende Momente einer Bewegung definieren. Die Bewegung eines Sprinters, eines Langstreckenläufers und eines Gebers, das Fußballfeld und der Golfplatz sind in den Fotos auf den ersten Blick unterscheidbar. Historisch lässt sich dabei (nicht zuletzt dank technischer Entwicklungen) eine immer stärkere Isolierung der Athleten von ihrem Kontext beobachten; ihre physischen Anstrengungen und emotionalen Regungen geraten vor allem seit den 1970er Jahren immer mehr in den Mittelpunkt. Mit solchen prägnanten «Verdichtungen», die als zentraler ästhetischer Wert der Sportfotografie betrachtet werden, macht sich diese aber zugleich von den Bewegungsformen des Sports und darüber hinaus von der intermedial definierten Relevanz von Sportlern, Sportarten und Sportereignissen abhängig.

Mediale Kontexte der Sportfotografie

Die Sportfotografie etabliert sich in einem Kontext, der sie auf Tagesaktualität und Ereignishaftigkeit verpflichtet. Zumindest dort, wo es nicht mehr die Amateurfotografen sind, sondern professionelle Foto-reporter, bilden deren Gegenstände immer weniger beliebige oder aus fotografischen Gründen interessante sportliche Anlässe; vielmehr geht es nun darum, die (nicht zuletzt durch massenmediale Berichterstattung) für relevant erachteten Sportereignisse zu dokumentieren und sich von der Konkurrenz durch exklusive oder besonders spektakuläre Bilder abzusetzen. Dies ist ein Prozess, der sich – nicht anders als die zunehmende Organisiertheit und Standardisierung der Sportarten und ihrer Regeln – mit nur leicht abweichendem Tempo in allen Industrieländern vollzieht.

Schon Ende des 19. Jahrhunderts führen viele Tageszeitungen einen gesonderten Sportteil ein, der neben narrativen Berichten, Ergebnislisten und Statistiken bald auch Fotos aufweist. Bei der 1896 gegründeten

⁵ Vgl. ausführlich Peters (2007) zur Nobilitierung der Fotografie (insbesondere der von Cartier-Bresson) durch die Konzeption des entscheidenden Augenblicks.

ten *Daily Mail* sind von Anfang an zehn Prozent des Gesamtumfangs Sportberichterstattung (Whannel 2001, 31). Im selben Jahr erscheint in der kurz zuvor, 1895, gegründeten deutschen Illustrierten *Sport im Bild* eine Fotoreportage von den ersten Olympischen Spielen in Athen. Urheber war der Fotograf Albert Meyer, einer von nur sieben Fotografen, die den Event dokumentierten. Er arbeitet zwar mit einer schon recht mobilen Reisekamera, war aber nicht zuletzt wegen der Belichtungszeiten häufig auf Nachinszenierung der Posen durch die Sportler angewiesen (Kluge 1996). Schon um 1900 wird die Sportbildberichterstattung von Agenturen geprägt, und entsprechend finden sich über verschiedene Publikationen hinweg immer wieder identische Fotos. Zwischen 1900 und 1910 wird zum einen die Aktualität immer wichtiger, zum anderen – und damit verbunden – wird die Auswahl der Fotos immer stärker strukturiert, indem beispielsweise zunehmend Bilder von den Siegern der Wettkämpfe gedruckt werden (Walther 2007).

Spätestens mit der endgültigen Etablierung der Olympischen Spiele 1908 in London wurden diese mit anderen sportlichen Großereignissen zu einem zentralen Bezugspunkt für die fotografische Visualisierung des Sports. Exemplarisch steht dafür das Foto des Marathonläufers Dorando Pietri, der in London völlig erschöpft und von Helfern gestützt als Erster die Ziellinie überquerte, später aber wegen dieser Hilfestellung disqualifiziert wurde. Nicht zuletzt dank dieses Bildes zählt er noch heute zu den berühmten «Verlierern» der Sportgeschichte.

Mit diesen Großereignissen ergibt sich auch eine spezifische Organisation und ästhetische Ökonomisierung der Bildproduktion. Akkreditiert werden nur ausgewählte Fotografen, und sie bekommen zudem bestimmte Plätze und somit auch Funktionen zugewiesen. Am auffälligsten ist dies sicher bei den Olympischen Spielen 1936 in Berlin, von denen 125 Fotografen 16.000 Fotos machten – darunter der Österreicher Lothar Rübelt als einziger ohne deutsche Staatsbürgerschaft (Langen 1996, 48). Er schildert seine Versuche, die ideale Position zum Fotografieren frei zu wählen, als fortwährenden und sportähnlichen Kampf mit der Obrigkeit (Rübelt 1980, 22).

Die zunehmenden Live-Übertragungen im Fernsehen änderten zunächst nur wenig am Status der Sportfotografie, weil das Fernsehen anfänglich eher komplementär zur Fotografie einen Überblick über den Ereignisverlauf aus großer Distanz bietet. Mit der Einführung von Zeitlupenwiederholungen, Zoom- und Teleobjektiven in den 1960er Jahren setzt allerdings eine Neujustierung des Verhältnisses der beiden Medien ein, die von später folgenden technischen Innovationen des Fernsehens (Doppelbelichtungen, grafische Einblendungen, Ver-

vielfältigung der Kameras etc.) weiter zugespitzt wird. Diese zahlreichen Visualisierungstechniken tragen dazu bei, dass sich der Sport als Feld der detaillierten visuellen Nachvollziehbarkeit von Leistungen und Entscheidungen konstituiert. Durch die serielle Organisation von Wettkämpfen und die daraus resultierenden Tabellen und Statistiken war der moderne Sport von vornherein ein Gegenstand systematischer Wissensproduktion; nur als solcher hat er sich global verbreiten und als ›Eigenwelt‹ etablieren können (vgl. Werron 2007). Jetzt aber wird er auch auf der visuellen Ebene massenmedial zergliedert, analysiert und im Detail nachvollzogen. Schiedsrichterentscheidungen werden nicht mehr nur vom autoritären Voice-over-Kommentar beurteilt, sondern für die Zuschauer selbst durch eine Reihe von Verfahren überprüfbar, die die Bilder der Live-Übertragung weiter verarbeiten.

Der Fotografie war es schon vorher in vielen Fällen nicht möglich, den entscheidenden Moment eines Wettkampfs oder gar die umfassenderen räumlichen Zusammenhänge eines Spielzugs im Fußball darzustellen; sie hatte aber das Privileg, die visuell prägnanten Momente zu definieren und damit überhaupt die Ästhetik der Sportarten zu prägen. Mit der zunehmenden Dominanz des Fernsehens und dem damit verbundenen Imperativ einer visuellen Wissensproduktion kann die Fotografie nicht mehr den Anspruch erfüllen, in besonderer, wenn auch vermittelter Weise die spezifischen Dynamiken, Bewegungen und räumlichen Zusammenhänge der verschiedenen Sportarten sichtbar zu machen. Zwar durchläuft auch sie in den 1960er und 1970er Jahren entscheidende technische Innovationen und kompensiert so zum Teil ihren Bedeutungsverlust: Durch den Einsatz von extremen Tele- oder Fischauge-Objektiven, durch Blitzlichtaufnahmen und originelle Perspektiven werden dem Sport neue Bilder abgerungen. Vor allem die 1954 gegründete Zeitschrift *Sports Illustrated* schafft in diesen Jahren Raum für ungewöhnliche, häufig experimentelle Aufnahmen, die etwa mit Blitzlicht, Filtern und Zoomobjektiven dem Sport einen neuen Look verleihen (Lattes 1977, 32).

Dennoch bleibt auch hier festzustellen, dass die Fotos immer mehr jene Athleten, Situationen, Ereignisse zeigen müssen, die vom Fernsehen als ›entscheidend‹ definiert wurden. Es mag einige *coffee-table books* zur Sportfotografie geben, in die Bilder um ihrer selbst willen – dank ihrer technischen Brillanz oder ästhetischen Innovation – Aufnahme finden (vgl. Barnes 2006, 6); doch zumindest im Bereich einer aktualitätsbezogenen Sportberichterstattung verschärft sich durch die wachsende Dominanz des Fernsehens die Abhängigkeit der Fotografie von externen, nicht-ästhetischen Kriterien nochmals erheblich.

Im aktuellen intermedialen Feld werden somit Defizite der Sportfotografie akzentuiert, die zugleich die Voraussetzung für ihre ästhetische Produktivität bilden. Arnheims Feststellung, «daß uns in der Fotografie die Form sozusagen im Stich läßt» (2004, 39), hatte sich noch auf den klassischen Vergleich mit der Malerei bezogen, die die Körper und Haltungen formal gestaltet, während die Fotografie auf den Zufall oder – wie oben schon angeführt – das Glück angewiesen ist. Dieser Verlust der Form findet aber im Kontext eines intermedial sichtbar gemachten Sports noch viel deutlichere Anhaltspunkte. Der Fotografie ist es nämlich nicht nur (wie der Malerei) verwehrt, über die genaue Haltung des Körpers zu entscheiden; auch die Motive, die Themen und die prägnanten Momente entziehen sich ihrer Kontrolle.

Figurationen der Sportfotografie

Sportbilder sind (wie andere journalistische Fotos) eine Form der Gebrauchsfotografie. Sie werden für aktuelle Anlässe hergestellt, von spezialisierten Fotografen, die meist für Agenturen arbeiten. Die Zeitungs- und Magazinredaktionen kaufen die Bilder zu einem bestimmten Preis; der Handel findet mittlerweile fast ausschließlich auf Onlineplattformen statt (Bruhn 2003). Die häufigen Übereinstimmungen bei der Auswahl von Bildmotiven zwischen unabhängig voneinander arbeitenden Publikationen weisen auf spezifische Selektionsmuster – und somit gewissermaßen auf spezifische «Nachrichtenfaktoren» der Sportfotografie – hin. Diese sind nicht nur vom dargestellten Geschehen, sondern von dessen intermedialer Aufbereitung abhängig: Je bedeutsamer das dazugehörige Fernsehereignis, umso höher dessen Einschaltquoten. Aber auch: je höher die Zeitlupenfrequenz der entsprechenden Szene, umso mehr Wertsteigerung erfährt das darauf Bezug nehmende Foto. Exemplarisch lassen sich diese Abhängigkeiten der Sportfotografie an der Auswahl der abgebildeten Person (dem «Star») und der abgebildeten Wettkampfsituation verdeutlichen.

Auswahl und Bedeutung einer Sportfotografie sind abhängig vom Marktwert oder Gehalt der dargestellten Spieler: Ein Foto, das (wie etwa in Folge des Halbfinalspiels Portugal/Frankreich bei der Fußballweltmeisterschaft 2006) zwei Superstars des Fußballs, Figo und Zidane, beim Trikottausch zeigt, wird gewissermaßen «automatisch» publiziert. Journalistische Sportfotografie bewegt sich stets und immer schon in einer Logik der Verwertung, nämlich der Verwertung von kostspieligen, hochleistungsfähigen Körpern, Körperperformances und Star-Images. Die Sportfotografie hängt somit ganz und gar von der Beobachtbar-

und Abbildbarkeit personaler Identitäten mit ihren spezifischen Performanzen und Semantiken ab. David Beckham liefert hierfür das Paradebeispiel: Welches Bild man auch von ihm schießt, ob es von seinen fußballerischen Qualitäten kündigt oder ihn beim Betanken seines Ferrari zeigt, stets handelt das Bild in erster Linie vom kostspieligen Leib Beckhams. Und wenn ein solches Bild am Markt einen hohen Preis erzielt, dann nicht deshalb, weil seine Form vollendet ist, sondern weil es das rare und kostspielige Gut des Beckhamschen Körpers in Aktion zeigt. Beckham muss dafür keineswegs zu den zehn besten Fußballern der Welt zählen; sein Marktwert und sein Gehalt sind nicht zuletzt ein Produkt der fotografischen Arbeit an seinem Image und seinem Körper. Dies ändert aber nichts daran, dass jedes weitere Sportfoto, das ihn zeigt, relativ unabhängig von der fotografischen Formgebung einen Mehrwert gegenüber anderen Sportfotos aufweist.

Einer nochmals anderen (auch ästhetischen) Ökonomie unterliegen Bilder von Spielsituationen. Ein Paradebeispiel dafür ist das Tor des schwedischen Stürmers Zlatan Ibrahimović gegen Italien bei der EM 2004 in Portugal. Es handelte sich um ein Tor, das gleichsam «im Vorbeigehen», aus dem Sprung heraus, mit dem Rücken zum Tor und mit dem Außenrist geschossen wurde, eine «unmögliche» Direktabnahme, die Mitspieler und Gegner in höchstes Erstaunen versetzte. Es existieren mehrere Fotos davon. Die *Frankfurter Rundschau* druckte eins (s. Abb. 1), das den Stürmer schräg von vorne und somit hinter ihm

1 *Frankfurter Rundschau* vom 24.7.2004

2 *Süddeutsche Zeitung* vom 2.9.2004



das Tor ins Bild setzt; es zeigt damit etwas mehr vom Handlungs- und Entscheidungszusammenhang als das Foto, das die *Süddeutsche Zeitung* publiziert und das den Stürmer von schräg hinten erfasst, mit dem Ball über dem Kopf (s. Abb 2). Beiden Fotos ist allerdings gemeinsam, dass sie als Bilder durch die auf dem Rasen liegenden Gegenspieler, den in der Luft «schwebenden» Stürmer und seine höchst unwahrscheinliche Haltung allemal ästhetisch und somit *als Bilder* interessant sind – so sehr, dass man durchaus Vergleiche zu den Bildkompositionen des italienischen Manierismus ziehen und das Bild in die «Geschichte kodifizierter Erregungsformen» einordnen kann (so Bredekamp 2006, 23, explizit am Beispiel ähnlicher Fußballfotos).

Sowohl die Auswahl der Bilder durch die Redaktion als auch der ästhetische Genuss, den man als Betrachter aus ihnen ziehen kann, hängen ganz entscheidend ab vom Wissen um die Situation, die zu sehen ist. Die Formbildungen der Sportfotografie sind interessant auch und gerade, weil sie Variationen auf eine bekannte Situation darstellen, oder zumindest eine, von der unterstellt werden darf, dass viele Leser sie kennen. Die Fotos sind wertvoll, weil sie ein «sensationelles» Tor bei einem wichtigen Spiel (und das heißt: ein im Fernsehen vielfach wiederholtes, kommentiertes und aus unterschiedlichsten Perspektiven aufgeschlüsseltes Ereignis) repräsentieren, und doch können sie das Sensationelle der Leistung und die Relevanz des Spiels nicht selbst vermitteln.

Ein Sportfoto wird evident und zirkulationsfähig durch eine Reihe von unterschiedlichen Faktoren. Nur in seltenen, glückhaften Momenten kann es einen entscheidenden (sportlichen) Handlungszusammenhang veranschaulichen; es kann sein Gewicht aus dem Wert eines (oder im besten Fall mehrerer) Stars beziehen; es kann einen – wenn auch narrativ nicht verständlichen, so doch formal prägnanten – Moment festhalten, um dessen Relevanz der Betrachter weiß; und schließlich kann es allegorische Verdichtungen für den Verlauf oder das Ergebnis des Wettkampfs prägen, metaphorische und metonymische Bilder für ein wiederum als bekannt unterstelltes Geschehen auswählen. Eine Spielszene, die häufig für Verlauf und Ergebnis gar nicht ausschlaggebend war (ein Sportler «stolpert»; zwei sehr unterschiedliche Sportlerinnen – etwa «groß» und «klein» – «prallen aufeinander» etc.) oder auch ein Bild vom Publikum kondensiert den Gehalt der sportlichen Auseinandersetzung. Auch hier werden meist schon vom Fernsehen in Zeitlupe und Großaufnahme sezierte Momente aufgegriffen, auch hier werden Bilder der großen Stars vorgezogen. Die «entscheidenden Momente», die der Fotografie mit solchen Bildern gelingen, sind nicht

die «entscheidenden Momente» einer Bewegung oder einer Sportsituation, sondern Momente einer vom Fernsehen erzählten Geschichte.

In allen Fällen zeigt sich somit die Abhängigkeit der Fotografie von der Sichtbarkeit und Relevanz des Wettkampfs, die ganz entscheidend vom Medium Fernsehen mit seinen Bewegtbildern, Zeitlupen, Einschaltquoten und Kommentierungen definiert werden. Die Produktion und Selektion von Sportfotos ist durch diese Faktoren strukturiert. Dies heißt aber nicht, dass hier tatsächlich nichts anderes zu sehen ist als im Fernsehen; es heißt nur, dass sie zur Definition der entscheidenden Momente und zum detaillierten Nachvollzug ihres Verlaufs kaum einen Beitrag leisten können und deshalb ihre ästhetische Produktivität in anderen Bereichen entfalten müssen. Dies verweist nicht zuletzt auf die mediale Struktur der Sportfotografie: Sie bildet eine Form der Wiederholung bereits erlebter Augenblicke und mit diesen verbundener Gefühle. Zumindest in Teilen zielt sie auf die Identifikation und Verdichtung von bereits Gesehenem, d.h. auf das Wiedererkennen von Abläufen und Geschehnissen, die man so auch schon am Fernsehen gesehen hat.

Intensität des Stillstands

Kehrt man noch einmal zur Frage nach der Ästhetik der Sportfotografie zurück, so ließe sich zunächst in Fortführung der schon präsentierten Kategorien eine Klassifikation erstellen. Man kann bestimmte Bildtypen beschreiben und durchaus auch statistisch erfassen, denn wir haben es mit einem Format zu tun, dessen Fundus unerschöpflich ist. In Anerkennung dieser Tatsache basieren die nachfolgenden Ausführungen auf einem Sample von 1060 Fotos, die im Frühjahr und Sommer 2004 in deutschen Tageszeitungen publiziert wurden. Unterzieht man dieses Korpus einer seriellen Analyse, so wird schnell deutlich, dass bestimmte Bildtypen präferiert werden. So ist Groteskes häufig zu sehen (verzernte und skurrile Gesichter, slapstickhafte Körperhaltungen) ebenso wie Bilder von levitierenden Sportlern, von Körpern und Körperhandlungen «in der Luft» (etwa bei Sprüngen oder auch Stürzen, wobei die Körper häufig so aus dem räumlichen Kontext transponiert sind, dass der Eindruck eines ungewissen Schwebens oder Fliegens entsteht). Außerdem finden sich markante Gesten des Jubelns (und der Verzweiflung) sowie Momentaufnahmen, die Einzelaspekte akzentuieren, die zwar mit dem Sport direkt zusammenhängen, aber in der Regel keine Entscheidungsrelevanz haben (etwa Wasserspritzer bei Schwimmwettbewerben, der aufstauende Sand beim Golfen oder beim Weitsprung). Diese Bildtypen sind von Bedeutung, weil sie sowohl in den schon genannten Mo-

tivbereichen vorkommen (und diese gewissermaßen überformen) als auch ein eigenständiges Selektionskriterium bilden: Es findet sich also zum einen auch bei Bildern von Stars und von (durch das Fernsehen definierten) Teilereignissen eine Tendenz, Momente des Grotesken, des Schwebens, des betont artifiziellen Stillstands herauszustellen; es finden sich aber zum anderen Sportfotos in den Tageszeitung, die allein wegen dieser spezifischen Formbildung ausgewählt wurden. Unbekannte Sportlerinnen oder Sportler in nicht den Wettkampf entscheidenden Situationen, die durch die fotografische Stillstellung in sonst nicht sichtbarer Pose, mit sonst nicht sichtbarer Mimik festgehalten werden.

Nun sollte man sich mit Deleuze gegenwärtig halten, dass Klassifikationen zwar Spaß machen können, dass sie aber immer nur eine Vorarbeit darstellen für das Ausschlaggebende, die Entwicklung des Begriffs (Deleuze 2003). Versucht man nun, den Zusammenhang der häufigsten Bildtypen auf den Begriff zu bringen, so fällt auf, dass zeitliche Aspekte eine zentrale Rolle spielen: Grundlegend bleibt für all die genannten Motive der Aspekt der Stillstellung von Bewegung. Angesichts des fotografischen Prinzips wundert dies zunächst wenig; es zeigt sich aber, dass die Sportfotografie eine spezifische Form der Stillstellung bevorzugt.

Bewegung lässt sich nicht darstellen, schon gar nicht fotografisch, schrieb einst Bergson (1921), denn Fotografie ist Stillstand, und Bewegung ist nicht teilbar, lässt sich also nicht in einzelne, arretierte Aspekte zerlegen. Nirgendwo, so könnte man argumentieren, tritt dies deutlicher zutage als in der Sportfotografie. Allerdings ist es gerade die Stillstellung und deren besondere zeitliche Struktur, die den ästhetischen Mehrwert der Fußballfotos ausmacht. Dieser ästhetische Überschuss ist umso auffälliger, als die Sportfotografie im Kontext der Fernsehdominanz von der Aufgabe, die sportliche Leistung aufklären oder verklären zu müssen, weitgehend freigestellt ist. So bezieht sich die Sportfotografie zwar referenziell auf die vom Fernsehen definierten Ereignishierarchien, kann sich aber hinsichtlich der Aspekte, unter denen sie diese Events, Personen oder Handlungen zeigt, von der referenziellen Dominanz lösen.

Im Fernsehen stehen die Ereignisse in einem kontinuierlichen Zusammenhang, in dem Phasen erhöhter Intensität mit (meist viel häufigeren) Phasen des Abwartens, des Abbrechens, des Störens sich abwechseln. Die Grundstimmung des Sportfernsehens, zumindest der Live-Übertragung, ist die der Melancholie: Das Meiste, was zu sehen ist, misslingt, und doch harrt man aus, in der Hoffnung, Zeuge eines unverhofften Gelingens zu werden, das sich an den besten Momenten messen lässt, an die man sich noch erinnert. Solches unverhoffte Gelingen kann die Sportfotografie nicht darstellen, weil ihr die Dimensi-



on der Dauer fehlt, die Hoffen, Abwarten, Befürchten erst ermöglicht. Stattdessen macht sie andere Dinge sichtbar oder vielmehr: sie produziert eine andere Sichtbarkeit, die gar nicht direkt an der Logik des (Fernseh-)Sports mit seinem Versprechen auf Transparenz der Leistung partizipiert, sondern eine rein fotografische Sichtbarkeit, ein mediales Artefakt ist. Nicht anders als die durch die Tausendstel-Belichtung scharf gezeichneten Wasserspritzer sind die grotesken Haltungen, verzerrten Mimiken und schwebenden Körper Effekte der fotografischen Technik, die weder im Stadion noch vor dem Fernseher sichtbar sind:

Beine fliegen in allen Richtungen, Finger sind in einer ungraziösen Haltung weggestreckt, und auf dem Gesicht des Helden zeigt sich plötzlich eine völlig unverständliche Grimasse, die überhaupt nicht zur Sache gehört. (Gombrich 1984, 44)

Dies trifft zwar, wie schon ausgeführt, auch auf das Star- und Ereignisfoto vom Tor von Ibrahimović zu, greift aber weit über solche Fotos hinaus und bildet einen eigenen Faszinationstyp. Das spezifische Potenzial solcher Sportfotografie liegt darin, eine reine Intensität des körperlichen Erlebens und Fühlens zu veranschaulichen; im strikten Gegensatz zur Sportpräsentation im Fernsehen fehlt ihnen die Dimension des Psychologischen gänzlich. Das verzerrte Gesicht eines Spielers beim Kopfballduell lädt nicht zur Empathie ein,⁶ sondern zeigt

3 Süddeutsche
Zeitung vom
1.7.2006

4 Frankfurter
Rundschau vom
1.7.2006

6 Deshalb sind Melancholiker wie Marcel Reif die besten Fernsehkommentatoren; zwanghaft gutgelaunte junge Männer wie Beckmann hingegen sind in einer Talk-

vielmehr die reine Intensität einer Aktion, die überdies so, wie sie zu sehen ist, keine Grenze ihrer Dauer kennt. Selbst die «Ausdrucksbewegungen» von Siegern und Verlierern werden in der Fotografie zu Momenten gestischer und mimischer Intensität, die in der Regel keinen darunter liegenden «Charakter» implizieren.

Die Zeitstruktur der Sportfotografie scheint auf Anhieb paradox zu sein: Sie ist Stillstellung und Entgrenzung der Dauer zugleich. Darin aber entspricht sie dem altgriechischen Tempus des Aorist. Der Aorist – wörtlich: das Unbegrenzte – ist das Tempus der sich noch ereignenden Vergangenheit, das Tempus, das sich noch im lateinischen «alea iacta est» erhält, was ja nicht heißt: Der Würfel ist gefallen, sondern er wurde geworfen und befindet sich gerade im Fluge. Ein Stürmer liegt quer in der Luft und schlägt mit dem Bein nach dem Ball; ein Stürmer und ein Verteidiger springen hoch und recken sich nach dem Ball, den man gar nicht zu sehen braucht und von dem man – wenn man ihn sieht – nicht genau weiß, ob er noch auf die Köpfe herabsinkt oder schon wieder weggestoßen wurde; ein Tenniscrack schwebt breitbeinig in der Luft, nachdem er eine Vorhand durchgezogen hat: Das sind Momente einer sich noch ereignenden Vergangenheit, Bewegungsstandbilder im Aorist, für die der Erfolg der Aktion, der genaue Wettkampfkontext an Relevanz verliert.

Apsychologische Intensität und kontextualisierende Erinnerung

Die dominanten Formen und Motive zeigen also, dass die Sportfotografie aus ihrem doppelten Defizit – dem Fehlen der Bewegung und der Abhängigkeit von der Definitionsmacht des Fernsehens – Kapital schlägt und, wenn auch nicht hinsichtlich ihrer Gegenstände, so doch in ihrer Perspektivierung eine eigene ästhetische Produktivität behauptet. Diese muss allerdings selbst wieder als Potenzial betrachtet werden, das sich in der Sportfotografie zwar deutlich zeigt, aber nie der Einbindung in den Medienverbund entgeht: Für sich genommen sind Sportfotos apsychoologische Formen reiner Intensität des Fühlens und Erlebens. Eine psychologische Bedeutung, eine emotionale Aufladung – wenn wir unter «Emotion» im Sinne der neueren Emotionspsychologie eine Handlungsbereitschaft verstehen wollen, die aus der Verrechnung

show besser aufgehoben. Fußballfotografien nun durchbrechen diese melancholische Struktur. Zum Stellenwert des unverhofften Gelingens als wesentlichem Merkmal, das den Sport zum Gegenstand einer ästhetischen Erfahrung macht, vgl. Seel 1991.

eigener Anliegen mit einer bestimmten Situation entsteht – erfahren diese apsychologischen Intensitätsbilder erst, wenn sie von peripheren (nicht-fotografischen) Diskursen überformt werden – und dies passiert unentwegt. Schon die Tatsache, dass Sportfotos im Sinne der «vernacular photography» mit Alltagserfahrungen und individuellen Sportbiografien verknüpft und die Trikotfarben auf Vereine und Jahrgänge hin entziffert werden, stellt eine solche diskursive Überformung der reinen Intensitätsbilder dar. Eine solche Überformung geschieht ferner durch die Lektüre der Bildunterschriften und Begleittexte, die in der Regel ein unmittelbares Andocken an den vom Fernsehen definierten Wettkampfverlauf sicherstellen; auch die Lektüreweise, die Sportfotos ins Gravitationsfeld einer Jahrhunderte alten Ikonografie stellt und Bildtypen und Kompositionsmuster aus der Formsprache der europäischen Tafelbildmalerei darin wiedererkennt, betreibt eine diskursive und damit auch emotionale Überformung dieser Bilder. Unsere Klassifikation aktueller Sportfotos macht somit deren Tendenz ersichtlich, auf eine vom Fernsehdiskurs gelöste apsychologische Intensität zu zielen, die sich gleichwohl nie in reiner Form realisiert.

Der ästhetische Mehrwert oder die spezifische Produktivität der Sportfotografie könnte nun folgendermaßen beschrieben werden: Sie ist eine ökonomische Form, ein Bildprodukt, das als Katalysator eines emotionalen Erlebens dient, das zumeist ein Wiedererleben ist. Sportfotos stellen sich der diskursiven Überformung als ihr Anlass und Gegenstand zur Verfügung; sie sind somit Auslöser und Kristallisationspunkte einer bestimmten Form des emotionalen Erinnerns, das aus Bewegungsstandbildern im Aorist hervorgeht, aus Bildern, deren Ansteckungskraft gerade darin liegt, dass sie in ihrem vergangenen Sich-Ereignen unbegrenzt zu sein versprechen und dennoch einem Medienverbund verhaftet bleiben, der die Darstellung punktueller, in ihrer Grundstruktur aber auf Wiederholung angelegter Ereignisse favorisiert.

Interessanterweise ist es am ehesten die Boulevardpresse, die einen fließenden Übergang zwischen den unterschiedlichen medialen Zeit- und Darstellungsformen sicherstellt, indem sie durch Foto-Reihen und Collagen den Hergang von Ereignissen oder auch nur die emotionalen Regungen von Trainern und Spielern rekonstruiert. Dabei wird häufig eine Abfolge von Körperhaltungen oder Gesichtsausdrücken in mehreren Fotos präsentiert; nicht selten werden die Figuren dabei grafisch freigestellt, also von ihrem Hintergrund gelöst, und mit einer grafischen Darstellung eines entscheidenden Spielzugs sowie plakativen Headlines kombiniert. Dieser Bildtypus ist markant, weil er das Changieren zwischen zugespitzten und isolierten Intensitäten und

dem kenntnisreichen Nachvollzug des Fußballspiels organisiert. Auf der einen Seite zugespitzte Fokussierung der isolierten Intensität, der grotesken Körper und grimassierenden Gesichter; auf der anderen Seite endlose Ausdeutung, Kontextualisierung und Narrativisierung jeder noch so absurden Sichtbarkeit. Damit führt die Boulevardpresse im Bild selbst oder auf der Bild- und Grafik-Ebene vor, was in der Rezeption im intermedialen Verbund ohnehin geschieht: Die stillgestellten Intensitäten, die die ästhetische Produktivität der Fußballfotografie ausmachen, halten als fotografische Artefakte Potenziale bereit, von denen die Affektstrukturen anderer medialer Darstellungsweisen des Sports profitieren. Weshalb auch das Fernsehen in der Vor- und Nachberichterstattung nicht selten entsprechende Fotos einspielt.

Dieses Verfahren der Boulevardpresse unterstreicht, dass die Sportfotografie einer spezifischen Ökonomie der Bildproduktion unterliegt, die zugleich eine Ökonomie der Gefühle ist: Die ständige Umformung psychologischer Intensitäten zu Emotionen im Bereich des Mediensports stellt, auch wenn sie mit Kunst wenig Berührungspunkte hat und nicht in einem reflexionstheoretischen Sinne als ästhetische Erfahrung qua Reflexion auf die Bedingungen dieser Erfahrung selbst gelten darf, ein ästhetisches Verfahren *sui generis* dar.

Literatur

- Arnheim, Rudolf (2004) Glanz und Elend des Photographen. In: Ders.: *Die Seele in der Silberschicht. Medientheoretische Texte. Photographie – Film – Rundfunk*. Hrsg. und mit einem Nachwort von Helmut H. Diederichs. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 46–55. (Engl. Original: *Splendor and Misery of the Photographer*, in *Bennington Review* 1979, S. 2–8).
- Barnes, Simon (2000) Start. In: *Sportscape. The Evolution of Sports Photography*. Hrsg. v. Paul Wombell und Simon Barnes. London: Phaidon, S. 6–14.
- Barthes, Roland (1964) *Mythen des Alltags*. Frankfurt/M: Suhrkamp.
- Batchen, Geoffrey (2001) Vernacular Photography. In: Ders.: *Each Wild Idea. Writing, Photography, History*. Cambridge, MA: MIT Press, S. 57–80.
- Bergson, Henri (1921) *Schöpferische Entwicklung*. Jena: Diederichs.
- Bredenkamp, Horst (2006) Der fruchtbare Augenblick. Die Immunität des Fußballs. In: *Das Spiel. Die Fußballweltmeisterschaften im Spiegel der Sportfotografie*. Hrsg. v. Ulrich Crüwell und Per Rumberg. Berlin: Deutsches Historisches Museum, S. 19–27.
- Bruhn, Matthias (2003) *Bildwirtschaft. Verwaltung und Verwertung der Sichtbarkeit*. Weimar: VDG.

- Deleuze, Gilles (2003) *Deux régimes de fous: Textes et entretiens, 1975-1995*. Paris: Minuit.
- Egger, Heike (2000) «Dem Moment sein Geheimnis entreißen». Zur Geschichte der Sportfotografie. In: *Aktion, Emotion, Reflexion. Sportfotografie in Deutschland*. Hrsg. v. Christina Bitzke und Hans-Peter Jakobson. Jena/Quedlinburg: Bussert & Stadeler, S. 7–15.
- Egger, Heike (o.J. (1994)) Der Trainer in der Sportfotografie – Zur Konzeption der Ausstellung. In: *Das Gesicht der Trainiers. Bilder deutscher Sportfotografen*. Hrsg. v. Deutschen Sportmuseum. Köln: Wienand, S. 7–9.
- Eggers, Erik / Müller, Jürgen (2002) «Der künstlerische Gehalt, den die wilde Poesie unseres Spiels mit sich bringt». Anmerkungen zur frühen Hermeneutik, Ästhetik und Ikonographie des Fußballsports. In: *Fußball als Kulturphänomen. Kunst, Kultur, Kommerz*. Hrsg. v. Markwart Herzog. Stuttgart: Kohlhammer, S. 157–177.
- Gombrich, Ernst H. (1984) Der fruchtbare Moment: Vom Zeitelement in der bildenden Kunst. In: Ders.: *Bild und Auge. Neue Studien zur Psychologie der bildlichen Darstellung*. Stuttgart: Klett-Cotta, S. 40–61.
- Gumbrecht, Hans Ulrich (2005) *Lob des Sports*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Herrmann, Hans-Christian von (1996) Fotografie als Test. Zur Psychotechnik der frühen Sportfotografie. In: *Fotogeschichte* 16, 62, S. 13–22.
- Kluge, Volker (Hg.) (1996) *Athen 1896. Die Bilder der Spiele der I. Olympiade von Albert Meyer und anderen Fotografen*. Berlin: Brandenburgisches Verlagshaus, S. 174–183.
- Langen, Gabi (1996) Kraft und Anmut. Die nationalsozialistische Körperästhetik in der Sportfotografie. In: *Fotogeschichte* 16, 62, S. 45–54.
- Lattes, Jean (1977) *Sportphotographie 1860–1960*. Luzern/Frankfurt/M.: Bucher (Bibliothek der Photographie. 10.)
- Lohse, Bernd (1980) Scharfschütze mit der Kamera. In: *Lothar Rübelt. Sport. Die wichtigste Nebensache der Welt. Dokumente eines Pioniers der Sportphotographie 1919–1939*. Hrsg. v. Christian Brandstätter. Wien u.a.: Fritz Molden, S. 8–13.
- Peters, Kathrin (2007) *In die Wirklichkeit hineingreifen: Vom «entscheidenden Augenblick» (H. Cartier-Bresson) zum «klack! Schnapp-Schuß» (R.D. Brinkmann) und darüber hinaus*. Vortrag im Rahmen von «Portable Media», Tagung des Forschungsprojekts «Zur Genealogie des Schreibens» vom 22. bis 24. November 2007 an der Universität Dortmund.
- Rübelt, Lothar (1980) Die wichtigste Nebensache der Welt. In: *Lothar Rübelt. Sport. Die wichtigste Nebensache der Welt. Dokumente eines Pioniers der Sportphotographie 1919–1939*. Hrsg. v. Christian Brandstätter. Wien u.a.: Fritz Molden, S. 14–23.

- Schmalriede, Manfred (2004) Zwischen Dokumentation und Inszenierung. Sportfotografie im Wandel. In: *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Hrsg. v. Thomas Schierl. Köln: Halem, S. 11–39.
- Seel, Martin (1993) Die Zelebration des Unvermögens. Zur Ästhetik des Sports. In: *Merkur* 47, 527, S. 91–100.
- Walther, Christine (2007) *Siegertypen. Zur fotografischen Vermittlung eines gesellschaftlichen Selbstbildes um 1900*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Werron, Tobias (2007) Die zwei Wirklichkeiten des modernen Sports: Soziologische Thesen zur Sportstatistik. In: *Zahlenwerk. Kalkulation, Organisation und Gesellschaft*. Hrsg. v. Hendrik Vollmer und Andrea Mennicken. Wiesbaden: VS Verlag, S. 247–270.
- Whannel, Garry (2001) *Media Sport Stars. Masculinities and Moralities*. London/ New York: Routledge.

Von der gefilmten Darbietung zum virtuellen Spektakel

Tennis und TV-Dispositiv

Laurent Guido

In einem Interview mit der französischen Sportzeitung *L'Equipe* aus dem Jahr 2001 äußert der Filmemacher Jean-Luc Godard seine Ansichten zu einigen Aspekten audiovisueller Darstellungsformen des Sports. Diesen hält er für eines der wenigen Gebiete der zeitgenössischen Gesellschaft, dessen Ausdrucksweisen noch von einer Form von «Wahrheit» gekennzeichnet sind, und zwar deshalb, weil sich jede körperliche Leistung materiell in den Raum einschreibt: «Sport sehe ich mir noch an, weil das noch etwas ist, wo der Körper nicht lügt» (Godard 2001, 9). Seine wohlwollende Haltung erstreckt sich indes nicht auf die mediale, insbesondere nicht auf die im Fernsehen entwickelte Wahrnehmung des bewegten Körpers im Sport. Trotz der Beschränkungen, die mit der körperlichen Distanz zwischen Athleten und einem Teil des Publikums verbunden sind, meint Godard nämlich, dass eine fragmentarische Erfahrung der Wirklichkeit (wo «man klar sieht, dass man wenig sieht»¹) mehr wert ist als der Anspruch des Fernsehens, eine sportliche Darbietung (*performance*)² optimal wiederzugeben, ein Vorgehen, das er

- 1 «Ich bin kürzlich beim internationalen Leichtathletikmeeting in Lausanne gewesen, weil ich Gabriela Szabo sehen wollte [...] Ich habe sie kaum gesehen, aber ich bin glücklich, dass ich selbst dort war. Meine Erinnerungen sind, selbst wenn sie unvollständig sind, stärker als alles, was ich von ihr im Fernsehen gesehen habe» (Godard 2001, 9).
- 2 Anm. d. Ü.: Obwohl der im frz. Original häufig wiederkehrende Begriff *performance* in erster Linie *Leistung* bedeutet, wird er im Folgenden mit «Darbietung» übersetzt, nicht zuletzt, weil der Begriff, der immer auf das sichtbare Spektakel noch vor der medialen Vermittlung abhebt, nicht nur auf den Sport, sondern später auch auf den Tanz Anwendung findet und weil Guido zur Bezeichnung der Leistung alternativ etwa auch *prouesse* oder *exploit* verwendet.

mit der Erzeugung einer trügerischen Illusion gleichsetzt. In seinen Ausführungen verweist er dabei immer wieder auf Tennis, einen Sport, den er selbst praktiziert und auf den er sich wiederholt in seinen Texten und in seinem filmischen Werk bezieht.³ Geht es dabei zunächst im Wesentlichen um lakonische Werturteile über Persönlichkeit und Aussehen der Spieler – nur weil er selbst im Stadion Roland-Garros war, kann ihm Anna Kurnikowa «wirklich schön und wirklich elegant» erscheinen oder Thomas Muster sich in seinen Augen endlich seines medialen Images als Holzfäller entledigen –, spricht der Filmemacher anschließend die ernsthaftere Frage der Ballgeschwindigkeiten an (und erwähnt, was nicht besonders originell ist, den flagranten Unterschied zwischen der Schlagkraft von Venus Williams und Martina Hingis), denen «Rechnung zu tragen» das Fernsehen ihm absolut «nicht in der Lage» zu sein scheint.

Gegen die Mediatisierung des Sports: eine kritische Perspektive

Jenseits der Frage nach der Gültigkeit dieser Behauptungen, die allzu entschieden jeden Widerspruch beiseite wischen, um in theoretischer Hinsicht stichhaltig zu sein, erweist es sich dennoch als nützlich, sie heranzuziehen, weil sie einen Zugang zu wichtigen Problemstellungen eröffnen, welche die mediale Repräsentation des Sports betreffen. Der Pessimismus Godards hat seinen Ursprung in einer umfassenderen philosophischen Kritik (an) der zeitgenössischen audiovisuellen Kultur, die, in mehr oder weniger bewusster Weiterführung der Gedanken, welche nacheinander die Theoretiker der Frankfurter Schule, Guy Debord und Jean Baudrillard entwickelt haben, diese Kultur als unrettbar der schrittweisen Verwandlung in eine Spektakelgesellschaft unterworfen sieht, in der sich alles um die bis zum Äußersten getriebene Kommerzialisierung symbolischer Güter dreht. Die durch den Prozess der systematischen Vermarktung in Gang gesetzte massenhafte Verbreitung leerer und nutzloser Bilder hätte demnach eine Veränderung des Blicks auf die Welt nach sich gezogen – und somit auch der Art, wie man die körperlichen Darbietungen auf dem Bildschirm abbildet:

3 In seinem filmischen Selbstporträt (JLG/JLG, F 1994) stellt sich Godard sogar in einigen diskontinuierlich gezeigten Ballwechseln als Tennisspieler zur Schau. Er spielt insbesondere mit der Doppeldeutigkeit eines Faulknerzitats: «The past is never dead. It's not even past», die er humorvoll mit *passing shots* verbindet, also damit, Passierschläge auszuführen oder selbst passiert zu werden.

Den Sport zu filmen ist gleichbedeutend damit, die Arbeit des Körpers in der Kontinuität zu zeigen. Das Problem liegt darin, dass diese Priorität verschwunden ist. Die Art, wie man «zeigt», ist völlig verkommen [...] Beim Fernsehen hat man keine Achtung mehr vor der gefilmten Sache, es geht nur noch um Programm und Ausstrahlung. Es ist verrückt, wie die Dinge sich verändert haben. (Godard 2001, 9)

Um diese pauschalen Aussagen durch konkretere Beispiele zu untermauern, verweist Godard auf die brutalen Veränderungen, die sich seiner Auffassung nach in Aufnahme und Schnitt des Leistungssports durch die Fernsehteams vollzogen haben. Dabei hebt er insbesondere die «enormen [...] Unterschiede» zwischen der Art und Weise hervor, in der die Kameralleute noch fünfzehn oder zwanzig Jahre zuvor bei bestimmten Gesten («ein Schlenkern mit dem Arm, eine nachdenkliche Haltung des Kopfs») verweilen konnten, und den Regeln, die zu der Zeit gelten, als er sich äußert: «Heute ist es damit vorbei. Alles hat sich beschleunigt, man zeigt den Sprung und sonst nichts. Bloß nicht warten müssen, bloß keine Geduld haben...» Dieser Sichtweise zufolge hat der Zwang zur Rentabilität um jeden Preis das Aufkommen einer ökonomischen Zeitauffassung im audiovisuellen Feld begünstigt, die jede Möglichkeit noch der geringsten Formen von Spontaneität oder des Unerwarteten ausschließt, Aspekte, die doch gerade charakteristisch sind für Sport- und Spielereignisse, die auf (Einzel)Leistung (*exploit*) und Spannung beruhen. Um die Bedingungen anzuprangern, unter denen Sport im Fernsehen gezeigt wird, kommt Godard erneut auf Tennis zurück. Tatsächlich zögert er nicht, die Aufnahmeleiterin der Übertragungen aus Roland Garros, Françoise Boulin, deswegen als seine «schlimmste Feindin» zu betrachten, weil das komplexe Dispositiv, das sie aus ihrem Regieraum heraus leitet, ihm als emblematisch erscheint für ein Zersplittern der Perspektiven, in dem der Sinn schließlich verwässert und aufgelöst wird: «Wie wollen Sie vor zwölf Bildschirmen «sehen»? Sie sehen kein Bild, Sie «verwischen» es» (Godard 2001, 9).

Es wäre also möglich, wirklich zu «sehen»: Die Desillusionierung, der Godard Ausdruck verleiht, resultiert aus dem tiefen Glauben an bestimmte Eigenschaften des Filmbilds. Dabei geht es im Wesentlichen um die unmittelbare Beziehung, die einige Theoretiker, allen voran André Bazin,⁴ aufgrund der indexikalischen Natur der photographischen Aufnahme zwischen der Kamera und der Wirklichkeit ausgemacht haben. Diese Vorstellung verweist darauf, dass hier mehr auf

4 Vgl. vor allem den Artikel «Ontologie des fotografischen Bildes» (Bazin 2004).

dem Spiel steht, etwas, das seit den Anfängen des Kinos bestimmend dafür war, wie die filmische Darstellung der Gestik konzeptualisiert worden ist. Der Gegensatz zwischen zwei grundlegenden Paradigmen durchzieht einen Großteil der theoretischen Überlegungen über das Filmen des bewegten menschlichen Körpers. Auch wenn dieser Gegensatz sich ohne weiteres auf jede Form der körperlichen Darbietung wie etwa auf Sport oder Kampfsport ausdehnen lässt, ist er vor allem auf den Tanz bezogen worden.⁵ Diesbezüglich kann man unterscheiden zwischen der Wahrung der Ganzheit und Kontinuität, die das profilmische Ereignis auszeichnet (mittels des Rückgriffs auf die weite Einstellung und lange Aufnahmen) einerseits – ein Ideal des Einfangens und der Wiedergabe des Ereignisses, das von den Tänzern geschätzt wurde (Fred Astaire ist hierfür das Musterbeispiel [vgl. Mueller 1981; 1985]) –, und andererseits der (Re)Montage der Darbietung, wie sie von Lev Kuleschow oder Slavko Vorkapic propagiert und unter verschiedenen Vorzeichen von den Avantgarden der 1920er Jahre bis zum Video-Tanz, oder von Busby Berkeley bis zu den Musikclips weiterentwickelt wurde (vgl. Kuleschow 1994; Vorkapic 1998, 227–232).

Wie verschiedene Untersuchungen gezeigt haben (besonders einige, die den Fußball ins Zentrum stellen [vgl. Loiseuil 1992; Blociszewski 2007.]), präsentieren Fernsehübertragungen von Sportwettkämpfen, darin dem Muster anderer Live-Ereignisse (Preisverleihungen, Konzerte) folgend, heutzutage das Geschehen aus den verschiedenen Blickwinkeln, die durch den Einsatz einer ganzen Batterie von Kameras verfügbar werden. Sie lassen sich allgemein unterteilen in eine Fernperspektive, wenn möglich in Aufsicht, die eine umfassende und geometrische Wahrnehmung der *Szene* bietet, und verschiedene Ansichten aus größerer Nähe auf die verschiedenen Protagonisten und das Publikum. Zum von der Regie aus gesteuerten Hin- und Herwechseln zwischen verschiedenen Einstellungen kommt das meistens live von den Kameralenten selbst ausgeführte aktive Arbeiten mit dem Panoramасhwenk und dem Zoom, um die vermeintlich intensivsten Momente des Spektakels (auffallende Geste, auffallender Gesichtsausdruck) zu akzentuieren. In diachroner Perspektive werden verschiedene Faktoren angeführt: die ständige Vermehrung der zur Verfügung stehenden Blickwinkel, die wachsende Präsenz von Zeitlupen und Computeranimationen oder auch das Einbeziehen peripherer Ele-

5 Godard stellt selbst diese Verbindung her. Auf die Frage: «Vielleicht lässt sich der Sport nicht filmen?» antwortet er: «Wahrscheinlich... Der Tanz lässt sich schwer filmen [...]» (Godard 2001, 9).

mente in den Wettkampf (Interviews, Statistiken, Backstage-Ansichten). In den Augen der meisten Spezialisten stellen diese verschiedenen Aspekte Parameter dar, die mehr und mehr die das gefilmte Ereignis auszeichnende Kontinuität aufbrechen und zu dessen Umwidmung in eine Form der Fernsehunterhaltung führen, die bestimmten Imperativen der Dynamisierung und Vereindeutigung unterliegt. So haben zahlreiche Studien nachgewiesen, dass eine strikte Trennung zwischen diesen beiden Typen, Sport zu erleben (*vor Ort* und *vor dem Bildschirm*) rasch an ihre Grenzen stößt, einerseits weil beide gleichermaßen Vor- und Nachteile im Hinblick auf die bestmögliche Würdigung von sportlichen Wettkämpfen aufweisen, andererseits, weil sie sich insofern zunehmend weniger voneinander unterscheiden, als mediale Bilder auch innerhalb der Stadien gezeigt werden und allgemeiner angesichts des Raums, den die audiovisuellen Medien in der Ankündigung von und kritischen Berichterstattung über sportliche Großereignisse einnehmen.⁶ Dieser Befund geht häufig einher mit pessimistischen Kommentaren, die in dieser Entwicklung die Kennzeichen des Abdriftens der aktuellen Kultur des Sports in Kommerzialisierung und Marktkonkurrenz ausmachen.⁷ Hier stoßen wir wieder auf jenen Diskurs, der uns bereits in Godards Äußerungen begegnet ist, den Diskurs des Ideals einer visuellen Transkription, die einer möglichst treuen Wiedergabe verpflichtet ist, die den ursprünglichen Charakter der auf dem Bildschirm gezeigten Darbietungen intakt lässt.⁸

Den Darstellungstraditionen Rechnung tragen

Gleichwohl ist es möglich, die Vermittlung sportlicher Wettbewerbe durch das Fernsehen auch außerhalb derart nostalgischer Ansprüche oder philosophischer Apriori zu erfassen, sofern man versucht zu be-

6 Vgl. insbesondere Dayan/Katz (1992) sowie Gabaston/Leconte (2000). Für eine historische Perspektive vgl. Simonet/Véray (2001).

7 Für einen Überblick über diese Sichtweise vgl. die Untersuchungen in Baillette/Brohm (1995).

8 «Diese Zeitspannen geringerer Intensität stellen gleichwohl einen integralen Bestandteil des Matches dar, wie es im Stadion erlebt wird. Sie sind an sich nicht der Abfall, der *«Leerlauf» (temps mort)*, zu dem sie erst für die audiovisuellen Medien geworden sind. Im Stadion sind sie ganz im Gegenteil lebendige Zeit, die der Aufnahmeleiter aber für nicht verwendbar hält und die für ihn also *«verlorene»* Zeit ist. [...] Je höher die Zahl der vom Aufnahmeleiter eingespielten Zeitlupen ist, desto mehr wird das Spiel zu einem vom audiovisuellen Medium hervorgebrachten Produkt. [...] Dagegen gibt es eine ganz andere Art zu filmen, die weniger raffiniert ist, die uns aber weitaus eher den Fußball zu respektieren scheint» (Błociszewski 2007, 47).

greifen, von welcher Eigenlogik sie angetrieben wird. Dies gilt besonders, wenn man den Traditionen Rechnung trägt, in denen die Berichterstattung verortet werden muss und die es erlauben, gewisse Vorannahmen über die Verfahren der audiovisuellen Aufnahme und der Darstellung des Sports zu entkräften.⁹ Auch wenn es keinen Zweifel daran geben kann, dass auf diesem Feld seit einigen Jahren Mechanismen der Intensivierung und der Diversifizierung am Werk sind, so verweist doch eine Vielzahl der gegenwärtig bei Fernsehübertragungen eingesetzten Verfahren auf Praktiken, die seit langem auf dem Gebiet der Kinematographie erprobt sind. Folglich dürfen diese nicht nur an ihren unmittelbaren Kontext zurückgebunden werden, sondern müssen auch in tiefer gehende ästhetische und historische Überlegungen über die Art und Weise eingeordnet werden, wie man körperliche Darbietungen mittels Techniken darstellt, die auf der mechanischen Aufzeichnung von Bewegung beruhen.

So erscheint Leni Riefenstahls OLYMPIA-Film von 1938 in seiner Art, dem sportlichen Ereignis Rechnung zu tragen, bereits als vollzogene Synthese einer Tendenz zur *Multifokalität*. Trotz der unterschiedlichen Zielsetzung (ein für die Kinosäle bestimmter Dokumentarfilm und nicht eine Live-Übertragung¹⁰), formuliert dieses Werk erfolgreich zahlreiche Verfahren und Modi des Schneidens, die heute in der televisuellen Wahrnehmung sportlicher Wettkämpfe breite Verwendung finden. Leni Riefenstahl ist von den Praktiken, die in den photographischen und kinematographischen Avantgarden der 1920er und 30er Jahre Konjunktur hatten (das «Neue Sehen», das vor allem von T. Lux Feininger und Herbert Beyer in der Bauhaus-Bewegung propagiert wurde; die Montagefilme Walther Ruttmanns oder von Dziga Vertov) inspiriert und übernimmt die Drehmethoden, die sie zuerst in ihrem Propagandafilm über den Reichsparteitag in Nürnberg eingesetzt hatte. Sie entwickelt neue Techniken, die darauf abzielen den Aufnahmeapparat zu *mobilisieren* (Fesselballons, Schiffe, Autos, Schienen...) und den Blick auf das Ereignis zu *weiten* (Verwendung verschiedener Teleobjektive, darunter ein 600 mm-Objektiv, das stärkste, das zur damaligen Zeit verfügbar war). Aber vor allem zeichnet sich das technische Dispositiv Riefenstahls, die sich auf ein Team von mehr als hundert Per-

9 Diesen Standpunkt vertritt insbesondere Georges Vigarello, wenn er daran erinnert, dass der Fernsehdiskurs «nicht erlaubt, «besser zu sehen», sondern eine neue Art zu sehen schafft» (Vigarello 1998, 215). Dies ist auch die These, die Guillaume Soulez häufig vertritt (Soulez 2004).

10 Gleichwohl waren die Spiele von Berlin 1936 Anlass für einen der ersten rudimentären Versuche der Fernsehübertragung von Wettkämpfen (Romera/Gavilán 1998, 92).

sonen stützen kann (vgl. Downing 1992, 33–48; Jaworsky 1973), durch den Willen zur *Multiplikation* der Blickwinkel aus. Aus der gleichzeitigen Arbeit von Dutzenden Kameralenten, die das Ereignis aus allen Blickwinkeln abdeckten (insbesondere aus erhöhten¹¹ oder Unterwasser-Positionen, von eigens konstruierten Türmen oder aus Löchern, die im Stadionboden ausgehoben wurden, um Ober- und Untersicht-Effekte zu gewährleisten), resultierte eine beträchtliche Masse an beleichtetem Filmmaterial, das für die äußerst umfangreiche Montagearbeit zur Verfügung stand. Auch wenn Riefenstahls Vorgehensweise sehr weitgehend dem Streben nach *Plurifokalität* ähnelt, das Godard auf dem Gebiet des Fernsehens zu geißeln nicht müde wird, meint dieser, dass der deutschen Regisseurin das relative Verdienst zukomme, gemäß bestimmter ästhetischer Prinzipien, denen sie anhing, versucht zu haben, «etwas mehr «im Sinn der Dauer» zu filmen»: «Bei Riefenstahl gab es trotz allem eine große Achtung vor der gefilmten Sache. Es gab ein Wissen um die Kadrierung. Heute erstickt man unter der Lawine der gefilmten Bilder. Irgendwer kann als Kameramann einspringen und denkt dabei, er mache eine Einstellung» (Godard 2001, 9).

Trotz spezifisch mit der Live-Ausstrahlung verbundener Zielsetzungen und Produktionsmittel wirft letzten Endes jede filmische Aufnahme ganz ähnliche Fragen nach dem Blickwinkel, der Herangehensweise oder dem Schnitt auf, wie die Filme, die weniger danach streben, Körperbewegung im Sport zu zeigen (*montrer*) als sie zu montieren (*monter*). Jede kinematographische Darstellung eines Spektakels, in dessen Zentrum die menschliche Bewegung steht, geht aus einer Reihe von Selektionsprozessen im Verhältnis zur profilmischen Ausführung hervor. In dem Maße, wie sie selbst von einer vorgängigen Konfiguration abhängt (die Bühne, das Stadion, die dem Ablauf einer Zeremonie eigenen Strukturen), in der den verschiedenen sportlichen Akteuren und den Gruppen, aus denen sich das Publikum zusammensetzt, präzise Positionen zugewiesen werden, lässt sich, entgegen den Postulaten Godards, die sportliche Darbietung nicht wie eine einfache, von jeder Inszenie-

11 Dieser erhöhte Blick ist seit langem Bestandteil des modernen Imaginären des Olympischen, in dem das Stadion, Ort des sportlichen Spektakels, als Gesamtheit vom Betrachter erfasst werden muss. Seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts trachtet man danach, eine Übersicht der Stadien aus großer Höhe zu erhalten, indem man die Kamera auf Türmen oder Jahrmarktattraktionen wie dem Flip-Flap der Französisch-Britischen Ausstellung platziert, die 1908 neben dem Londoner Olympiastadion stattfand. Zu dieser Frage sowie zum multifokalen Dispositiv der Olympischen Spiele vgl. die reichhaltige Ikonographie, die zusammengetragen ist in Guido/Haver 2002, 98–117.

rung abgelöste Manifestation des Wirklichen begreifen. Die Gesamtheit des Filmprozesses stellt folglich einen *sekundären* Akt dar, der zu diesem grundlegenden Dispositiv hinzutritt. Es ist also weniger die Verwässerung des Sportlichen selbst in der medialen Darstellung als vielmehr die Kontamination der den Sport begründenden Ritalität, der ihr eigenen Modi der Spektakularisierung, durch einen neuen Typ des Spektakels und dessen Bedingtheit hinsichtlich Struktur, Dramaturgie oder Werbung, die bei vielen Kommentatoren Beunruhigung hervorgerufen hat.

Für eine Analyse der filmischen Verfahren: Beispiel Tennis

Abgesehen von den Artikeln, die sich mit den sprachlichen Kommentaren befassen (und die ich hier nicht behandeln werde¹²), haben sich die wichtigsten Untersuchungen, die dem bei Sportveranstaltungen bereitgestellten TV-Dispositiv gewidmet sind, darauf beschränkt, die wachsende Zahl und Vielfalt der optischen Aufnahmeapparate zu konstatieren. Die sorgfältigeren unter ihnen nehmen darüber hinaus systematische Aufstellungen vor, um die stufenweise Zunahme der Einstellungswechsel innerhalb der Übertragungen bestimmter Disziplinen aufzuzeigen.¹³ Gegenüber dieser statistischen Herangehensweise sind Forschungen vergleichsweise selten, die den Schwerpunkt auf die Prinzipien legen, die eine zunehmende Dynamisierung des körperlichen Handelns bewirken. Sie haben sich insbesondere auf die Typen der Darstellung des Körpers konzentriert, wie sie die immer vielfältigeren filmischen Techniken hervorrufen. Bieten die eingesetzten Verfahren auch tatsächlich ein fragmentiertes und objektiviertes Bild der Darbietungen, so bilden sich in ihnen nichtsdestoweniger kohärente Mechanismen der Identifikation und Partizipation heraus, die zudem von Disziplin zu Disziplin und auch abhängig von geographischen oder kulturellen Eigenheiten variieren können. Dies ist der Blickwinkel, unter dem ich an Tennisübertragungen herangehe, wobei ich versuche, ei-

12 Aus Platzgründen habe ich mich entschieden, die Frage des Tons auszuklammern. Dies betrifft insbesondere den Live-Kommentar durch Journalisten und Experten während praktisch der Gesamtheit der Sportübertragungen – trotz der offenkundigen Bedeutung dieser verbalen Diskurse auf der semantischen wie auf der expressiven und auch der rhythmischen Ebene, was den Aufbau der dramatischen Spannung und der Spektakularität angeht.

13 Hierzu bietet David Rowe einen soliden historiographischen Überblick (Rowe 1999). Er bezieht sich dabei vor allem auf die Untersuchungen von Whannel (1992) und Goldlust (1987).

nige ästhetische und dramatische Implikationen der Modi des Filmens und der Montage der körperlichen Bewegungen herauszuarbeiten.

Durch einige seiner Besonderheiten (Langsamkeit,¹⁴ Technizität, Geometrie, Dualität), gehört Tennis zweifellos zu den sportlichen Ausdrucksformen, die von den der Welt des Kinos verbundenen intellektuellen Persönlichkeiten am meisten geschätzt und kommentiert werden (für Frankreich sind neben den Einlassungen Jean-Luc Godards Serge Daney's leidenschaftliche Kritiken [Daney 1994] und Michel Chions Kommentare¹⁵ zu nennen). Abgesehen von einigen grundlegenden, einigermaßen selbsterklärenden Gegebenheiten bleibt der «cinogene» Wert dieses Sports dennoch weitgehend unbestimmt, besonders was das mediale Dispositiv angeht, das Tennis als Fernsehspektakel konstituiert. Wie bereits oben allgemein bemerkt, ist die Zahl der in den Tennisstadien präsenten Kameras tatsächlich beträchtlich gestiegen, zumindest was die Grand Slam-Turniere angeht (im Stadion Roland Garros: «vier oder fünf» verschiedene Apparate zu Beginn der 1980er Jahre gegenüber 15 im Jahr 2000¹⁶). Wie bei den meisten in Stadien stattfindenden Sportereignissen sind die wichtigsten, immer wiederkehrenden Figuren, die sich im live aus dem Regieraum vorgenommenen Schnitt ausmachen lassen, durch ein grundlegendes Alternieren organisiert zwischen der totalen und geometrischen Sicht des Matches (Totale in Aufsicht oder sogar aus der Vogelperspektive) und einer Reihe von Blicken, welche die individuellen Gesten und Emotionen detailliert zeigen; diese werden meistens auf Bodenhöhe des Tennisplatzes eingefangen. Synchron mit den verschiedenen Peripetien, die mit der Entwicklung des Spielstands verbunden sind (Spannung, große Momente) steigt beispielsweise die Frequenz der Schuss-Gegenschuss-Einstellun-

14 Der Journalist Olivier Joyard behauptet, dass diese Langsamkeit einer «widerständigen Form» gleichkommt: Widerständig gegenüber der Schnelligkeit der anderen Sportarten, die sich besser mit dem allgemeinen abgehackten und ultraschnellen Fluss der anderen Programme verbinden, und zwar so sehr, dass sich die Spielregeln ihrerseits fundamental verändern (wie beim Basketball und beim American Football), widerständig gegenüber dem *horror vacui*, der ganz generell das heutige Spektakel regiert. Denn die Langeweile, die Dauer, die langsame Spannung liegen diesem Spiel immer noch zugrunde» (Joyard 2000).

15 Michel Chion zufolge stellt Tennis «den akustischen Sport par excellence» dar, und zwar aufgrund des Raums, den die eher lakonischen Kommentatoren den Umgebungsgläuschen lassen» (Chion 1990, 134–136).

16 Aussagen der Aufnahmeleiterin von France Télévision, Françoise Boulain, aufgezeichnet von Joyard (2000). Sie schätzt damals (2000), dass «[ihre] Mittel immens sind» verglichen mit englischen und sogar mit amerikanischen Übertragungen. Die Zahl schließt auch den Apparat ein, der für die Interviews hinter den Kulissen zur Verfügung steht.

gen um ein Vielfaches: Dies dient dazu, die dramatische Beziehung hervorzuheben, welche sich zwischen beiden Spielern entwickelt, oder dazu, die Verbindung zwischen dem Court und den Zuschauern auf den Rängen (die wiederum die Position des Fernsehzuschauers spiegeln) herzustellen.¹⁷ Diese grundlegende Strukturierung des Raums bildet den Sockel, auf dem alle Übertragungen meines Korpus fußen. Es umfasst vier Begegnungen, die im Laufe der letzten dreißig Jahre in Wimbledon ausgetragen wurden: das Halbfinale von 1977 zwischen Björn Borg und Vitas Gerulaitis; das Finale von 1980 zwischen Borg und John McEnroe; das Halbfinale 1998 zwischen Goran Ivanisevic und Richard Krajicek und schließlich das Finale 2007, in dem sich Roger Federer und Rafal Nadal gegenüberstanden.¹⁸

Eine fundamentale Achse

In dreißig Jahren hat sich die Position der Hauptkamera (im folgenden K1) als jener Kamera, die alle Ballwechsel in ihrer Kontinuität zeigt, nicht verändert. Vom stark erhöhten Platz der Nordtribüne aus (gegenüber der *Royal Box*), bietet sie eine umfassende Aufsicht auf den Court: Sie umfasst in der Synthese eines einzigen Blicks die Fläche des Spielfelds in seiner ganzen Breite. Ein Spieler (S1) kehrt ihr also auf der Seite, wo K1 platziert ist, den Rücken, während der andere (S2), ihr zugewandt, sich im Hintergrund des Bilds bewegt. Durch den regelmäßigen Seitenwechsel der Antagonisten (alle zwei Spiele), beziehen die Spieler gleichmäßig alternierend beide Positionen und es ist schwer zu sagen, welche von beiden die vorteilhaftere ist. Während die eine so in der Achse verankert ist, dass der Blick von S1 in gewisser Weise die Perspektive des Fernsehzuschauers verlängert, stellt die zweite den Körper von S2 ins Zentrum der Darstellung. Die Wahl dieser fundamentalen Achse spiegelt den Wunsch wider, einen Kompromiss zu erzielen zwischen einer Aufsicht, die perfekt die Laufwege und Ballwechsel übersetzt, die menschlichen Gestalten aber auf Punkte redu-

17 Die Einstellung, die Joyards Artikel illustriert, zeigt das Vorhandensein einer solchen Kamera C1, die, oben auf der Längstribüne, die sich im Rücken der Spieler befindet, aufgestellt, den Tennisplatz komplett abdeckt. Alle anderen Blickwinkel werden nach dem Ende der Ballwechsel mobilisiert: «Sobald der Ball nicht mehr in Bewegung ist, und dies ist die meiste Zeit so, werden die dreizehn anderen Kameras aktiv» (Joyard 2000).

18 Die beiden ersten Matches sind von der britischen Lawn Tennis Association auf DVD herausgebracht worden. Es handelt sich um die Übertragungen der BBC. Für das Finale 2007 wurde die BBC1-Übertragung aufgezeichnet, für das Halbfinale 1998 die Übertragung auf Eurosport France.



Abb. 1

ziert, welche sich in einem geometrischen Raum bewegen, und einem Blickwinkel, der es erlaubt, die technischen Gesten auf der Höhe des menschlichen Körpers zu würdigen, dafür aber das Verständnis der Bewegungen erschwert, weil die Perspektive gestaucht wird.

Was den Wunsch angeht, das sportliche Geschehen so wenig wie möglich zu fragmentieren, so ist man sicherlich auf das erste der beiden oben erwähnten Paradigmen verwiesen, in dem darauf abgezielt wird, die räumliche Integrität der Darbietung(en) zu wahren, die Wechselwirkung der präsenten Kräfte zu verstehen und sicherzustellen, dass den visuellen Informationen so vollständig wie möglich Rechnung getragen wird. Diese Abhängigkeit eines Teils des Dispositivs vom aleatorischen Ablauf des Matches führt zu sehr unterschiedlichen Ergebnissen, je nachdem, welche Spielweise auf welchen Belag trifft: Die charakteristische Langsamkeit des Sandplatzes, welche die Protagonisten zu langen Ballwechseln von der Grundlinie aus zwingt, bringt wesentlich längere Aufnahmen von K1 hervor als die zwei oder drei Schläge, derer es bedarf, um auf Rasen oder auf Hartplätzen, die in der Halle verwendet werden, einen Punkt zu machen. Obwohl es in beschränktem Maß auch andere Blickwinkel gibt, wird die Zentralität von K1 absolut nicht in Frage gestellt; einige Passagen der Spiele von 1998 und 2007 dokumentieren sogar eine Rückkehr zu dieser Grundeinstellung noch vor Beginn der Aufschlagsbewegung, ebenso wie die ununterbrochene Aufnahme von zwei aufeinander folgenden Punkten ohne dass man sich im Intervall zwischen beiden «aufs Spielfeld begäbe».

In einigen wenigen Fällen (einige kurze Ballwechsel in den vier betrachteten Matches) kann das Geschehen von der gleichen Tribune aus, aber aus einer niedrigeren Position als K1 gefilmt werden, eine

Position, die im übrigen verwendet wird, um S2 von vorne einzufangen und die später einen beträchtlichen Teil der Wiederholungen stellt. Schließlich kann eine seitlich positionierte Kamera für einen kurzen Moment K1 ersetzen, wenn K1 der Flugbahn eines Balls nicht zu folgen vermag, weil sie außerhalb der unteren Begrenzung ihres Bildausschnitts endet (hier gibt es lediglich zwei Beispiele in meinem Korpus: 1977 nach einem langen Angriffsball von Björn Borg, 2007 bei einem Schmetterball in der Rückwärtsbewegung von Rafael Nadal).

Seitenansichten für einen 360°-Raum?

Die auf dem Spielfeld auf der Höhe der Athleten platzierten Kameras filmen diese in einer Vielzahl von Detail Einstellungen in variablem Maßstab (von mittleren Einstellungen bis zur Nahaufnahme). 1977 stehen zwei Kameras bei der Nordtribüne und kadrieren vor allem S1, während zwei andere Objektive (eines davon in Untersicht) in Verlängerung der Achse, auf der auch der Schiedsrichterstuhl steht, vor allem auf S2 gerichtet sind. In Befolgung der 180°-Regel befinden sich die Kameras auf den Mittelachsen des Feldes (in der Länge und in der Breite) außerhalb derer kein Bild eingefangen wird. Alle Aufnahmen sind also in der von K1 vorgegebenen Richtung verankert, die so tatsächlich das identifikatorische Zentrum des Dispositivs bildet. Diese für Wimbledon charakteristische Anordnung ist für den Blick, der an die Übertragungen der meisten heutigen europäischen und amerikanischen Turniere gewöhnt ist, etwas überraschend. Denn deren Minimalorganisation basiert, was die Aufnahmen von den Platzrändern aus angeht, von vornherein weitaus deutlicher auf den in der Nähe des Netzes aufgestellten Kameras (also in etwa am zentrifugalen Ort des Schiedsrichterstuhls), um mit jeder einen einzelnen Spieler zu verfolgen. Daraus resultiert ein deutlicher Schuss-Gegenschuss-Eindruck, der von der seitlichen Achse ausgeht und zu der von K1 festgelegten Achse, in seltenen Fällen ihrer etwas niedriger postierten Variante, wechselt.

In unserem Korpus ist dieses kanonische Dispositiv ab dem Finale von 1980 deutlicher ausgeprägt, in dem sich ganz explizit die neue Zuordnung eines vom Netz aus spezifisch auf S1 gerichteten Objektivs zeigt, die von nun an den Schuss-Gegenschuss-Eindruck zwischen Borg und McEnroe verstärkt. 1998 stehen diese Einstellungen immer noch im Zentrum des Dispositivs, bei dem Sprünge über die 180°-Achse ziemlich selten bleiben, gleichwohl aber durch das Hinzufügen einer Kamera auf der Längsseite gegenüber dem Schiedsrichterstuhl (in Untersicht vom Spielfeld) ermöglicht werden. Deren Aufnahmen sind vor



Abb. 2-5

allem dazu bestimmt, während der Pausen die sitzenden Spieler zu zeigen, und darüber hinaus für zahlreiche Zeitlupen. Hinzu kommt auch eine Perspektive von den Tribünen herab, um eine zweite Übersicht des Stadions anzubieten. Letztere nimmt einen prophetischen Status an, wenn man das Finale von 2007 betrachtet. Nachdem in der Zwischenzeit für das breitere 16/9-Format optiert wurde, nimmt das TV-Dispositiv von Wimbledon zwar in seiner Anordnung im Wesentlichen die oben dargelegten Grundlagen wieder auf, überführt diese aber in einen geräumigeren und luftigeren Kontext: die neu auftauchenden Perspektiven, vor allem zwei Kameras, die seitlich um S2 herum aufgestellt sind, zeichnen sich alle durch Weitwinkelobjektive aus, die es vor allem ermöglichen, die Silhouette des Spielers in einer künstlichen Ausdehnung des Raums (breiter Rasensaum im Vordergrund, breiter Himmelsstreifen im Hintergrund des Bildes) zu erfassen. Gemeinsam mit der parallelen Vermehrung der Kameras auf den oberen Rängen¹⁹ und dem Einsatz einer Kamera auf einem außerhalb des Stadions aufgestellten Kran erzeugen diese Kadrierungen eine distanziertere, geometrischere und geordnetere Sicht auf das Stadion und das dort ablau-

19 So zum Beispiel bei der angeschnittenen Einstellung einer Zuschauerin, die der Begegnung folgt – die wie losgelöst vom Rest des Publikums von einem stark erhöhten Punkt aus gezeigt wird –, oder die weit ausholenden Bewegungen der Kamera, die vom bewölkten Himmel bis zum Spielfeld reichen.

fende Ereignis (Abb. 2–5). Es ließe sich sogar sagen: eine mechanischere Sicht, denkt man an eine andere Innovation der jüngsten Zeit: eine ferngesteuerte Kamera, die entlang der Grundlinie des Courts auf und ab fährt. Die durch Untersicht und das Einfangen der angeschnittenen Silhouetten am Rand des Spielfelds gekennzeichneten Einstellungen haben eine frappierende Ähnlichkeit mit den Bildern Riefenstahls aus dem Stadion von Nürnberg (TRIUMPH DES WILLENS, D 1935) oder vom olympischen Schwimmbecken (OLYMPIA, D 1938).

Die Montage: das Zusammenfügen des Nahen und Fernen

Um den Eindruck von Geschwindigkeit und Dynamik zu erzeugen, ist eine relativ hohe Anzahl von Kameras nicht unabdingbar, denn dieser kann sowohl vom Rhythmus, in dem zwischen verschiedenen Einstellungen hin- und her gewechselt wird, abhängen als auch von der Fähigkeit der Kameraleute, mit dem Zoom zu arbeiten: Dadurch ergeben sich nicht nur sehr lebendige Kamerabewegungen, sondern auch viele verschiedene Blickwinkel. Die maximale Ausnutzung dieser Parameter erklärt den bereits in der ältesten Aufnahme meines Korpus (1977) auffälligen Kontrast zwischen dem statischen Charakter von K1, wo Aktivität nur durch die Bewegungen der Spieler innerhalb des fixen Bildausschnitts entsteht, und der ständigen Beweglichkeit, ja Nervosität, die von den zwischen den Ballwechseln aufgenommenen Bildern ausgeht. Schon 1977 wird die Kadrierung im Lauf des Matches mit wachsender Dramatik immer enger. Während die Ballwechsel die meiste Zeit in halbnahen Ansichten gezeigt werden, welche auch die Rackets zeigen, sieht man, wenn Borg einen Spielball hat, Großaufnahmen der Mimik beider Protagonisten.

Auf dieser Ebene der Montage besteht eine der vornehmlichen Herausforderungen für die Regie darin, einen harmonischen Wechsel von den Detail Einstellungen, die den Zeitraum zwischen den Ballwechseln abdecken, zu K1 zu gewährleisten. Der Übergang wird systematisch vollzogen, nachdem der aufschlagende Spieler den Ball geworfen hat. Dieser Aufstiegsbewegung entspricht die vom Dispositiv selbst ausgeführte: vom Platz zum Dach der Tribüne. Generell wird ein Bild dieser Aufschlagsgeste direkt vor der Rückkehr zu K1 eingespielt, die exakt in dem Moment übernimmt, wenn der Ball geschlagen wird. Präsentiert in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle der Bildausschnitt des aufschlagenden Spielers den ganzen Körper in einer Halbtotale, kann er sich auch auf die Hände oder, impliziter, auf die Füße des Spie-

lers konzentrieren, die sich an der Grundlinie aufstellen (so 1980 für McEnroe zu Beginn des 4. Satzes oder 2007 für Federer, als der 3. Satz anfängt). Allein im Fall von 1977 (für Gerulaitis) währt diese außergewöhnliche Kadrierung länger, wo erst wieder auf K1 zurückgeschaltet wird, um einzufangen, wie der Aufschlagende aufs Netz zuläuft (und die Geste, mit der der Ball ins Spiel gebracht wird, ist durch die vorangehende Einstellung der Füße lediglich impliziert). Seit 1977 gestaltet man den extrem wichtigen Übergang «zurück zu K1», indem man die Option einer Ansicht des Gegenspielers wählt. Davon zeugt vor allem die rasche Einblendung einer Großaufnahme des schweißbedeckten Gesichts von Borg zwischen zwei Einstellungen, in denen Gerulaitis erst einen Aufschlag vorbereitet und dann den Ball tatsächlich ins Spiel bringt: Der Kopf des Schweden, dessen Blick ins Off gerichtet ist, hebt sich immer energischer, während die Kamera ihm mehr schlecht als recht folgt. Dieser Effekt gehört auch 2007 noch zum Grundvokabular: Zahlreiche Einstellungen des Returnspielers setzen dort mit der Detailaufnahme des auf den Schläger treffenden Balls ein und schwenken dann in dem Augenblick, in dem der Ball Schwung bekommt, in einer gewollt unkontrollierten Bewegung nach oben.

Beruhet die Logik der Montage meistens auf diesem grundlegenden Alternieren zwischen den beiden Sportlern, scheinen manche Abfolgen vor allem eine ästhetische Funktion zu haben. So zögert man beispielsweise 1977 nicht, ein und dieselbe Aufschlaggeste Borgs in drei verschiedene Einstellungen zu zerlegen: von der Seite in einer (Halb)Nahen (die Arme bei der Vorbereitung, 4 Sek.); von vorne in einer Halbtotalen (bei Hochwerfen des Balls, 1 Sek.) und K1 (der eigentliche Schlag und Spiel). Daraus entsteht der Eindruck einer schrittweisen Entfernung der Kamera im Verhältnis zum Gegenstand, zuerst mittels eines 90°-Winkels, dann mittels eines Sprungs nach hinten auf derselben Achse. Diese drei Bilder weisen zwar eine gewisse Redundanz auf, was den Informationsgehalt angeht, sie gestalten aber auch in wunderbar flüssiger Weise den Übergang zwischen den beiden Ebenen des Spielfelds und der erhöhten Sicht, zu der man ohne Unterlass für die Ballwechsel zurückkehrt. Dreißig Jahre später erfolgt die Rückkehr zu K1 unmittelbar nach einer Großaufnahme der Augen Nadals in dem Augenblick, in dem er den Ball zum Aufschlag in die Luft wirft: eine explosive Abfolge, die sehr gut der maximalen Entfaltung der Energie entspricht, die diesen Spieler auszeichnet. Im selben Match führt ein Einsatz des Spaniers zu einer rein visuell motivierten Bewegung, die vom Schatten des Spielers zu Federers Schläger schneidet, eine Einstellung, die dann zum Gesicht des Schweizer schwenkt, bevor K1 wieder übernimmt.



Abb. 6, 7

In diesem Zusammenhang kann die Montage auch dazu dienen, die psychologische Reaktion eines Protagonisten dadurch zu überhöhen, dass sie in einer Abfolge verschiedener Einstellungen kontinuierlich wieder aufgenommen wird. Nach einem missglückten Volleyschlag McEnroes im Tiebreak des 4. Satzes des Finales 1980 wird der Ausdruck der Enttäuschung des Amerikaners, der sich zunächst ostentativ die Augen mit beiden Händen zuhält, in sieben aufeinander folgenden Einstellungen zerlegt (K1; zwei verschiedene seitliche Ansichten; Kamerafahrt am Netz entlang; K1; Großaufnahme, K1). Unmittelbar vor dem Servieren eines Matchballs unterstreicht 1998 eine Montage von zwei Großaufnahmen den Blickwechsel zwischen beiden Spielern und verstärkt so den Eindruck eines intensiven psychologischen Duells (Abb. 6, 7).

Zwischen Attraktion und Narration: kontrastreiche Bilder des Publikums

In den früheren Übertragungen konzentriert sich die Aufmerksamkeit vor allem auf die Spieler, was zur Folge hat, dass das Dispositiv des Stadions selbst zugunsten des Geschehens zwischen den Protagonisten ausgeblendet wird. So kommen die Schiedsrichter nur äußerst selten in den Genuss, Gegenstand einer gesonderten Einstellung zu sein, allerdings für das Jahr 1977 mit der bemerkenswerten Ausnahme eines betagten Linienrichters, der eine äußerst unbequeme, nahezu groteske Haltung einnimmt, um das Geschehen besser verfolgen zu können (eine Einblendung, die sich durch eine Logik der *Attraktion* rechtfertigt), und den man etwas später erneut zeigt, als Zweifel aufkommen, ob ein Ball im Feld war (um nun den Geboten der *Narration* zu gehorchen). 1998 und 2007 bleibt es bei vereinzelt Detailaufnahmen der Schiedsrichter und Balljungen, die sich auf einige Fälle beschränken, in denen Schwierigkeiten bei der Bestimmung des Spielstands auftreten.

Da sie in der Untersicht aufgenommen sind, zeigen manche Ansichten vom Spielfeld aus den Athleten einzig vor dem Hintergrund der Masse des Publikums auf den Tribünen. Dieser Überblendungseffekt innerhalb einer Einstellung verweist in emblematischer Weise auf die Dialektik zwischen Individuum und Kollektiv, zwischen Champion und gleichförmiger Masse, die bei jeder Spektakularisierung des Sports mit im Spiel ist. Diesem Anblick, der gleichzeitig verschmelzend (der Champion und die Menge, die ihn zum Helden macht) wie hierarchisierend wirkt (der Körper des Sportlers, der den Gesellschaftskörper subsumiert) stehen andere Bilder entgegen, die schon 1977 auftauchen. Auf diesen scheinen sich die Athleten in einem abgeschlossenen Universum zu bewegen, in dem nur hin und wieder Schiedsrichter und Linienrichter kurz in Erscheinung treten. Der Großteil der Kadrierungen bewegt sich letztlich aber zwischen diesen beiden Polen.

Während die raren Einblendungen von Bildern des Publikums (einige undeutliche Ansichten stets derselben Tribüne von weitem), welche in die Übertragung von 1977 eingesprenkelt sind, auf keinerlei spezifische Interaktion mit dem Tenniseschehen verweisen, wird das Match von 1980 (Gipfeltreffen zwischen Björn Borg, dem bedeutendsten Medienstar dieses Sports seit den 1920ern, und John McEnroe, der sich mit dem Gebaren eines charismatischen Rebellen zu dieser Zeit gerade als sein Hauptrivale durchsetzt) von einer ganzen Reihe von Verfahren durchzogen, die darauf abzielen, die Reaktionen des Publikums zu betonen, sei es, dass es sich um verschiedene Fans handelt oder um Angehörige der Spieler, die in der Nähe der *Royal Box* sitzen. Zwar werden sie nicht in Großaufnahmen und auch immer nur für kurze Momente gefilmt, gleichwohl werden sie in diesen Einstellungen aus dem Publikum herausgegriffen und heben sich deutlich durch ihr lärmendes Gebaren, ihre Kleidung oder gar durch ihre Beziehung zum medialen Dispositiv selbst ab (manchmal wird die Kamera wahrgenommen und in ihre Richtung geblickt). Manche von ihnen kehren mehrfach wieder und drängen sich so als Protagonisten des Spektakels auf, so zum Beispiel eine junge Frau, die einen Schal schwenkt oder drei *Fans* von McEnroe im Spitzenjabot (Abb. 8). Nachdem letztere einmal während des ersten Satzes vorgestellt werden, zeigen sie auf dem Bildschirm ihre Bestürzung, als Borg im Verlauf des vierten Satzes dem Amerikaner seinen Aufschlag abnimmt; dann brechen sie in Freude aus, als es ihrem Helden gelingt, nach einem Bilderbuch-Tiebreak auszugleichen. Diese Bekundungen antworten auf vergleichbare Reaktionen der Fans des Schweden, deren überschwängliche Freude einmal den traurigen Minen der gegnerischen Fans entgegengestellt wird.



Abb. 8, 9

Die Herstellung einer solchen Beziehung zwischen Publikum und Spielfeld, ein bei Leni Riefenstahl häufig wiederkehrendes Element (Abb. 9),²⁰ erscheint noch ausgeprägter, wenn man die Interaktion zwischen beiden Spielern und der Tribüne in Betracht zieht, auf der ihre Trainer und Familienmitglieder sitzen. Am Ende des ersten Satzes von 1980, den McEnroe mühelos gewinnt, alternieren zwei Totalen dieser Box symmetrisch mit Einstellungen, die jeden Spieler einzeln zeigen. Kurz bevor Borgs Gesicht erscheint, das diese Serie (von Einstellungen) abschließt, fokussiert das Bild den beunruhigten Gesichtsausdruck der Freundin des Schweden. Abgesehen von einigen kurzen Auftritten in Schlüsselsituationen des Matches greift die Übertragung systematisch am Ende des heftig umkämpften vierten Satzes auf diese dramatischen Effekte zurück. Ballwechsel für Ballwechsel gehen Nahaufnahmen direkt den Schlüsselmomenten des Spielverlaufs voraus oder folgen diesen unmittelbar, so besagte beklommene Haltung der Gefährtin Borgs, die wir händeringend und mit geschlossenen Augen sehen, oder der ungenierte Beifall von McEnroes Vater. Am Ende des Matches – und im Unterschied zu 1977 – zeigt das auf den letzten Punktgewinn folgende Bild die Box mit dem jubelnden Borg-Clan. 1998 werden solche dazwischen geschnittenen Einstellungen des Publikums keineswegs systematischer zur Gestaltung des Matches eingesetzt, das zwar keine vergleichbare historische Tragweite hat, das aber von ebenso phänomenaler Spannung belebt wird (endloser letzter Satz zwischen zwei großen Figuren des Rasenspiels). Die Inserts von Großaufnahmen der Freundin von Richard Krajicek erlangen dennoch leitmotivischen

²⁰ In *OLYMPIA* (D 1938, Leni Riefenstahl) wird insbesondere eine solche Beziehung zwischen einer Zuschauerin und den Spitzenleistungen von Jesse Owens oder zwischen Adolf Hitler und den Ergebnissen eines deutschen Athleten gestiftet.

Status, was sich nicht nur durch die Leistungen des niederländischen Champions rechtfertigt, denen sie applaudiert (*Narrations-Ebene*), sondern auch durch die stereotype Schönheit der jungen Frau (*Attraktions-Ebene*). In einem zu dieser Zeit schon obligatorischen Anschluss folgt dem Matchball rasch ein intensiver Blickwechsel zwischen dem Sieger Goran Ivanisevic und seinem Vater, der triumphierend die Faust ballt.

In Einklang mit dem besonders luftigen und entrückten Charakter des 2007 installierten Dispositivs (siehe oben), ist der erste Eindruck, den man vom Publikum in diesem Finale gewinnt, mechanisch, ja sogar entmenscht. Wenn der Ausführung eines bemerkenswerten Punktgewinns auf dem Bildschirm sogleich ein Bildausschnitt folgt, der eine kompakte Zuschauermasse beim Applaudieren zeigt, herrscht der Eindruck vor, man habe einen *stock shot* ohne jeglichen direkten Bezug mit dem dargestellten Ereignis eingefügt. So baut sich in der Folge eine Spannung auf zwischen dieser ersten Dimension und dem Beibehalten einer Logik, die darauf abzielt, durch Großaufnahmen einige Unbekannte mit exzentrischem *Look* oder verführerischem Äußeren einzubeziehen. Diese Auserwählten tauchen aber nur ausnahmsweise auf, jedenfalls verglichen mit den prominenten Persönlichkeiten, auf die sich die Vorstöße der Kamera ins Publikum im Wesentlichen konzentrieren. Über die markante Präsenz früherer Gewinner des Turniers hinaus (ein Aspekt, auf den ich noch zurückkomme), sind diese Referenzgestalten natürlich die dem Match auf der offiziellen Tribüne beiwohnenden Familien der beiden Spieler. Nachdem sie schon früh den Fernsehzuschauern vorgestellt wurden, werden ihre Reaktionen in jedem entscheidenden Moment des Matches gezeigt. Hier sei vor allem auf den Jubel des Onkels und Trainers von Nadal verwiesen, mit dem dieser einen Breakball begrüßt, den sein Schützling zugesprochen bekommt, oder auch die Ausrufe von Federers Angehörigen, als dieser im gleichen Spiel den Vorteil zurückgewinnt (vor allem mittels der klassischen Einblendung einer äußerst ausdrucksstarken Serie von Großaufnahmen des Gesichts von Mirjana Vavrinc, der Lebensgefährtin Roger Federers, die auf den letzten wirklichen Schlagabtausch zwischen beiden Spielern beim Stand von 2-2 im 5. Satz folgen).

Diese verschiedenen Persönlichkeiten funktionieren als Figuren, die den Übergang zwischen dem gesichtslosen Publikum und den stark individualisierten Champions stiften, ein Aspekt, den verschiedene visuelle Verfahren unterstreichen. So wird die hochmütige Haltung einer bezaubernden Unbekannten aus dem Federer-Clan durch einen *zoom-in* hervorgehoben, eine Kamerabewegung mit zwei komplexen Funktionen. Zum einen verdoppelt ihre fetischistische Na-



Abb. 10, 11

tur das seinerseits fetischistische Verhalten der Frau (ihre beiden Hände umklammern nervös einen Ball), andererseits löst sie dieses ikonische Fragment aus dem Boulevard-Kontext der *Royal Box* heraus, um es als Archetyp des Zuschauerverhaltens (halb angespannt, halb passiv) vermittels einer Überblendung zu einer Totalen des Stadions in einem anderen Licht erscheinen zu lassen. Der *zoom-out* wird übrigens bei mehreren Gelegenheiten verwendet, um die Beziehungen zwischen bestimmten Persönlichkeiten im Publikum und Spielern auf dem Platz herauszustellen: So gleitet man etwa von Vater Federer zu Rafael Nadal (um den Antagonismus zwischen beiden Lagern zu unterstreichen) oder von John McEnroe in seiner Kabine zu Roger Federer (um den Akzent auf die Beziehung zwischen zwei verschiedenen Spielergenerationen zu legen). Sehr viel prosaischer verbindet eine andere Kamerabewegung Nadals Gesicht mit dem offiziellen Logo des Turniers, das auf einer Tribüne angebracht ist (Abb. 10, 11). Dieser Zoom lässt sich auf zwei unterschiedliche Weisen interpretieren. Signalisiert er das sich zu dieser Zeit vollziehende Eingehen des iberischen Sportlers in die Geschichte einer so prestigeträchtigen Veranstaltung wie Wimbledon? Oder markiert er vielmehr den Punkt, an dem sich die Auflösung der Gestalt des Champions in eine rein graphische Gegebenheit vollzieht und verweist so auf den artifiziellen Charakter des Fernsehspektakels, das vom Dispositiv erstellt wird, dem die Kamera zugehört?

Von der Analyse zur Computersimulation der Bewegung

Eine solche erschöpfende Mediatisierung des Sportlerkörpers tritt in der Art und Weise zutage, wie die Spieler gleichzeitig aus allen möglichen Blickwinkeln erfasst werden. So wird während einer Pause zu Beginn des 4. Satzes der auf seinem Stuhl sitzende Nadal sukzessive aus diversen seitlichen Detailansichten gezeigt, und dies bis zu den personalisierten Motiven, die die Ferse seiner Tennisschuhe zieren (ein



Abb. 12–15

«Rafa»-Logo und ein stilisierter Stier). Die darauf folgende Einstellung rückt diese Zeichnungen in die Nähe einer Aufschrift, die in Federers Tasche eingepreßt ist und die an seine vier vorangegangenen Siege in Wimbledon erinnert. Dieses Insistieren auf der Beziehung, die zwischen den verschiedenen Facetten der sportlichen Aktivität (von der *persona* bis zur Weltrangliste) und den aus der Vermarktung hervorgegangenen Produkten besteht, findet sich ebenfalls in einem anderen emblematischen Bild wieder, wo eine Kamera in Richtung auf eine Anzeigetafel und die dort angegebene Zahl zoomt. Diese Zahl wird stufenweise von ihrer indikativen Funktion im Kontext des Spielstands abgelöst, um schließlich allein in ihrer Materialität fortzubestehen: ein immer verschwommeneres Muster, aus dem in einer neuen Einstellung mit einem *zoom-out* einer der beiden Finalisten auftaucht (Abb. 12–15). Ein solches Bild lässt sich als spontanes Symbol des Objektivierungsprozesses deuten, der schrittweise die gefilmten Elemente unter der Wirkung ihrer Virtualisierung erfasst. Konnte 1980 die Gegenüberstellung des Tennisspielers und des *scoreboard* innerhalb des gleichen Bildes noch auf die Existenz einer dem dargestellten Raum eigenen Zeitlichkeit *in situ* verweisen, so sieht sich die Beibehaltung desselben Tableaus in der Ära des Digitalfernsehens mit einer ganz anderen Dimension des Bildschirms konfrontiert, der von vielfältigen Inserts gesättigt ist, die beständig auf eine tabellarische und synthetische, beinahe an Raumfahrt erinnernde Sicht des Matches selbst zurückgreifen

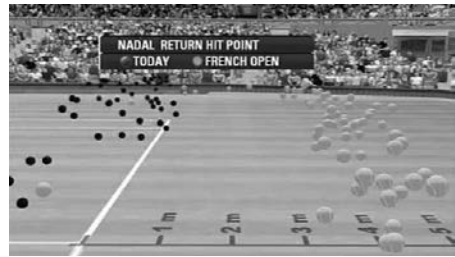
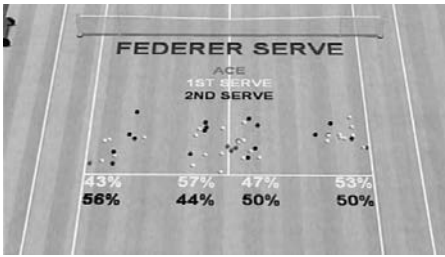


Abb. 16, 17

und nicht beim Spielstand verweilen, sondern auch bei den verschiedensten statistischen Informationen: Zahl der Asse, der Doppelfehler, der Punkte durch Volleyschläge, durch Aufschlagreturns, verwandelte Breaks, etc. (Abb. 16, 17). Aber die schrittweise Umgestaltung des dem Fernsehspektakel des Sports eigenen Flusses – und zwar ausgehend vom Bildervorrat, den es unablässig hervorbringt – hat sich vor allem auf einer anderen Ebene vollzogen: Sie betrifft die Tatsache, dass das Geschehen immer wieder und aus verschiedenen neuen Blickwinkeln in Zeitlupe gezeigt wird.

Als die Journalisten der *Equipe*, die Godard interviewten, ihn darauf hinweisen, dass die Fernsehzuschauer, die den Bildschirm dem Stadion vorziehen, von der Möglichkeit angetan sein könnten, das Geschehen noch einmal zu sehen und so besser zu verstehen – sei es mittels der in den Übertragungen angebotenen Zeitlupen oder mittels der Option, selbst mit den Bildern zu hantieren, wie sie sich durch das Aufzeichnen²¹ der Ausstrahlung eröffnet – und auch, als sie auf den Wunsch hinweisen, mittels des Rückgriffs auf Vergrößerungskameras und Zeitlupen²² die Ereignisse besser zu sehen, machen sie damit auf eine der ersten Funktionen aufmerksam, die den Bildern in Bezug auf die menschliche Bewegung zugewiesen wurden. Als Werkzeug zur mechanischen Einschreibung mit indexikalischem Wert lässt sich die Kamera in der Tat als Mittel auffassen, das Sportexperten zur Verfügung steht, um bestimmte Bewegungen zu studieren oder zu überprüfen. Als Quelle eines dem Menschen äußerlichen Blicks, der die Bewegung in ihre Details zerlegt und in der Folge erlaubt, deren Präzision zu erhöhen, ist die filmische

21 Godard stimmt widerwillig zu: «Zum Zweck des Studiums vielleicht, aber nur unter der Voraussetzung, dass es von Anfang an gut gefilmt ist. Aber wenn man einem Spektakel beiwohnt, warum sollte man es sich noch einmal ansehen?» (Godard 2001, 9).

22 Godard hält dagegen: «Es geht ihnen nicht um die Wahrheit der Dinge, sondern nur um den Glanz des Ereignisses.» Überhaupt reiht sich der Regisseur mit seinen Äußerungen in eine alles in allem recht konventionelle Verurteilung des Raums ein, den Starkult und Geld im Milieu des Sports einnehmen (ibid.).

Aufnahme in der Tat dazu angetan, die Analyse durch das Wiederholen, Verlangsamten oder Anhalten des Bildes zu begünstigen. Diese Funktion verweist im Übrigen auf die Anfänge der kinematographischen Technik zurück, die ab den 1870er Jahren zunächst entwickelt wurde, um im Rahmen der Forschungen von Eadward Muybridge, aber auch von Etienne-Jules Marey und Georges Demenÿ, als analytisches Instrument für physiologische Studien menschlicher oder tierischer Bewegungsabläufe zu dienen. Demenÿ, einer der Pioniere der Gymnastik in Frankreich, hat in der Folge eine zentrale Rolle in der rationellen Untersuchung von Bewegungen gespielt, sei es zu utilitaristischen oder zu ästhetischen Zwecken (vgl. Mannoni/Ferrière/Demenÿ 1997).

Auch wenn es eine rein anekdotische Feststellung ist, so mag es vielleicht doch ausschlussreich sein, dass die *Station physiologique*, in der Marey und Demenÿ von 1882 an arbeiteten, an eben jenem Ort stand, an dem dann das Stadion Roland Garros errichtet wurde (und durch dessen Ausbau Ende der 1970er Jahre der Zugang zu den Überresten des Institut Marey versperrt wurde, in dessen Mauern die Tätigkeit der Station fortgesetzt worden war) (Mannoni 1999, 174–184). Angetrieben vor allem von den Forschungen Demenÿs an der *École militaire* von Joinville (die der Leibeserziehung der Soldaten galten)²³, aber auch von den Entdeckungen der Nachfolger Mareys im Zusammenhang mit der Zeitlupe hat man in Sportlerkreisen für Studium und Pädagogik der technischen Bewegungsabläufe häufig auf kinematographische Methoden zurückgegriffen (chronophotographische Analyse, Einsatz der Zeitlupe). Die Auswertung der französischen Sportzeitschriften aus den Jahren 1910–1920 offenbart den konstanten Wunsch nach der visuellen Erklärung der Bewegung durch ihre Verräumlichung, dem großartig gestaltete Seiten entspringen, die gleichermaßen von ästhetischem wie von didaktischem Wert sind. Tennis taucht dabei regelmäßig unter den sportlichen Disziplinen auf, die durch solche «stilistischen» Studien zur Geltung gebracht werden. Während der 1920er Jahre werden etwa die Bewegungen von Suzanne Lenglen, dem großen Star des Damentennis, die wie eine echte Tänzerin wahrgenommen wurde,²⁴ in Bilderse-

23 So bemerkt 1913 ein Offizier dieser Schule: «Nichts kann besser als diese Dokumente einen exakten Eindruck der verschiedenen Phasen einer Bewegung vermitteln, Phasen, die selbst dem geübtesten Auge entgehen. Passt man diese wissenschaftlichen Verfahren den Bedürfnissen des Sports an, sind sie dazu angetan, denjenigen, die sich ertüchtigen, die größten Fortschritte zu ermöglichen» (Rocher 1913, 423).

24 «Suzanne Lenglen vereint in sich die Kunst der Choreographie und die Kunst des Tennis. Ihr Spiel ist ein fortwährender Tanz mit unzähligen Figuren und unablässigen Variationen» (*Le Miroir des sports*, NR. 340, 19. Oktober 1926, S. 296).

rien zergliedert, die an chronophotographische Bildtafeln erinnern.²⁵ Auch heutzutage werden bei wissenschaftlichen Untersuchungen der Bewegungen im Tennis immer wieder Analyseweisen verwendet, die in der Tradition solcher Techniken der Zerlegung der Bewegungen stehen. Der intensive Rückgriff auf *motion capture* erlaubt es beispielsweise, alle Daten einer Bewegung aufzunehmen, um ihre Ausführung zu verbessern – eine direkte Weiterführung der utilitaristischen Zielsetzungen, die Georges Demenÿ vor mehr als einem Jahrhundert vertrat.

Wie mein Wimbledon-Korpus offenbart, nimmt diese analytische Aktivität in den heutigen Tennis-Übertragungen einen immer wichtigeren Platz ein. Sie entspringt zunächst rein ästhetischen und technischen Motiven. Die einzige Zeitlupe, die im Lauf der Partie von 1977 gezeigt wird (eine Abfolge von Schlägen Borgs, frontal gefilmt und einer früheren Phase des Spiels entnommen) zielt weder darauf ab, noch einmal einen spezifischen Punktgewinn anzusehen, noch darauf, eine bestimmte Phase des Spiels nachzuvollziehen, sondern allein darauf, das technische Talent und die Anmut des Spielers hervorzuheben. Der Umstand, dass die Zeitlupen mit analytischer Zielsetzung (insgesamt vier), die während des Finales von 1980 gezeigt werden, wie Vorhänge seitlich ins Bild aufgezo-gen werden und so als different markiert in die visuelle Kette eingefügt werden, verweist auf die Absicht, diese Interventionen und ihren Status klar abzugrenzen, da hier mit dem chronologischen Ablauf des Matches gebrochen wird. Betrachten wir hingegen die Bilder von 1998, werden wir sofort in ein anderes Universum versetzt, in dem regelmäßige *replays* den Rhythmus bestimmen, die aus der Kombination aller Kamerawinkel und den Möglichkeiten von LSM (Live Slow Motion-Aufnahmen) hervorgehen. Die 180°-Grad-Regel, die schon in den Live-Bildern der Ballwechsel zum Teil außer Kraft gesetzt ist, verliert vollends ihre Gültigkeit, wenn etwa – eines von Dutzenden Beispielen – ein und derselbe spektakuläre Volleyschlag Ivanisevics aus drei verschiedenen Blickwinkeln gezeigt wird: K1 und zwei, sowohl was die Horizontale als auch was die Vertikale betrifft, entgegengesetzte Positionen (Netz in Untersicht von der einen Seite, Tribüne in Übersicht von der anderen).

Diese Verbindung zwischen einem zerhackten Zeitfluss, der von unablässigen Rückblicken bestimmt wird, und einer ständig in Frage gestellten Raumordnung erzeugt zwar den Eindruck einer gewissen perzeptiven Verwirrung, doch geschieht dies alles auf Grundlage rhythmischer Strukturierungsformen, die bereits in einigen avantgar-

25 «La cinématographie de son jeu», *La Vie au Grand Air*, n°852, mars-avril 1920, S. 6f.

distischen Konzeptionen des Kinos erprobt worden sind. Schon die ersten Filmtheoretiker (besonders die Franzosen Jean Epstein und Germaine Dulac), die vom Bergsonschen Konzept der inneren *durée* geprägt waren, haben die Fähigkeit des Kinos hervorgehoben, durch seine spezifischen Darstellungsformen eine neue, diskontinuierliche und aufgebrochene Form der Zeitlichkeit zu schaffen. Ohne deswegen die Unterschiede nivellieren zu wollen und der sehr unterschiedlichen ästhetischen Kontexte zum Trotz, ist hier doch eine sichtlich vergleichbare Logik in der Aneinanderreihung zahlreicher verschiedener Zeitlupen am Werk, die mittlerweile noch den kleinsten Aspekt des Tenniseschehens begleiten – ganz zu schweigen vom Einfangen von Gesten und Bewegungen von rein ästhetischem Wert, sei es die kämpferische oder frustrierte Körpersprache der Spieler oder die emotionalen Ausbrüche, mit denen ihre Angehörigen auf das Geschehen reagieren.

Im Wimbledonfinale 2007 enthüllt sich eine der zentralen Zielsetzungen hinter den Bestrebungen, Autonomie gegenüber dem linearen Verstreichen der Zeit zu gewinnen – eine Autonomie, die letztlich jedes bedeutende Sportereignis für sich in Anspruch nimmt: Es geht um den Wunsch, einen Platz in einer mythologischen Geschichte einzunehmen, in der sich die großen Leistungen der Vergangenheit und das aktuell Vollbrachte wechselseitig durchdringen. Anlässlich der Chance, Roger Federer den phänomenalen Rekord Björn Borgs (fünf Siege hintereinander) einstellen zu sehen, ist dieses Vorgehen explizit sichtbar geworden, wie es die von den Kameras ausgiebig dokumentierte Anwesenheit früherer Gewinner des Turniers demonstriert: Jimmy Connors und John McEnroe in den Kabinen der Kommentatoren, Boris Becker und vor allem Borg selbst im Publikum. Letzterer wird bei zahlreichen Gelegenheiten mit dem aktuellen Champion in Verbindung gebracht, nicht nur durch Anschlüsse zwischen ihren Gesichtern (was natürlich vor und nach dem Matchball der Fall ist, der den Sieg des Schweizers besiegelt und wo dessen Freudentränen mit dem enttäuschten Lächeln des früheren Stars kontrastieren), sondern auch durch verschiedene Verfahren der Konfrontation beider Männer innerhalb ein und desselben Bildes, von der *Sukzessivität*, die ein Zoom ermöglicht, der von den Tribünen auf das Spielfeld gleitet, bis zur *Gegenüberstellung* in einem Split-screen (Zeitlupenvergleich zwischen ihrer jeweiligen Vorhand).

Ko-Präsenz innerhalb eines Bildausschnitts wird auch in anderen Zeitlupen hergestellt, die Federers Aufschlagsgeste zu jener von Pete Sampras, dem großen Champion der 1990er Jahre, in Beziehung setzen. Bei dieser Gelegenheit taucht in meinem Korpus die bisher noch nicht angesprochene Dimension des virtuellen Bilds auf. Die Analy-

sen von Federers Aufschlag, wie später die von Nadals Return, werden nämlich in Form von Computersimulationen der Flugbahnen und der Stellen präsentiert, an denen der Ball aufschlägt. Sobald die «reale» Bewegung wiedergegeben worden ist, bleiben die Bälle in ihrem Flug stehen und die Perspektive wandert in eine Übersicht, die eine geometrische Wahrnehmung der Gegebenheiten erlaubt. Interessant sind diese Verfahren, weil sich mit ihnen die Möglichkeit eröffnet, die Visualisierung von Parametern voranzutreiben, welche nicht nur für das bloße Auge unsichtbar bleiben, sondern auch für «traditionelle» Kameras, wie scharf auch immer die Bilder sein mögen, die sie liefern. Während 1998 die Fernsehteams Wiederholungen der von den Kameras aufgenommenen Bilder in Zeitlupe einzig verwendeten, um im Bedarfsfall Stoff für die Debatten unter Kommentatoren und unter Fernsehzuschauern zu liefern, wurde im Finale 2007 ein gänzlich neues System zur Überprüfung der Aufschlagstellen der Bälle eingeführt, das auf den oben erwähnten Prinzipien digitaler Rekonstruktion beruht. Das von Paul Hawkins entwickelte *Hawk Eye*, zu dessen Unterstützung zehn Hilfskameras benötigt werden, ist von den gesetzgebenden Instanzen des Tennissports als Werkzeug anerkannt worden, mit dem man den Beschränkungen der menschlichen Wahrnehmung bei der Klärung strittiger Punkte (vgl. Battersby 2007) entgegenwirken kann (womit man wieder an den szientistischen Diskurs der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts anknüpft, der auch die Entstehung des Kinos ermöglicht hat). Dieses System ist konsequenterweise den Spielern unter der Bezeichnung «Challenge Player System» zur Verfügung gestellt worden, dessen konkretes Eindringen in den Raum des Spiels einen wichtigen Übergangsmoment markiert, in dem das *sekundäre* Dispositiv schließlich den *primären* Raum des Stadions neu ordnet. Jeder menschlichen Gestalt, auch der Spieler und der Schiedsrichter entledigt (und damit in absolutem Gegensatz zu den mit einer kompakten Masse gleichförmiger Individuen besetzten Tribünen), endet diese digitale Simulation des Tennisplatzes mit einem definitiven Urteilspruch («in» oder «out»), der sowohl auf dem Spielfeld als auch auf dem Fernsehbildschirm erscheint. Dieses Urteil wird übrigens auch in den meisten Stadien auf Großbildschirmen wiedergegeben, die manchmal die Zeitlupen für die Zuschauer auf den Rängen zugänglich machen – und manchmal auch für die Spieler selbst (Abb. 18, 19). Als Roger Federer im 4. Satz des Finales von 2007 gegen eine der Entscheidungen dieses Systems Einspruch beim Schiedsrichter einlegt, liefert er mit dieser verzweifelten Beschwerde das absurde Bild eines ohnmächtigen menschlichen Akteurs. Scheint diese Feststellung auf den ersten

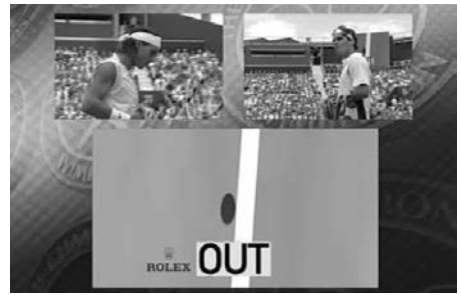
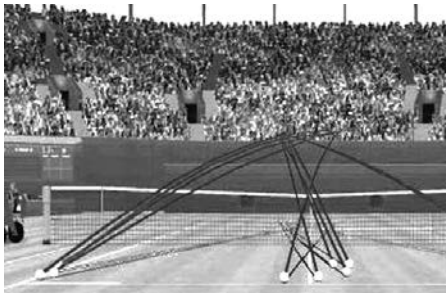


Abb. 18, 19

Blick den Klagen eines Jean-Luc Godard Recht zu geben, ist es doch angebracht daran zu erinnern, dass eine derartige Objektivierung des menschlichen Körpers alles in allem weniger auf eine Regression verweist, die der heutigen Kultur eigen wäre, als vielmehr den Abschluss eines im 19. Jahrhundert in Gang gesetzten Prozesses darstellt, in dem der Film eine herausragende Rolle gespielt hat.

Aus dem Französischen von Michael Cuntz

Literatur

- Baillette, Frédéric / Brohm, Jean-Marie (Hrsg.) (1995) *Critique de la modernité sportive*. Paris: Les Editions de la Passion.
- Battersby, Kate (2007) *Hawk Eye Gives Wimbledon a New Look* (The Official Web Site, Wimbledon 2007) http://www.Wimbledon.org/en_GB/news/articles/2007-06-07/200706071181244055781.html, 7. Juni 2007.
- Bazin, André (2004) Ontologie des photographischen Bildes. In: ders.: *Was ist Film?* Hrsg. v. Robert Fischer. Berlin: Alexander Verlag, S.33–42.
- Blociszewski, Jacques (2007) *Le match de football télévisé*. Rennes: Editions Apogée.
- Chion, Michel (1990) *L'Audio-vision. Son et image au cinéma*. Paris: Nathan.
- Daney, Serge (1994) *L'Amateur de tennis. Critiques 1980-1990*. Paris : P. O. L..
- Dayan, Daniel / Katz, Elihu (1992) *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Downing, Taylor (1992) *Olympia*. London: British Film Institute.
- Gabaston, Pierre / Leconte, Bernard (Hrsg.) (2000) *Sport et télévision (Regards croisés)*. Paris: L'Harmattan.
- Godard, Jean-Luc (2001) «Le cinéma ment, pas le sport», Interview mit Jérôme Bureau und Benoît Heimermann, In: *L'Equipe*, 9. Mai 2001, S. 9.
- Goldlust, John (1987) *Playing for Keeps: Sport, the Media and Society*. Melbourne: Longman Cheshire.

- Guido, Laurent / Haver, Gianni (2002) *La Mise en scène du corps sportif, de la Belle Epoque à l'Age des Extrêmes/Spotlighting the Sporting Body, from the Belle Epoque to the Age of Extremes*. Lausanne: Musée Olympique.
- Jaworsky, Henry (1973) Henry Jaworsky, Cameraman for Leni Riefenstahl. Interviewed by Gordon Hitchens, Kirk Bond and John Hanhardt. In: *Film Culture*, 56/57, Spring 1973, S. 122–128.
- Joyard, Olivier (2000) Dramaturgie du tennis. In: *Cahiers du cinéma* 548, juillet-août 2000 (wieder abgedruckt in: Jousse, Thierry (2007) (Hg.) *Le goût de la télévision*. Paris: Ed. Cahiers du Cinéma, S. 607–610).
- Kuleschow, Lev (1994[1920]) La bannière du cinématographe. In: ders.: *Ecrits (1917–1934)*. Hrsg. v. Francois Albera, Ekaterina Khokhlova u. Valérie Pozner, Lausanne: L'Age d'homme S. 38–39.
- Loiseuil, Bernard (1992) *Football et télévision*. Paris: Ed. Tekhné.
- Mannoni, Laurent (1999) *Etienne-Jules Marey: la mémoire de l'œil*. Mailand/Paris : Cinémathèque française/Musée du cinéma.
- Mannoni, Laurent / Ferrière, Marc de / Demenÿ, Paul (1997): *Georges Demenÿ, Pionnier du cinéma*. Douai: Cinémathèque française/Pagine/Université de Lille 3.
- Mueller, John (1981) The Filmed Dances of Fred Astaire. In: *Quarterly Review of Film Studies*, Spring 1981, S. 135–154.
- Mueller, John (1985) *Astaire Dancing. The Musical Films*. New York: Alfred A. Knopf.
- Rocher, Lieutenant (1913) Le Laboratoire de l'Ecole de Joinville. In: *La Vie au Grand Air*, n° 768, 7. Juni 1913, S. 423.
- Romera, Manolo / Gavilán, Eduardo (1998) *Broadcasting the Olympics* (Ausstellungskatalog des Musée Olympique, 20. Oktober 1998 – 18. April 1999).
- Rowe, David (1999) Screening the Action: The Moving Sport Image. In: ders. (Hg.) *Sport, Culture and the Media The Unruly Trinity*. London: Open Univ. Press, S. 185–189.
- Simonet, Pierre / Véray, Laurent (Hrsg.) (2001) *Montrer le sport: photographie, cinéma, télévision*. Paris: Institut national du sport et de l'éducation physique.
- Soulez, Guillaume (2004) L'Image en expansion. Plaisir de la retransmission sportive et enjeux esthétiques. In: *MédiaMorphoses* 11, S. 41–46.
- Vigarelo, Georges (1998) Le Marathon entre bitume et écran. In: *Communications* 67, 1998 S. 215.
- Vorkapic, Slavko (1998) *O pravom filmu/On true cinema*. Belgrad: Fakultet Dramskih Umetnosti.
- Whannel, Garry (1992) *Fields in Vision: Television Sport and Cultural Transformation*. London: Routledge.

Wie verstehen wir Fernsehübertragungen von Sportereignissen?*

Michel Colin

I. Einleitung

Es war die Fernsehübertragung des Radrennklassikers Paris-Roubaix im Jahr 1985, die mich zu dieser Arbeit inspirierte. Verblüfft stellte ich damals fest, wie sehr man einer gewissen Vorkenntnis des Radsports bedarf, um die dargestellten Ereignisse und deren Kommentierung zu verstehen, zumal der Kommentar sich ja nicht zwangsläufig auf die Rennfahrer bezieht, die gerade im Bild zu sehen sind. Heißt es beispielsweise: «X ist noch eine Viertelstunde entfernt», so lässt sich daraus nicht schließen, dass im Bild tatsächlich X zu sehen ist. Ebenso gut kann es sich um einen völlig anderen Rennfahrer handeln. Bild und Kommentar stimmen also bei der Übertragung von Radrennen nicht automatisch überein, sodass es immer wieder zu einer referenziellen Disjunktion kommt. Auch die Reihenfolge der Einstellungen korrespondiert nicht unbedingt mit dem jeweiligen Stand des Rennens: Werden nacheinander die Fahrer A und B gezeigt, so lässt sich daraus nicht unbedingt ableiten, dass B hinter A liegt.

Laut Metz (1971) ist es das Ziel der Filmsemiologie zu verstehen, was es heißt, einen Film zu verstehen. In Anlehnung an diese Definition eröffnet sich meines Erachtens mit der Untersuchung von Sportübertragungen im Allgemeinen – und von Fernsehübertragungen von Radrennen im Besonderen – ein Forschungsfeld *par excel-*

* Französisches Original: Michel Colin (1987) Comprendre l'événement sportif à la télévision: l'exemple de la course cycliste. In: *Mannheimer Analytica* (MANA), 7, 1987, S. 97–123 (= Texte et médialité, hg. v. Jürgen E. Müller). Wir danken den Herausgebern für die freundliche Genehmigung der Übersetzung.

lenze für die semiologische Analyse. Des Weiteren lässt die Metz'sche Definition keinen Zweifel daran, dass die Filmsemiologie als Teil der Kognitionswissenschaften gesehen werden kann. Sie ausschließlich als solche zu betrachten, wäre allerdings eine zu eingeschränkte Sichtweise. So bezieht die Semiologie in ihren neueren Entwicklungen und im Anschluss an psychoanalytische Arbeiten auch immer stärker die von Odin (1983) so genannte affektive Ebene mit ein. Entsprechend stellt sich die Frage, ob Übertragungen wie die von Paris-Roubaix nicht in gleichem Maße auf *affektiver* wie auf *kognitiver* Ebene funktionieren; etwa dann, wenn der Zuschauer weniger darauf aus ist, die inhaltlichen Zusammenhänge des Rennens zu verstehen, als darauf, sich im Sieger wiederzuerkennen.

In Anbetracht des aktuellen Diskussionsstands ist es mir nicht möglich, beide Dimensionen angemessen zu berücksichtigen. Dennoch möchte ich darauf hinweisen, dass die affektive Ebene, ganz unabhängig vom Ausmaß ihrer Bedeutung, immer auch eine kognitive Ebene impliziert. Selbst wenn es dem Zuschauer während einer Übertragung wie der von Paris-Roubaix weniger darauf ankommt, bestimmte Aktionen der Rennfahrer als Wettkampfstrategien zu deuten, sondern vielmehr darauf, sich mit den Teilnehmern zu identifizieren und imaginär am Rennen teilzuhaben, so muss er dennoch wissen, worauf es bei einem Rennen ankommt: dass es um einen Wettkampf geht, dass die Rennfahrer gemeinsam starten, dass der Gewinner derjenige ist, der vor den anderen an einem bestimmten Ort eintrifft, und dass jeder Teilnehmer mit Hindernissen rechnen muss, die einem Sieg im Wege stehen könnten (Reifenpannen, Stürze) etc.

Die folgenden Ausführungen lassen sich somit in den theoretischen Zusammenhang der Kognitionswissenschaft einordnen.

Cognitive science includes elements of psychology, computer science, linguistics, philosophy and education, but it is more than the intersection of these disciplines. Their integration has produced a new set of tools for dealing with a broad range of questions. (Bobrow/Collins 1975, IX-X)

Deutlich ist auch, dass die Künstliche Intelligenz (KI) eine zentrale Rolle in der Entwicklung der Kognitionswissenschaft spielt.

[T]he design of computational systems has also a theoretical side, which is often called *cognitive science*. The same concepts of program and data that serve as a framework for building and understanding computer programs can be applied to the understanding of any system carrying out processes that can be understood as the rule-governed manipulation of symbols. (Winograd 1983, 2)

Hier soll es allerdings nicht darum gehen, eine Computersimulation des Filmverstehens (im Sinne einer Anwendung) vorzuschlagen. Keinerlei Informatikkenntnisse werden vorausgesetzt, es soll lediglich gezeigt werden, dass die Kognitionswissenschaft als theoretischer Rahmen dabei helfen kann zu verstehen, was es heißt, einen Film zu verstehen.

Zunächst stellt sich somit die Frage, was es überhaupt bedeutet, einen Film zu «verstehen».

Den Vorgang, den wir das Verstehen [sic] eines Satzes, einer Beschreibung, nennen, ist manchmal ein Übertragen aus einem Symbolismus in einen anderen; ein Nachziehen des Bildes, ein Kopieren oder ein Übertragen in eine andere Darstellungsart. Die Beschreibung verstehen heißt dann, sich ein Bild des Beschriebenen machen. (Wittgenstein 1973, 45)

Anders ausgedrückt: «das Verstehen eines Texts besteht in seiner Übersetzung in eine Repräsentation, die von jeder natürlichen Sprache unabhängig ist» (Pitrat 1985, 19).

Diese Definition schöpft die Problematik gewiss nicht vollständig aus, und mag noch nicht einmal eine befriedigende Lösung darstellen, insofern die eigentliche Herausforderung bei der Explikation von Verständnis ja gerade darin liegt zu wissen, was es überhaupt zu repräsentieren gilt und in welcher Weise.

Wenn Einer, der das Spiel kennt, einer Schachpartie zusieht, so hat er bei einem Zug des Spiels im Allgemeinen [sic] ein anderes Erlebnis als der, welcher zusieht ohne das Spiel zu verstehen. (Und auch wieder ein anderes Erlebnis als Einer, der gar nicht weiß, dass es ein Spiel ist.) Man kann auch sagen, dass es die Kenntnis der Schachregeln ist, die den ersten Zuschauer vom zweiten unterscheidet, und also auch, dass es die Kenntnis der Regeln ist, durch die der erste den Schachzug in seiner besondern Weise erlebt. Aber dieses Erlebnis ist nicht die Kenntnis der Regeln. Beides aber sind wir geneigt «Verständnis» zu nennen. (Wittgenstein 1973, 49f)

Es liegt nun die Annahme nahe, dass das Verständnis einer Fernsehübertragung wie der von Paris-Roubaix auf der Identifikation der Referenten und deren Beziehungen zueinander (vor allem in räumlicher Hinsicht) beruht sowie auf einer von der audiovisuellen Konstellation ausgehenden Identifikation der Ereignisstruktur. Das Verständnis der Übertragung eines Radrennens setzt somit beispielsweise voraus, von einer Abfolge der Einstellungen auf die räumlichen Relationen des Ereignisses zu schließen.

II. Die Identifikation des Referenten

Der Begriff des Referenten wurde von Philosophen und Linguisten bereits ausgiebig behandelt (Linsky 1968). Ich werde mich an dieser Stelle an die inzwischen klassischen semantischen Unterscheidungen halten; die Unterscheidung zwischen Eigennamen (die starren Bezeichnungsausdrücke / *rigid designators* bei Kripke [1981]), (definiten) Kennzeichnungen (*definite descriptions*), indefiniten Kennzeichnungen (*indefinite descriptions*) oder auch zwischen Eigennamen, definiten Kennzeichnungen und identifizierenden Kennzeichnungen (*identifying descriptions*) bei Donnellan (1972).

Jede Fernsehübertragung impliziert diese unterschiedlichen Arten der Kennzeichnung. So zeigt das Bild jeweils einen bestimmten Rennfahrer und es kann somit als identifizierende Kennzeichnung eben dieses Individuums angesehen werden. Diese Möglichkeit setzt jedoch voraus, dass der Zuschauer besagtes Individuum bereits kennt. Erkennt er das Individuum nicht wieder, interpretiert der Zuschauer dieses Bild als indefinite Kennzeichnung («Es handelt sich um einen Rennfahrer») oder als definite Kennzeichnung («Es handelt sich um den Rennfahrer mit dem gelben Trikot»).

Rufen wir uns in Erinnerung, dass die identifizierenden Kennzeichnungen, genau wie die Eigennamen, starre Bezeichnungsausdrücke sind, da die Bilder jeweils mit einer bestimmten Person assoziiert werden. «The first part of the principle of identifying descriptions tells us that users of a name must be in a position to supply a set of identifying descriptors» (Donnellan 1972, 363).

Im Gegensatz dazu sind definite Kennzeichnungen nicht mit den Eigennamen gleichzusetzen, sondern entsprechen den von Fauconnier (1984) so genannten «Rollenfunktionen» (*fonctions de rôle*). «Der Präsident der französischen Republik wechselt alle sieben Jahre», ist nicht gleichbedeutend mit «François Mitterand wechselt alle sieben Jahre». «Der Präsident der französischen Republik» ist eine definite Kennzeichnung (der Ausdruck beschreibt eine Rolle, die jeweils nur einer bestimmten Person zukommen kann). Zur Zeit der Abfassung dieses Artikels nimmt François Mitterand diese Rolle ein, doch vor 1981 war es Giscard d'Estaing. Die Bezeichnung «Präsident der Republik» ist also keine identifizierende Kennzeichnung von Mitterand. Zur Verdeutlichung lässt sich auf eine Unterscheidung der Modallogik zurückgreifen: Identifizierende Kennzeichnungen und Eigennamen leisten eine Identifizierung über mögliche Welten hinweg (*transworld identifications*), während die definite Kennzeichnung ein Individuum nur innerhalb einer spezifischen Welt bezeichnet.

Um diese Begriffe am Beispiel des Radrennens zu illustrieren, könnte man sagen, dass es sich bei den unterschiedlichen Trikots der Tour de France wie dem gelben Trikot (Gesamtwertung), dem grünen Trikot (Sprintwertung) oder dem Bergtrikot (Bergwertung) um definite Kennzeichnungen handelt, während es sich bei Eigenschaften wie z. B. einer individuellen Fahrhaltung, dem Pedaltritt oder den körperlichen Merkmalen des Rennfahrers um identifizierende Kennzeichnungen handelt.

Dieser Sachverhalt lässt sich am Beispiel des Radrennens Paris-Roubaix 1986 wunderbar erläutern. Der Moment des entscheidenden Ausreißversuchs, bei dem sich eine vierköpfige Gruppe an der Spitze des Rennens bildet, wird nur durch eine Totale aus der Vogelperspektive – aufgenommen vom Helikopter – gezeigt. Die Kameras auf Bodenhöhe, die auf Motorrädern befestigt sind, sind nicht im Einsatz. Zudem ist der Kommentator nicht präsent, da er dem Rennen auf dem Motorrad folgt. Er ist vom eigentlichen Geschehen abgeschnitten, da er durch das Hauptfeld behindert wird. Die Kommentatoren im Studio befinden sich in derselben Position wie der Zuschauer – sie können das Rennen lediglich anhand der Bilder beschreiben, die auf dem Fernsehbildschirm zu sehen sind. Bei den Kommentatoren handelt es sich zum einen um einen Journalisten (J. M. Leulliot) und zum anderen um einen «Experten», den erfolgreichen Radrennfahrer Marc Madiot, Vorjahressieger des von ihm kommentierten Rennens. In dieser Situation nimmt er die Rolle desjenigen ein, der die jeweiligen Einstellungen mit Eigennamen verknüpfen kann, während sowohl der Zuschauer als auch der Journalist lediglich indefinite Kennzeichnungen vornehmen können: «Ein Rennfahrer von Kwantum», «Ein Rennfahrer von Kas», «Ein Rennfahrer des Teams Hitachi» oder «Ein Rennfahrer des Teams Skala».¹ Die «Kompetenz» des Experten

1 Der Sachverhalt ist hier vereinfacht dargestellt. Tatsächlich erkennt der Journalist nur einen Rennfahrer: den vom Team Hitachi. Kelly ist in diesem Kontext der Einzige, der die Kennzeichnung «von der Mannschaft Kas» einlösen könnte, während die Zuschreibung, dem Hitachi-Team anzugehören, auf mehrere Fahrer zutreffen würde. Man muss hinzufügen, dass Kelly und Van der Poel die Favoriten waren, da sie eine Woche zuvor bei der Flandern-Rundfahrt, einem Rennen, mit einem ähnlichen Profil wie Paris-Roubaix, die beiden ersten Plätze belegten. Van Dhaenens war schon länger auf einer Soloflucht unterwegs als er von der Gruppe eingeholt wurde. Wie wir später sehen werden, wird eine solche Situation – von Verfolgern eingeholt zu werden – als «Vergeudung von Ressourcen» gedeutet. Der Journalist rechnet also nicht mehr mit seinem Sieg, weil er die stereotype Situation aufruft, dass ein Fahrer der eingeholt wird, bald auch abgehängt wird. Der Fahrer hat mit großem Einsatz versucht, alleine einen Vorsprung zu halten, kann jedoch, sobald er eingeholt

wird an seiner Fähigkeit bemessen, den Individuen identifizierende Kennzeichnungen zuordnen zu können. Interessanterweise lässt sich in diesem Fall die Kategorie der definiten Kennzeichnungen nirgends anwenden, denn die Rückennummern auf den Trikots der Fahrer entziehen sich dem Sichtfeld des Betrachters. Theoretisch läge die Benennung der Trikotnummern bei einem Radrennen im Bereich der definiten Kennzeichnung, denn sie erfüllen eine Rollenfunktion, die jeweils einen einzigen Rennfahrer definiert. Diese Zuschreibung ist jedoch ein variabler Wert, denn die gleiche Nummer wird in einem anderen Rennen nicht an denselben Rennfahrer vergeben.

Auf den ersten Blick weist eine Nummer dem Fahrer keine Eigenschaft zu und es mag deshalb überraschen, sie als eine Rollenfunktion zu betrachten. Schließlich benennt eine definite Kennzeichnung Merkmale, die einem Individuum eigen sind. Man kann aber sagen, dass das Tragen einer bestimmten Nummer einem Individuum eine spezifische Eigenschaft in einer spezifischen Welt zuweist – der des jeweiligen Rennens, an dem der Fahrer teilnimmt. Bei manchen Sportarten kommt der Trikotnummer selbst eine Rollenfunktion zu. Beim Fußball beispielsweise trägt der Libero die Nummer fünf, der Vorstopper trägt die Nummer vier, der Mittelstürmer die neun, der Spielmacher die zehn usw. Im Radsport bedeutet die Nummer eins lediglich, dass es sich um den Sieger des Vorjahres handelt. Die Zehnernummern kennzeichnen die Teams und die Kapitäne tragen Nummern mit der Endziffer eins. So trug Laurent Fignon bei der Tour de France 1985 die Nummer eins, weil er sie 1984 gewonnen hatte; Bernard Hinault trug die Nummer elf und die weiteren Fahrer seines Teams in alphabetischer Reihenfolge die Nummern 12 bis 20. Beim Rennen Paris-Roubaix 1985 trug Sean Kelly die Nummer eins, da er das Rennen vom Vorjahr gewonnen hatte, und weil Marc Madiot, der Sieger von 1985, am Rennen 1986 nicht teilnahm, trug Kelly als letzter teilnehmender Sieger auch hier wieder die Nummer eins.

Es ist bemerkenswert, dass ein Radrennen im Sinne der Modallogik eine spezifische Welt konstituiert, in der definite und identifizierende Kennzeichnung sowie Eigennamen austauschbar sind. Mit anderen Worten: In dieser Welt gibt es eine Koreferenz der unterschiedlichen Kennzeichnungsarten. Wenn beispielsweise die Nahaufnahme eines Rennfahrers gezeigt wird, werden häufig gleichzeitig sein Name und

wird, dem Rhythmus der anderen nicht mehr folgen. Diese Ausführungen ändern jedoch nichts an der Unterscheidung zwischen identifizierenden und indefiniten Kennzeichnungen.

seine Rückennummer eingeblendet. Problematisch mit Blick auf die Identifizierung wird es, wenn die Koreferenz implizit bleibt. Der häufigste Fall der Koreferenz ist der zwischen dem Kommentar (im Off) und dem Bild, also der Nennung des Eigennamens durch den Kommentator und der ikonischen Wiedergabe der Person. Dabei gilt es zu bedenken, dass sich die Fahrernummer auf dem Rücken des Fahrers befindet und dieser sich durch sie nur dann identifizieren lässt, wenn man ihn von hinten sieht.² Doch weiß man heutzutage, zumindest in den westlichen Gesellschaften, auch um die Bedeutung des Gesichts bei der Identifizierung von Individuen über die visuelle Wahrnehmung.

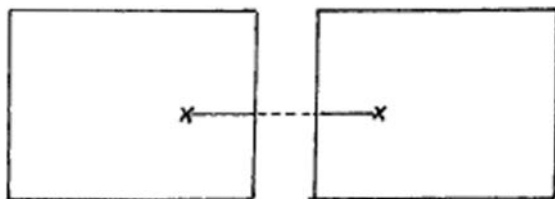
Das Problem entsteht durch die Disjunktion zwischen Eigennamen, Referenten und ihren Eigenschaften. «So sind der Name und der Referent getrennt von den Eigenschaften des I[ndividuums], und andererseits sind Name und Referent auch voneinander geschieden» (Milner 1983, 37). Der Experte ist zwar durchaus in der Lage, die Verbindung, also die Konjunktion, zwischen dem Eigennamen und den Eigenschaften des Individuums herzustellen, doch dies erfordert eine gewisse Vorkenntnis. Die alleinige Anwendung der grammatischen Regeln des Diskurses (oder anderer Regeln) reicht an dieser Stelle nicht aus, um die Koreferenz zu erklären. Es ist denkbar, dass der Zuschauer aus einer Fehldeutung heraus unterstellt, dass sich der durch den Kommentator genannte Eigenname automatisch auf die im Bild dargestellte Person bezieht.

III. Der Raum

Interessant für die Analyse von Sportübertragungen generell und ganz besonders von Übertragungen von Radrennen ist die herausragende Bedeutung des Raumes für die Interpretation der syntagmatischen Beziehungen zwischen den Einstellungen (vgl. hierzu Bächler 1985; Colin 1986). Bei einer Live-Übertragung ist die Beziehung zwischen den Einstellungen immer durch zeitliche Kontinuität geprägt. Filmische Zeit und diegetische Zeit entsprechen einander. Gelegentlich entstehen Ellipsen, beispielsweise durch nicht aneinander angrenzende Räume, die ein sich fortbewegendes Objekt durchquert. Verlässt das Objekt X in Einstellung A das Bild auf der rechten Seite und kommt

2 Es muss dazu gesagt werden, dass die Fahrräder der Rennfahrer mit einer Rahmenplakette versehen sind. Diese ist jedoch meistens nicht zu erkennen, denn ist der Fahrer allein, wird in der Regel eine Nahaufnahme gezeigt, in der sein Gesicht erkennbar sein soll. In Einstellungen mit mehreren Fahrern, sind die Plaketten häufig nicht zu sehen, da sie von anderen Fahrern verdeckt werden.

von der linken Seite der folgenden Einstellung wieder ins Bild, entsteht eine Ellipse zwischen den beiden Einstellungen, insofern ein Teil der Strecke, die X zurücklegt, nicht sichtbar ist.



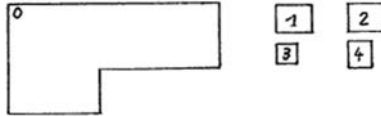
So befindet sich beispielsweise während der Übertragung des Formel 1-Atuorennens von Monaco das Auto in Einstellung A im Tunnel, hat aber in der folgenden Einstellung den Tunnel bereits verlassen. Dieses Auto ist also vor dem Ende der Einstellung aus dem Bild verschwunden, was bedeutet, dass es in der Zeit zwischen seinem Verlassen der ersten Einstellung und dem Moment, in dem es in der folgenden Einstellung wieder auftaucht, eine gewisse Strecke zurückgelegt hat, obwohl die Einstellungen zeitlich aneinander anschließen. Demzufolge lässt sich die Syntagmatik der Bildspur eher mit räumlichen Beziehungen – wie Angrenzen, Nicht-Angrenzen oder Einschließen – begründen, als mit zeitlichen Beziehungen wie Chronologie, Kontinuität oder Simultanität.

Vor der Übertragung eines Fußballspiels wird beispielsweise immer eine Totale gezeigt, die den räumlichen Rahmen repräsentiert, innerhalb dessen das Spiel stattfinden wird. Die folgenden Einstellungen der Übertragung dokumentieren den Spielverlauf in Teilansichten, in denen die Kamera dem Ball folgt. Diese Einzelaufnahmen lassen sich in das Gesamtbild des Anfangs integrieren: $(E1, E2..., En) < (T)$. Bei Straßenradrennen besteht diese Beziehung räumlicher Einschließung nicht, da es keine Totale des Gesamttraums geben kann, in welchem das Rennen stattfinden wird. Der Raum, in dem sich ein Straßenradrennen abspielt, ist nicht als Rahmen darstellbar, sondern nur als Weg. Man kann also sagen, dass bei einem Sport wie dem Fußball der Raum »topologischer« Art ist, wobei »es für jeden Punkt eine Umgebungsmenge gibt« (Wunderlich 1982, 65), während der Raum beim Straßenradsport durch die Bewegung der Rennfahrer definiert wird, die »im Raum einen Weg zurücklegen« (ebd., 66).

Für den ersten Typ von Sportübertragungen lässt sich davon ausgehen, dass die semantische Interpretation einer Bildfolge die Interpretation der räumlichen Bezüge zwischen Einstellungen impliziert. Dies folgt dem Modell eines »general space planner« (Eastman 1970,

1973), das von Barr und Feigenbaum (1981, 202) in folgender Weise beschrieben wurde:

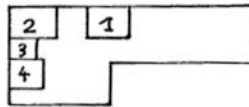
Work on the general space planner addressed the task of arranging things in a space subject to given constraints that must be satisfied. A simple problem is the following: given the space 0 and the objects 1,2,3,4:



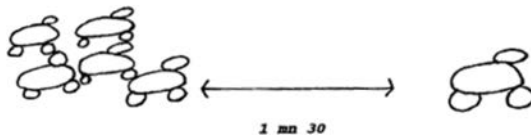
and the constraints:

- (3) must be adjacent to (4)
- (2) must be adjacent to (3)
- (1) must be visible from (3)
- (1) must not be adjacent to the others

one solution is:



Im Fall des Radsports kann man sich den vorgegebenen Raum als einen Vektor vorstellen, dessen Bedingungen folgendermaßen lauten: «davor sein», «dahinter sein», «nah», «weit» und eventuell, wie auch im *«general space planner»* dargelegt, «sichtbar sein für». Anders formuliert können räumliche Bezüge durch «die Projektion eines zeitlichen (gerichteten) Abstands in den Raum» (Wunderlich 1982, 66) dargestellt werden. Die Beziehung zwischen dem Hauptfeld und den Ausreißern wird bei Übertragungen von Radrennen häufig nach einem Schema des folgenden Typs repräsentiert:



Die Distanz zwischen den Rennfahrern, die das Hauptfeld formen, und dem (oder den) Rennfahrer(n), an der Spitze des Rennens, stellt ein variables Zeitintervall dar. Ein Radrennen schließt jedoch noch einen dritten Parameter ein: die Geschwindigkeit, die wiederum durch die Konfiguration der Strecke bestimmt wird. Je nachdem, ob sich ein Fahrer in einer Abfahrt befindet oder einen Berg hinauffährt, verän-

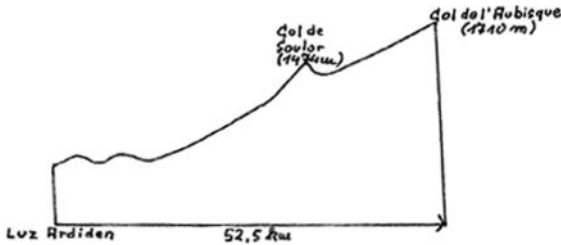
dern sich auch die Zeitintervalle. In der Darstellung scheint es sich nicht um ein gerichtetes Zeitintervall zu handeln, da der Pfeil in beide Richtungen deutet. Dennoch existiert die Orientierung, denn die Bewegung der schematisch dargestellten Rennfahrer kann nur als eine von links nach rechts verlaufende interpretiert werden. Zudem liegt der Beziehung zwischen Hauptfeld und Ausreißern eine Orientierung zugrunde, insofern sich die sich vor dem Hauptfeld (also näher am Ziel) befinden. Die Unterscheidung zwischen Hauptfeld und Ausreißern definiert sich dadurch, dass das Hauptfeld mehr Rennfahrer zählt als die Gruppe der Ausreißer. Sind jedoch die Fahrer, die im Rennen vorne liegen, in der Überzahl, spricht man nicht mehr von Hauptfeld und Ausreißern, sondern von Hauptfeld und Abgehängten.

Diese Darstellungsweise der Beziehung zwischen Hauptfeld und Ausreißern kann variieren, wie anhand der Übertragung von Paris-Roubaix 1986 deutlich wird: In die Aufnahme eines Rennfahrers wird das hier beschriebene Schema eingeblendet, wobei anstelle der figürlichen Darstellung des Ausreißers ein Eigenname steht, in diesem Fall «Dhaenens». Dieser Eigenname befindet sich links vom Doppelpfeil, während das Hauptfeld im Schema rechts auftaucht. So wird die Bewegungsrichtung im Bild von rechts nach links in der schematischen Darstellung aufgegriffen. Die Kamerafahrt, die dem im Bild dargestellten Fahrer folgt, bewegt sich ebenfalls von rechts nach links, sodass die Ausrichtung des Schemas der Bewegungsrichtung der Fahrer entspricht.

Dieses erste Beispiel verdeutlicht, dass die Darstellung des Raums keinesfalls unabhängig von der Darstellung der Ereignisstrukturen betrachtet werden darf. Zu Beginn des Rennens Paris-Roubaix wird, um ein weiteres Beispiel zu nennen, eine «kartografische» Darstellung der Strecke eingeblendet. Ein blinkender Punkt auf dieser Karte verdeutlicht die Position, an der sich die Rennfahrer zu Beginn der Übertragung befinden. Da Straßenradrennen im Allgemeinen nicht in voller Länge übertragen werden, ist die Ausgangssituation des Rennens nicht die Ausgangssituation der Sportsendung, der Beginn der Übertragung muss also innerhalb des Rennverlaufs lokalisiert werden. Auf besagter Grafik sind Streckenabschnitte mit Kopfsteinpflaster durch eine gestrichelte Linie markiert, sie gelten bei Paris-Roubaix als «strategische» Punkte des Rennens. Diese Darstellungsweise wurde bei der Übertragung von 1986 durch einen von rechts nach links führenden gelben Pfeil, der den Streckenverlauf beschreibt, und rote Markierungen für die strategischen Abschnitte ersetzt. Trotz des unterschiedlichen Gestaltung verdeutlichen beide Darstellungsweisen Start und Ziel (vor

allem durch die Ausrichtung der Grafik) sowie die gepflasterten Streckenabschnitte (als – vermeintlich – strategische Punkte).

Bei einer Bergetappe der Tour de France wird den Bergen (und insbesondere ihre Höhe und ihre Steigung) eine ähnlich entscheidende Rolle zugesprochen, was zu einer Darstellung folgenden Typs führt:



Auch hier werden, genau wie bei den Darstellungen von Paris-Roubaix, der Start, das Ziel, die Richtung des Streckenverlaufs, die Distanz und die strategischen Punkte deutlich gekennzeichnet.

IV. Die Ereignisse verstehen

Die vorangegangenen Ausführungen verdeutlichen, dass es bei der semantischen Interpretation audio-visueller Texte im Allgemeinen und bei Sportübertragungen im Besonderen vor allem darum geht, den Referenten sowie räumliche Bezüge zu identifizieren. Diese Konzeption ist als «prozedural» zu bezeichnen, und zwar insofern als sich der Zuschauer einer Reihe von Aufgaben gegenüber sieht, die es zu lösen gilt, um dem audiovisuellen Text zu folgen.³ Diese Aufgaben sind

- 3 Was diese Problematik angeht, unterscheidet man zwischen deklarativer und prozeduraler Form. «Ich sage, dass ein Wissensbestand auf deklarative Weise vermittelt wird, wenn wir nicht gleichzeitig angeben, wann er abgerufen werden soll und auf welche Weise er gegebenenfalls angewendet werden soll. Er wird dagegen auf prozedurale Weise vermittelt, wenn wir auch Angaben erhalten, wie er zu behandeln ist und was vorher und nachher geschehen soll.» (Pitrat 1985, 52) Zum Beispiel ist der Satz: «Das Nennen eines Eigennamens in Bezug auf die Darstellung eines Individuums ist mit dieser koreferent» deklarativ, während «Wenn man die Darstellung eines Individuums antrifft und gleichzeitig einen Eigennamen hört, ist zu überprüfen, ob es sich um den Namen des Individuums handelt» prozedural ist. «The Declarativists talked about the flexibility and economy of their representation schemes, about their completeness and the certainty of the deductions and about the modifiability of the systems. The Proceduralists stressed the directness of the line of inference (using domain-specific heuristics to avoid irrelevant and unnatural lines of reasoning) and the ease of coding and understandability of the reasoning process itself.» (Barr/Feigenbaum 1981, 151)

im Übrigen ein unverzichtbarer Bestandteil für die Beantwortung der Frage nach der Möglichkeit, die Ereignisse einer Sportübertragung zu verstehen. Ein Zuschauer, der gar nicht darauf zielt, diese Ereignisse zu verstehen, wird wahrscheinlich überhaupt nicht auf das Problem der Identifizierung eines Referenten oder der räumlichen Zusammenhänge stoßen. Nach Barwise und Perry lässt sich ein Ereignis als «Lokalisierung einer konstituierenden Abfolge» definieren: «Formal definieren wir Konstituentenfolge als eine Folge $y = r, x_1, \dots, x_n$, wobei r eine n -stellige Relation ist [...] und $x_1, \dots, x_n$ beliebige Objekte sind.» (Barwise/Perry 1987, 69)

Hinsichtlich dieser Definition muss nun r geklärt werden, also die Frage, wie sich der Zuschauer die Beziehungen zwischen den Individuen erklärt, denn das Verstehen einer Sportübertragung setzt z. B. die Fähigkeit voraus, unterscheiden zu können, welche Individuen welcher Mannschaft angehören. Wenn sich bei einem Fußballspiel « $r = X$ spielt Y den Ball zu» ereignet, verändert sich die Beziehung, je nachdem, ob X und Y derselben Mannschaft angehören oder nicht. Bei einem Radrennen sind die Dinge etwas komplizierter, da es nicht nur zwei gegnerische Mannschaften gibt, sondern häufig um die 20 (bei der Tour de France 1986 waren es beispielsweise 21). Beim Fußball lässt sich die Beziehung zwischen den beiden Mannschaften so definieren, dass entweder die eine oder die andere Mannschaft gewinnt, während beim Radrennsport nicht ein Team als Sieger hervorgeht, sondern ein Individuum, das einem Team angehört. Demnach lässt sich der Straßenradsport als Einzelsport bezeichnen, der im Team ausgeübt wird.

Ich halte daher die Behauptung für angemessen, dass Übertragungen von Radrennen schwieriger⁴ zu verstehen sind, da diese eine Identifizierung der Zusammenhänge zwischen individuellen und kollektiven Strategien erfordern. Nach Schank und Abelson (1977) und auch Wilensky (1983) lässt sich das Verständnis eines Handlungsablaufs mit den Begriffen *script* und *plan* erläutern: «A script is a structure that describes appropriate sequences of events in a particular context.» (Schank/Abelson 1977, 41). Ein *script* ist eine vorbestimmte Sequenz stereotyper Ereignisse. Der Sprint bei einem Radrennen kann beispielsweise als *script* betrachtet werden (bzw. als eine Gruppe von *scripts*,

4 Der Begriff «Schwierigkeit des Verständnisses» kann mitunter zu «wissenschaftlich» klingen, selbst wenn jedes Individuum intuitiv weiß, dass bestimmte Dinge weniger leicht zu verstehen sind als andere. An anderer Stelle (Colin 1987) gehe ich auf diesen Sachverhalt in Bezug auf Radrennen ein, indem ich zu erläutern versuche, dass eine Abhandlung weniger leicht verständlich ist je mehr Fachwissen sie voraussetzt.

da es unterschiedliche Typen von Sprints gibt).⁵ Ein solches *script* legt z.B. fest, dass ein Team dem Fahrer Windschatten gibt, der als schnellster Fahrer auf den letzten 200 Metern gilt. Unter Anwendung eines solchen *script* folgte der französische Kommentator bei der Übertragung des Finales der Lombardei-Rundfahrt 1985, als er Marc Madiot (Team Renault), gefolgt von seinem Teamkameraden Charly Mottet, auf die Zielgerade einfahren sieht, dass Marc Madiot hier für Charly Mottet den Sprint anzieht.⁶

A plan is intended to be the repository for general information that will connect events that cannot be connected by use of an available script or by standard causal chain expansion. A plan is made up of general information about how actors achieve goals. (Schank/Ableson 1977, 70)

Bei einem Radrennen geht es für jeden Fahrer darum, vor den anderen ins Ziel zu fahren. Um dies zu erreichen, kann sich der Sprinter dazu entschließen, so lange wie möglich «im Windschatten zu fahren», um die anderen auf den letzten Metern zu besiegen. Sein *plan* beinhaltet das *script* «Sprint». Andere, weniger schnelle Fahrer, werden sich bemühen, diesen *plan* zu vereiteln, indem sie beispielsweise einen Alleingang riskieren. Dies gelang Marc Madiot bei Paris-Roubaix 1985, als er 14 Kilometer vor dem Ziel ausriss und als Sieger hervorging.

Um die Übertragung eines Radrennens zu verstehen, wird also die Identifizierung der Zusammenhänge zwischen Zielsetzungen vorausgesetzt. Nach Wilensky (1983) unterscheidet man vier Arten der Interaktion, die in zwei Kategorien eingeteilt sind: einerseits Ziele, die sich ausschließlich auf ein Individuum beziehen und Ziele mehrerer Individuen: «Die erste Klasse betrifft *internal goal relationships*, die zweite

5 Diese unterschiedlichen Sprintarten sind von den Eigenschaften des Fahrers (hauptsächlich seinen körperlichen Merkmalen: ausdauernd oder schnell) und der Beschaffenheit der Rennstrecke abhängig: Bergsprint, Sprint auf flacher Strecke, kurvenreich kurz vor der Ziellinie, gerade Strecke, auf der Straße oder auf einer Radrennbahn usw.; aber auch von der Windrichtung wie Bernard Hinault es ausdrückt (Hinault und Genzling 1986, 132): «Bei Gegenwind sollte man auf keinen Fall zu früh mit dem Sprint beginnen, denn der gegnerische Fahrer, der sich im Windschatten des Sprinters befindet, erhält somit eine große Chance, ihn kurz vor der Ziellinie zu überholen. Hat man jedoch Rückenwind, ist es etwas anderes, denn man wird große Schwierigkeiten haben, den Fahrer einzuholen, der sich als Erster aus der Gruppe löst.» Genau diese Taktik war es, die Hinault 1981 zum Sieg von Paris-Roubaix verhalf.

6 «Einen Sprint anziehen» bedeutet, sich mit möglichst hoher Geschwindigkeit an die Spitze des Feldes zu begeben und dabei den Teamkollegen, der gewinnen soll, hinter sich, im Windschatten, zu behalten. Im letzten Moment lässt der Führende seinen Teamkollegen aus dem Windschatten treten und überlässt ihm seinen Platz.

external goal relationships.» (Wilensky 1983, 53); andererseits gegensätzliche Ziele und übereinstimmende Ziele. Folgende Darstellung veranschaulicht die Kombination dieser beiden Kategorien:

	Negative Interaktionen	Positive Interaktionen
Interne Beziehung	Konflikt gegensätzliche Ziele beim selben Individuum	Überlagerung Ziele werden leichter gemeinsam erreicht als allein
Externe Beziehung	Wettkampf gegensätzliche Ziele bei mehreren Individuen	Übereinstimmung dasselbe Ziel bei mehreren Personen

Es bedarf nur weniger Beispiele, um diese Darstellung zu illustrieren. Die Kategorie des Konflikts lässt sich an einer Situation im Verlauf der Flandern-Rundfahrt illustrieren, bei der sich der Amerikaner Greg Lemond durch einen Antritt ungefähr 20 Kilometer vor dem Ziel allein an der Spitze befindet. Man sieht, wie er sich nach hinten umschaut; das entspricht der Situation «Warten auf Unterstützung».⁷ Da diese nicht eintrifft, hat er die Wahl, es entweder alleine zu versuchen oder sich zu «erholen» und «auf die Fahrer, die sich hinter ihm befinden, zu warten». Entweder er «ergreift seine Chance im Alleingang» und riskiert dabei, eingeholt zu werden, womit er jegliche Chance auf einen siegreichen Sprint verliert und «Kräfte vergeudet» (Wilensky, 1983), oder aber er verfolgt den *plan*, sich dem Ziel zu nähern und eine andere günstige Gelegenheit abzuwarten (und auf diese Weise weniger Kraft zu vergeuden), bevor er zum Sprint ansetzt. Sollte jedoch Verstärkung eintreffen und somit eine Kollaboration zwischen den Fahrern stattfinden, werden weniger Kräfte benötigt. Im Laufe der Etappe von Pontarier nach Morzine-Avoriaz bei der Tour de France 1985 kam es zwischen Bernard Hinault und Luis Herrera bei ihrer berühmten Flucht zu genau dieser Situation. Der Konflikt bestand darin «zu kollaborieren» mit dem Risiko, sich vor dem Ziel überholen zu lassen, oder «nicht zu kollaborieren» und somit die erfolgreiche Flucht aufs Spiel zu setzen. Die Problematik dieser Situation besteht darin, dass die Rennfahrer nicht demselben Team angehören, sodass sie, in Bezug

7 In einem Band zum Radsport befindet sich unter einem Foto, auf dem B. Hinault allein zu sehen ist während er sich umdreht die Bildunterschrift: «Aus dem Hauptfeld ausgerissen, wartet Bernard Hinault auf Unterstützung... es sei denn, er versucht es im Alleingang» (Hinault/Genzling 1986, 128).

auf ihre Ziele, in Konkurrenz zueinander stehen. Nur im Moment der Kollaboration kommt es zur Übereinstimmung. Diese ist insofern nicht illegitim, als nicht das Ziel «Sieg» im Vordergrund steht, sondern ein anderes, nämlich «den Rivalen den Sieg zu erschweren». Die Fahrer kollaborieren, weil sich ihre Ziele überlagern.⁸ Doch diese Überlagerung ist nicht immer legitim, weil eine Kollaboration sowohl zum Sieg über die Gegner als auch über die Teamkollegen führen kann. Im Laufe der 17. Etappe derselben Tour de France, von Toulouse nach Luz-Ardiden, befand sich der Amerikaner Greg Lemond gemeinsam mit Stephen Roche in der Ausreißerposition und erhoffte sich durch diese Kollaboration den ersten Platz in der Gesamtwertung. Er ging jedoch das Risiko ein, seinen Teamkollegen und Teamleader Bernard Hinault zu besiegen und dadurch Stephen Roche die Gelegenheit zum Gesamtsieg zu verschaffen, sollte dieser in der folgenden Etappe, einem Einzelzeitfahren, gewinnen, was als wahrscheinlich galt.⁹ Der Konflikt zwischen den Zielsetzungen besteht hier also darin, entweder «die Regeln des Teamrennens zu befolgen», die es verbieten, an der Niederlage eines Teamkollegen teilzuhaben, oder «den Sieg zu suchen», den im Prinzip jeder Teilnehmer erlangen möchte.

Bei einer solchen Konfliktsituation stellt sich also die Frage, wie sie aufgelöst werden kann. Eine Möglichkeit der Konfliktlösung besteht darin, beide Ziele gleichermaßen zu verfolgen. Ist dies nicht möglich, muss eines aufgegeben werden. Wilensky bezeichnet das auf diese Weise erreichte Ziel als maximiertes Ziel. Was den Konflikt von Greg Lemond angeht, lautet das maximierte Ziel: «Teamsieg», was bedeutet, nicht mit Stephen Roche zu kollaborieren. Er kommt dadurch seinerseits in den Konflikt, von demjenigen besiegt zu werden, der weniger Kräfte verbraucht als er. Jedoch verliert Lemond sein zweites Ziel nicht aus den Augen, denn gelingt es Roche aus eigener Kraft, Hinault abzuhängen, bleiben ihm selbst mehr Ressourcen für die Umsetzung des Ziels «Persönlicher Sieg». Maximierung bedeutet also lediglich, dass das Ziel nur erreicht werden kann, wenn man eines der beiden

8 Man darf nicht vergessen, dass es sich bei der Tour de France um ein Etappenrennen handelt. Es gibt also neben dem Etappenklassement auch noch die Gesamtwertung. Aus diesem Grund verfolgten die beiden Ausreißer, wie sich hier gezeigt hat, zwar nicht dasselbe Ziel, da der eine (Herrera) in erster Linie den Etappensieg der Bergetappe anvisierte und der andere (Hinault) die Gesamtwertung und somit den Gesamtsieg. Es lag also eine Übereinstimmung vor, denn um ihr Ziel zu erreichen, haben sie zunächst ein gemeinsames Ziel: «die gemeinsamen Gegner abzuhängen».

9 Es gab noch eine weitere Bergetappe, die auf dem Col de l'Aubisque endete und von Roche gewonnen wurde.

aufgibt (das nicht maximierte). Genau diese Situation ist eingetroffen, da nicht Lemond diese Tour de France gewann, sondern Hinault. Lemond erreichte sein erstes Ziel, jedoch wurde sein zweites Ziel «vereitelt».¹⁰

V. Schluss

Auch wenn die hier vorgestellten Gedanken gewiss vertieft und weiter ausgearbeitet werden müssen, so mögen sie doch die Relevanz kognitionswissenschaftlicher Untersuchungen von Sportübertragungen im Allgemeinen und der von Radrennen im Besonderen deutlich machen. Die Frage nach dem Zuschauer als kognitives wie auch als verstehen könnendes-sollendes¹¹ Subjekt wird, wie mir scheint, für die Institution Fernsehen nur selten aufgeworfen. Das Subjekt versteht den ihm vorgesetzten Bild-Diskurs nicht alleine dadurch, dass Bilder gezeigt und die Ereignisse beschrieben werden. Auch wenn der Zuschauer sicherlich über die notwendige «Kompetenz» verfügt, diese zu verstehen, ist dies nicht ausreichend. Wie meines Erachtens hier veranschaulicht wurde, reicht die Kenntnis der audio-visuellen «Sprache» [«langage»] nicht aus, um die räumlichen Zusammenhänge eines Radrennens sowie dessen taktische Schemata, also das, was man auch als narrative Struktur des Ereignisses bezeichnen könnte, zu erfassen.¹²

10 Hätte sich Lemond dazu entschlossen, mit Roche zu kollaborieren, so hätte er beide Ziele realisieren oder beide zerstören können. Verständlicherweise wurde eine solche Kollaboration von der Teamleitung nicht gern gesehen. Die Kollaboration war für Lemond durchaus der beste *plan*, da sie ihn im besten Fall zum Sieg führen und er im schlimmsten Fall auf seinem aktuellen zweiten Platz verbleiben würde. Es war Köchli, der sportliche Leiter seines Teams, der gegen den Willen Lemonds über dessen Taktik entschied. Man darf nicht außer Acht lassen, dass es sich bei den Radprofis um Berufssportler handelt. Folglich sind sie Arbeitnehmer und für ihre Arbeitgeber bedeutet deren Sieg den größten werbetechnischen Profit. Vor diesem Hintergrund war die Maßnahme Köchlis die bessere Variante, weshalb sich Lemond letztlich damit einverstanden erklärte. Werbetechnisch bedeutete ein fünfter Sieg Hinaults mehr (Gleichstand mit den Rekorden von Anquetil und Merckx) als ein erster amerikanischer Sieg bei der Tour de France.

11 Diese merkwürdige Bezeichnung meint, dass vorausgesetzt wird, dass der Zuschauer die Sportübertragung versteht, was wiederum bedeutet, dass *die Enunziation bewirkt* [*l'énunciation fait en sorte*], dass der Zuschauer aufgrund seiner Kompetenz und der übermittelten neuen Informationen instande ist, das Geschehen zu verstehen.

12 Hieran anknüpfend könnte eine solche Untersuchung auch für das generelle Verständnis davon, wie wir Film verstehen, insbesondere narrative Filmen, die wohl das am weitesten verbreitete Genre sind, von Interesse sein. Schließlich ist es auch für die Erklärung des narrativen Films notwendig mit Begriffen wie *script*, *plan*, Beziehungen zwischen Plänen, Zielsetzungen usw. zu arbeiten.

Hinsichtlich des Radrennens sind hier einige Aspekte unerwähnt geblieben, obwohl sie für die Problematik des Verstehens von entscheidender Bedeutung sind. Es handelt sich hierbei um eine genauere Betrachtung der Enunziation (und vor allem des Kommentars); etwa die Fragen, wann sich der Kommentator deiktischer Formen bedient (und sich auf die «Gegenwart» des Bildes beziehen), wann nicht (um auf den Ort der Äußerung zu verweisen). Es ist durchaus üblich, dass sich Kamera und Kommentator bei der Übertragung von Radrennen nicht am selben Ort befinden. So auch während der Übertragung von Paris-Roubaix, als der Kommentator die Rennfahrer im ersten gepflasterten Streckenabschnitt nennt, die gar nicht im Bild zu sehen sind, weil sich die Kamera 900 Meter vor der Position des Kommentators entfernt befindet.

Auch die Rolle des Kommentars in Bezug auf das Verständnis des Rennens müsste intensiver betrachtet werden. Er kann z. B. der Erläuterung von *scripts* dienen, wie am Beispiel der Übertragung der Lombardei-Rundfahrt zu sehen war. Ziel der vorliegenden Untersuchung sollte jedoch nicht sein herauszufinden, ob die Übertragungen von Radrennen im allgemeinen «verständlich» sind oder nicht (dies würde eine erweiterte Analyse relevanter Sendungen erfordern), sondern der Frage nachzugehen, unter welchen Voraussetzungen es möglich ist, «die Übertragung eines Radrennens zu verstehen». Es ist also nicht ausgeschlossen, auch wenn ich es bezweifle, dass der Zuschauer solche Übertragungen mit Hilfe des Kommentars versteht.

Abschließend sei noch angemerkt, dass es hier nicht darum gehen sollte, darüber zu belehren, wie die Übertragung eines Radrennens auszusehen hätte. Noch dazu scheint das Interesse an Radsportübertragungen immer mehr zurückzugehen. Es ist eher unwahrscheinlich, dass dies auf Verständnisschwierigkeiten zurückzuführen ist. Dass sich Rennen wie Paris-Roubaix und vor allem die Tour de France dieser rückläufigen Tendenz entziehen, ist sogar eher eine Bestätigung dieser These. Die Popularität von Paris-Roubaix ist wohl eher auf den Unterhaltungswert der Veranstaltung zurückzuführen als auf das Interesse des Zuschauers an taktischen Schemata. Für beide Rennen gilt die Annahme, dass es dem Zuschauer weniger um das Verständnis geht, als um das Wiedererkennen vertrauter Mythen. Dieses Phänomen ist zum Teil für den großen Erfolg des Straßenradrennsports in den Vereinigten Staaten verantwortlich.¹³

13 «Es ist kein Zufall, dass das größte Rennen der USA die Colorado-Rundfahrt (die Coors Classic) ist, die im Westen des Landes stattfindet.»

Es ist nicht Zweck dieser Arbeit, dieses Phänomen und seine Konsequenzen zu analysieren. Diese Entwicklung könnte durchaus dazu führen, dass es manche Rennen auf hohem Niveau nicht mehr geben wird, und zwar deshalb, weil sie diese Art von Inszenierung des Radsports nicht zuließen. Denn der Radsport ist ein Berufssport, der von dem Wohlwollen der Sponsoren¹⁴ abhängt. Es sei mir an dieser Stelle erlaubt, den Wunsch auszusprechen, dass diese Art von Abhandlung nicht nur von wissenschaftlichem Interesse sein möge (schon das ist keineswegs sicher), sondern vielleicht auch von einer gewissen Bedeutung bezüglich des Problems, mit dem sich alle Beteiligten beschäftigen müssen, nämlich dem der Beziehung zwischen Radsport und Medien.

Aus dem Französischen von Carola Michel

Literatur

- Bächler, Odile (1985) *La Diligence et l'espace dans le Western américain*. Diss., Université de la Sorbonne Nouvelle, Paris III.
- Barr, Aaron / Feigenbaum, Edward A. (Hg.) (1981) *The Handbook of Artificial Intelligence, Vol. 1*. Los Altos, CA: William Kaufman, Inc.
- Barwise, Jon / Perry, John (1987) *Situationen und Einstellungen. Grundlagen der Situationssemantik*. Berlin/New York: de Gruyter.
- Bobrow, Daniel / Collins, Allan (Hg.) (1975) *Representation and Understanding*. New York: Academic Press.
- Colin, Michel (1985) *Langue, Film, Discours*. Paris: Klincksieck.
- (1986) Interprétation sémantique et relations spaciales dans la bande-image. In: *DRLAV, revue de linguistique*, 34/35, S. 359–376.
- (1987) La retransmission sportives à la télévisio: Pour une approche cognitive. In: *Communication Information* 9,1, S. 13–35.

¹⁴ Aus diesem Grund ist die Teilnahme der französischen Teams an der Tour den France ausschlaggebend. Eine Mannschaft wie Carlos-Miko, die zur Teilnahme an der Tour de France 1986 nicht zugelassen wurde, beendet den Wettkampf mitten in der Saison. Die Teilnahme ist für jeden Rennfahrer von gleicher Wichtigkeit. Der Fahrer G. Duclos-Lassale merkt an dieser Stelle an, dass Rennfahrer, die sich bei den Bergetappen schwer tun oder andere, die keine herausragenden Sprinter sind, es in Zukunft immer schwerer haben werden, Rennen zu gewinnen, zumal sich die Rundfahrten immer stärker auf Bergetappen konzentrieren, da diese am spektakulärsten sind und am wenigsten Vorkenntnisse erfordern.

- Donnellan, Keith (1972) Proper Names and Identifying Descriptions. In: *Semantics of Natural Language*. Hg. v. Donald Davidson und Gilbert Harman. Dordrecht: Reidel, S. 356–379.
- Eastman, C.M. (1970) Representations for Space Planning. In: *Communications of The Association for Computing Machinery*, 13, S. 242–250.
- Eastman, C.M. (1973) Automated Space Planning. In: *Artificial Intelligence*, 4, S. 41–64.
- Fauconnier, Gilles (1984) *Les espaces mentaux*. Paris: Editions de Minuit.
- Hinault, Bernard / Genzling, Claude (1986) *Le Cyclisme sur route*. Paris: Robert Lafont.
- Kripke, Saul A. (1981) *Name und Notwendigkeit*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Linsky, Leonard (1968) *Les Problèmes de la référence*. Paris: Le Seuil.
- Metz, Christian (1971) *Langage et Cinéma*. Paris: Larousse.
- Odin, Roger (1983) Pour une sémio-pragmatique du cinéma. In: *Iris* 1, 1, S. 67–82.
- Pitrat, Jacques (1985) *Textes, Ordinateurs et Compréhension*. Paris: Eyrolles.
- Schank, Roger / Abelson, Robert (1977) *Script, Plans, Goals and Understanding*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Willensky, Robert (1983) *Planning and Understanding*. Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Winograd, Terry (1983) *Language as Cognitive Process. Vol 1: Syntax*. Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Wittgenstein, Ludwig (1973) *Philosophische Grammatik*, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Wunderlich, Dieter (1982) Langage et Espace. In: *DRLAV, revue de linguistique*, Nr. 27, S. 63–82.

«Play, but play seriously»¹

Zur medialen Inszenierung von *Le Parkour*

Rebekka Ladewig

RUSH HOUR: «Nicht mehr Signaturen, sondern Stil»²

A series of spectacular rooftop stunts in a new BBC promotional film are all genuine, the corporation has revealed. [...] The BBC said no computer graphics or post-production enhancements were used to create the film. [...] Belle did not use any safety wires, though some crash mats were in place out of the view of cameras.³

Mit dieser Pressemeldung, im April 2002 unter der Headline «BBC film's rooftop stunts real» auf der Homepage des britischen Fernsehsenders geschaltet, rückte nicht nur der BBC-Spot RUSH HOUR,⁴ von dem hier die Rede ist, sondern vor allem die darin inszenierte Bewegungstechnik *Le Parkour* in die Schlagzeilen der britischen Presse. Der im Rahmen der Imagekampagne «BBC One – The One» produzierte Werbespot featured mit dem französischen Traceur David Belle einen der Begründer von Parkour, einer Fortbewegungstechnik, die Belle selbst schlicht als «freie Bewegung» verstanden wissen möchte, als «eine Methode, so einfach und effizient wie möglich von A nach

1 Foucan (Interview): <http://www.asifitwerereal.org/zoe/archive/Parkour/parkour.htm> (13.08.2007).

2 Deleuze/Guattari 1998, 434.

3 Vgl.: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/1939106.stm> (12.01.2007)

4 RUSH HOUR (GB 2002, Tom Carty) ist einsehbar unter www.youtube.com/watch?v=SAMAr8y-Vtw.

B zu kommen».⁵ Was Einfachheit und Effizienz für den Parkour-Profi bedeuten und wie ungewöhnlich die von ihm eingeschlagenen Wege ausfallen, zeigt seine Performance in RUSH HOUR: Narrativ gerahmt als Passage zwischen Büro und Wohnung bzw. Schreibtisch und heimischem Fernseher wird hier ein Hindernislauf hinweg über Dächer, Mauern, Geländer und Häuserschluchten in Szene gesetzt, eine Choreographie, die auf den direkten Weg setzt, Geschwindigkeit, Kraft, Akrobatik und Improvisation vereint, die Architekturen des Alltags links liegen lässt und mit dem Bewegungsraum über den Dächern Londons zugleich die Topographie der Stadtlandschaft als Wahrnehmungsraum aufzeigt. Schon hier deutet sich an, dass es sich bei Parkour – seinem Image zum Trotz – nicht um einen urbanen Extremsport handelt; wie ich im Folgenden ausführen werde, ist in dieser Technik vielmehr eine stilisierte räumliche Erzählung auszumachen, in der Raum, Körper, Selbst und Medien ein ineinander verwobenes Amalgam bilden.

Tatsächlich ist RUSH HOUR als eine Art *Tutorial* angelegt, das nicht nur in Bezug auf die körperliche Bewegungstechnik, sondern auch auf die damit einhergehende räumliche Praxis die entscheidenden Grundlagen von Parkour vermittelt. Technisch perfekt ausgeführt und ästhetisch inszeniert, handelt es sich bei den diversen Sprüngen, Drehungen und Rollen, mit denen Belle die architektonischen Hindernisse überwindet, um die wichtigsten Grundfiguren der Bewegungstechnik:⁶

Eine sogenannte *planche* (Abb. 1), bei der der Oberkörper aus einer hängenden Position über den Rand einer Mauer hinweg – in diesem Fall auf das Dach des Bürogebäudes – gehievt wird; ein *saut de chat*, eine Hocke über eine Mauer hinweg, gefolgt von einem *franchissement*, einer Art Unterschwing, der an der Stange eines Treppengeländers ausgeführt wird; ein *pasement* (Abb. 2), mit dem ein weiteres Geländer überwunden wird; ein *saut de bras* (Abb. 3), bei dem Belle, aus einem Drehsprung heraus, in hängender Position an einer Mauer landet, sich mit den Händen an deren Oberkante festhält, um dann in eine weitere *planche* überzuleiten; ein *saut de précision* (Abb. 4), ein Präzisionsprung also, bei dem Belle auf einer Mauerkante landet, von der herab er einen Vorwärtssalto macht; diverse Weitsprünge (*sauts de détente*) über Häuserschluchten hinweg, wobei zwei dieser Sprünge aus der Perspektive der Passanten aufgenommen sind, während ein spektakulärer Distanzprung in 60 Meter Höhe (Abb. 6) mit einem Close-Up

5 So David Belle im *Making of...* von BANLIEUE 13 (F 2004, Pierre Morel).

6 Eine anschauliche Übersicht über die Grundfiguren von *Le Parkour* finden sich unter der URL: <http://www.parkour.de/moves/index.html> (22.01.2007).



RUSH HOUR

- 1 planche
- 2 passement
- 3 saut de bras
- 4 saut de précision
- 5 Close Up (Anlauf)
- 6 saut de détente

auf Belle's konzentriertes Gesicht und seinen muskulösen Oberkörper (Abb. 5) sowie einer Pause in der Filmmusik – einem Remix des fünfziger Jahre-Mambo-Songs *Sway* von Pablo Béltan Ruiz – eingeleitet wird; schließlich ein sogenannter *Tic Tac*, bei dem Belle seitlich an einer Mauer hochläuft, um über einen Zaun zu springen.

Diese Bewegungen gestalten den Weg, der Belle von seinem Schreibtisch in einem Bürogebäude nach Hause vor den Fernseher führt (gerade pünktlich zum Beginn einer Sendung auf BBC One), und es scheint, als würden hier Weg und Bewegungen auseinander hervorgehen und sich wechselseitig produzieren, spielerisch und im Einklang mit dem Körper des Läufers. Der Beweglichkeit dieses Körpers und dessen Interaktion mit der architektonischen Umgebung ist die Konformität einer Menschenmasse gegenüber gestellt, deren Bewegungen durch Ampeln, «Wait»- und «Stop»-Zeichen, Fahrbahnverengungen und Einspurigkeit reguliert, gesteuert und ausgebremsst werden. Mit nur sieben Gegenschnitten auf Verkehrszeichen, verstopfte Straßen und Gehwege, hupende Autos und dicht gedrängte oder wartende Menschen – Einstellungen, die zusammen weniger als 6 sec. des 1.5-minütigen Spots ausmachen – wird das Stopp and Go der Londoner Rush

Hour als normierendes und regulierendes System gegen den freien *flow* über der Stadt ausgespielt – gerade so, als solle hier der von Michel de Certeau beschriebene Widerspruch zwischen «dem Modus einer kollektiven Verwaltung und dem individuellen Modus einer Wiederaneignung des Raumes» (de Certeau 1988, 17) filmisch bebildert werden. Eingeführt und gegeneinander abgesetzt werden diese (überzeichneten) Bilder von individueller und uneingeschränkter Beweglichkeit einerseits und gleichgeschalteten, kanalisierten Bewegungsströmen andererseits schon in der Eingangssequenz des Spots. So ist bereits in der ersten Einstellung der Fortgang der filmischen Handlung angelegt: Sie zeigt – unscharf im Hintergrund – Belle an einem Schreibtisch sitzend, im Vordergrund die Figur eines asiatischen Schwertkämpfers, der an der Fassade eines Hochhausmodells hängt und auf die Martial Arts als eine der Referenzen von *Parkour* anspielt. Nach einem Blick auf die Uhr legt Belle seine Arbeitskleidung ab und öffnet das Fenster, um dann seinerseits die Fassade des Bürogebäudes zu erklimmen.

Ein spektakulärer Handstand auf dem Geländer des Daches – zuerst gegen das Panorama der Stadt, dann gegen den Himmel geschossen – bildet den choreographischen Auftakt zu seinem Lauf. Dass hierbei für Belle andere Regeln gelten als die Verkehrsregeln der dicht befahrenen Straße unter ihm, signalisiert ein rot aufleuchtendes Ampellicht, das zugleich den Einsatz der Musik und den Beginn des eigentlichen Parcours markiert. Die dabei eingeschlagene Route zeichnet eine Fluchtlinie, die sich von der Routine der Rush Hour mit ihrem kollabierenden Verkehr kaum deutlicher abheben könnte. *Route* und *Routine* stehen dabei für zwei verschiedene Umgangsweisen mit der urbanen Umgebung. Zwar sind beide an den taktilen, feldperspektivischen Raum der körperlichen Bewegungen und – mehr oder weniger zumindest – an den *Akt des Gehens* gebunden, den de Certeau im Rahmen seiner Theorie der Alltagspraktiken als Operation herausgestellt hat, welche «zu einer unheimlichen Vertrautheit mit der Stadt führen» müsste (de Certeau 1988, 186); allerdings liegen ihnen gegensätzliche Wahrnehmungs- und Erlebnisqualitäten zugrunde: Bewegt sich die Routine in den ausgetretenen Pfaden des Alltags, die sie gleichsam verkörpert, so ist die Route von der Kontingenz des urbanen Raumes und seiner Objekte abhängig, durch die sie ihren Weg sucht und immer wieder aufs Neue suchen muss, um nicht zur Routine zu werden.

Dass sich die Route ungleich aufregender gestaltet als die Routine, liegt auf der Hand. Und genau darum geht es auf den ersten Blick – bei Parkour selbst ebenso wie bei dessen medialer Darstellung in RUSH HOUR. Tatsächlich kommen in der außergewöhnlichen Variante

des täglichen Weges von der Arbeit nach Hause die Idee des Spots und die des darin inszenierten Sports quasi zu Deckung: Wer BBC One sieht, so ließe sich das Marketing-Credo von BBC zuspitzen, hebt sich von der grauen Masse ab; er schlägt – wie der Begründer der Parkour-Bewegung – andere, originellere und effizientere Wege ein, um an sein Ziel zu gelangen.⁷ Was in RUSH HOUR eigentlich dargestellt wird, ist somit ein Lebensgefühl oder ein Lebensstil, dessen abenteuerliche Ästhetik, Individualität und Kreativität das Image von BBC One reflektiert. In diesem Sinne kommentiert auch Christine Madden, Head of Marketing bei BBC One, die Einführung des Spots: «Rush Hour dramatises the anticipation of a favourite programme in the most breathtaking and exciting fashion [...]. It captures 'the new spirit' of BBC One and reflects its new, dynamic identity.»⁸

Es ist alles andere als ein Zufall, dass diese neue Identität der British Broadcasting Corporation über das körperliche Kapital eines Hochleistungssportlers transportiert werden soll. Wie imagerträchtig nämlich das Branding von Sport, die Inszenierung und Implementierung von pop- und subkulturellen Elementen sowie die Vermarktung von Coolness sind, haben die Werbekampagnen globaler Unternehmen, allen voran des Sportkonzerns Nike, im Laufe der neunziger Jahre vorgeführt (vgl. Klein 2001; Bergermann 2003). Die in diesem Zusammenhang angestoßenen Debatten um Verkauf und Ausverkauf von Sportikonen, um Aneignung und Subversion oder *street credibility* und eine sogenannte *falsche Kulturindustrie*, in der Minderheiten zum Mainstream werden (vgl. Holert/Therkessides 1996), dürften diese Kampagnen sogar noch aufgewertet haben. Schließlich stieg auch im Fall von RUSH HOUR die mediale Aufmerksamkeit mit der einleitend zitierten Meldung, dass die darin inszenierten *stunts* eigentlich gar keine *stunts*, sondern «genuine» und «real» seien. Der Produzent von RUSH HOUR, Tom Ewert, bringt es auf den Punkt: «You see a lot of special effects in commercials these days. This is different, it's real and you feel it.»⁹ *Difference sells* – und dies umso mehr, wenn es die mediale Inszenierung

7 BBC One trat dabei als Produkt in den Hintergrund, um stattdessen als Sinnproduzent und Sinnvermittler aufzutreten. Marketingstrategisch kam damit ein Konzept zum Einsatz, das Naomi Klein in *No Logo!* als seinerzeit neuestes Paradigma der Werbeindustrie herausgestellt und am Beispiel der Global Player der neunziger Jahre exemplifiziert hat: die Verschiebung vom Produkt zur Marke und die von der Produktwerbung zum Branding; vgl. hierzu Klein 2001.

8 «Unmissable new campaign for BBC One», BBC-Press Office (press release vom 11.04.2002), vgl. http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2002/04_april/11/rush_hour.shtml.

9 vgl. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/1939106.stm> (24.01.2007).

von Echtheit und Authentizität ist, die den Unterschied ausmacht. Wer dabei letztendlich von wessen Image profitierte, bleibt in diesem Fall ununterscheidbar. Fest steht indes, dass das Bild des bis dahin außerhalb von Frankreich wenig bekannten Phänomens Parkour durch RUSH HOUR nachhaltig geprägt wurde.

Le Parkour: «Il y a toujours un chemin»¹⁰

RUSH HOUR erlangte in der vor allem auf Internet-Foren und Weblogs vernetzten Parkour-community schnell Kultstatus. Dass der Spot nicht ohne Grund als einer der Steine gilt, der die Parkour-Bewegung international ins Rollen gebracht hat,¹¹ belegen nicht nur die stetig wachsenden Zahlen praktizierender Parkour-Anhänger, sogenannter Traceure, sondern auch die Anzahl kommerzieller Darstellungen, die in der Folge von RUSH HOUR entstanden sind. Seit 2003 ist Parkour in zahlreichen Werbespots – u.a. für die Presto-Line von Nike,¹² die Toyota-Tochtermarke Scion oder die Ixus-Serie von Canon – inszeniert worden, und 2005 tauchten Parkour-Elemente erstmals auch im Genre des Musikvideos auf.¹³ Dabei war es von Anfang an die spektakuläre Seite von Parkour, die in den medialen Darstellungen ins Rampenlicht gerückt wurde: mühelos anmutende Sprünge und ausgefeilte akrobatische Manöver in bodenlosen Höhen, verpackt in der Ästhetik des jeweiligen Produktimages. Das gilt auch für die im September von Channel 4 ausgestrahlten 60-minütigen Dokumentation JUMP LONDON (GB 2003, Mike Christie), in der Parkour selbst als Produkt und neuer Trend präsentiert wurde. Zwar beleuchtete Christie hierin mit den spielerischen Anfängen von Parkour im Pariser Vorort Lisses auch die Hintergründe dieser Disziplin und das zugrunde liegende Körperprogramm; den dramaturgischen Höhepunkt der Dokumentation bildete hingegen eine sensationelle Performance, die drei Profis der französischen Parkour-Szene an den architektonischen Landmarken der Londoner South Bank vorführten. An dem medial geprägten Eindruck, dass es sich bei

¹⁰ Belle (Interview), vgl.: <http://nicesoul.free.fr/fichier/philosophie.html> (24.01.2007)

¹¹ Hierzu exemplarisch Webb 2006 und Powers 2006.

¹² Zuerst witterte der Sportkonzern Nike den neuen Trend und verpflichtete für commercials der Presto-Line David Belle und dessen Jugendfreund und Trainingspartner Sébastien Foucan.

¹³ Zunächst in den Videoclip JUMP, einer Single-Auskopplung aus dem Madonna-Album *Confessions on a dancefloor*, kurz darauf dann in Videos von Daft Punk, David Guetta u.a. Auf die Spielfilmproduktionen, die in den vergangenen Jahren entstanden sind, gehe ich im letzten Abschnitt dieses Texts gesondert ein.

Parkour um einen neuen urbanen Extremsport handelt, der in erster Linie aus atemberaubenden Akrobatik-Einlagen und riskanten stunts besteht, änderten also auch die Dokumentation JUMP LONDON und deren zwei Jahre später ausgestrahlte Fortsetzung JUMP BRITAIN wenig.¹⁴ Im Gegenteil, die mit der Ausübung von Parkour verbundenen Gefahren traten erst richtig zutage, als kurz nach der Ausstrahlung von JUMP BRITAIN die Schlagzeile «Teen dies in «rooftop run» durch die britische Presse ging.¹⁵ Der Unfall des 14-jährigen Teenagers, der beim Imitationsversuch eines Parkour-Sprungs tödlich verunglückte, ist jedoch weniger ein Beleg dafür, dass Parkour eine lebensgefährliche Extremsportart darstellt; vielmehr verdeutlichte dieser Unfall, dass die fast litaneiartig beschworenen Hinweise und Warnungen vor Selbstüberschätzung, die zum Standardprogramm jeder Selbstbeschreibung von Parkour gehören, gerade angesichts der im Modus des *Extremen* und *Spektakulären* inszenierten medialen Darstellungen dringend geboten sind.¹⁶

Denn die Tatsache, dass es sich bei den in Werbespots, Musikvideos oder Doku-Features eingesprungenen Darstellern um hochtrainierte Leistungssportler handelt¹⁷ – um Parkour-Profis der ersten Generation, die ihren Sport perfekt beherrschen und in den Medien verkörpern – macht Parkour nicht automatisch zu einem Hochleistungs- und Extremsport. So entgegnet Emily Rogers, eine Profi-Traceurin der britischen

14 Mit JUMP BRITAIN (GB 2005, Mike Christie) wurde im Januar 2005 eine Fortsetzung der Dokumentation ausgestrahlt, die neben den ursprünglichen französischen Traceuren auch Vertreter der inzwischen gegründeten englischen Organisation *Urban Freeflow* in Aktion zeigte. 2003 als Internetforum gestartet ist *Urban Freeflow* inzwischen zeitlich zu einer der weltweit größten Parkour-Organisationen mit mehr als 14.000 praktizierenden Mitgliedern (bis Mai 2006) angewachsen; vgl. Webb 2006.

15 Vgl. www.news24.com/News24/World/News/0,,2-10-1462_1752341,00.html (10. 11. 2007).

In der Meldung heißt es weiter: «A British teenager died attempting a leap between two buildings, copying the free-running craze, a British newspaper said on Thursday. Free-running, or parkour, was developed in the Paris suburbs in the 1980s. Expert jumpers leap gracefully across rooftops and run along high ledges. The sport has become more popular in Britain thanks to a BBC television trailer and a number of television shows. Alex Leatherbarrow, 14, fell to his death after climbing a 6m high building at his school. His friend made the 1.80m jump to another roof but he did not.» (Ibid.)

16 So war etwa in JUMP BRITAIN eingangs der Hinweis zu lesen: «This film features the new urban sport of Free Running. Free Running is a dangerous activity which should not be attempted without professional supervision.»

17 Neben David Belle ist Sébastien Foucan, der in den beiden englischen Dokumentationen neben Jerome Ben Aoues und Johann Vigroux vertreten ist, einer der wichtigsten Parkour-Vertreter in den Medien. Für einen chronologischen Abriss der medialen Darstellungen von Parkour reicht dementsprechend ein Blick auf die Biographien bzw. Filmographien von Belle und Foucan und deren näheres Umfeld.

Parkour-Szene, auf die Frage, ob es sich bei Parkour um einen Extremsport handle: «It's semantics really. Some say it is, some don't. Surfing is dangerous, but people don't call it an extreme sport. It can be dangerous if not done properly, as can skateboarding and rollerblading.»¹⁸ Mit Extremsport im Sinne einer «Selbstermächtigungsstrategie des modernen Subjekts»¹⁹ oder «organisatorisch inkludierten Menschen» (Bette 2004, 25), die sich einem «vitalistischen Selbstermächtigungsbegehren» (ibid. 29) hingeben und durch eine «außergewöhnliche Opfer- und Leidensbereitschaft» (ibid. 39) auszeichnen, hat Parkour jedenfalls nichts zu tun – und es ist fraglich, ob in dieser systemstheoretischen Perspektivierung, die im Extremsport zuerst Risiko- und Selbstgefährdungspraktiken am Werke sieht, die spezifischen Charakteristika der jeweiligen Sportart nicht ohnehin aus dem Blick geraten.

Geht es also darum, das Phänomen Parkour auch jenseits der Semantiken des *thrills* zu erfassen, ist es sinnvoll, es nicht vorschnell als Extremsport abzustempeln. Produktiver ist es, Parkour auf die hierin wirksamen Bezüge zwischen Raum, Körper, Selbst und Medien hin zu befragen und diese Konzepte historisch und analytisch zu spezifizieren. Auch wenn sie unauflöslich miteinander verbunden sind bzw. ineinander aufgehen, werden sie im Folgenden aus analytischen Gründen kurz nacheinander beleuchtet.

Raum

Eine Annäherung an die räumlichen Operationen von Parkour ergibt sich am einfachsten durch einen Vergleich mit dem Skateboarding:²⁰ Sowohl beim Skateboarding als auch bei Parkour geht es um eine möglichst reibungslose körperliche Fortbewegung, um eine direkte Verbindung mit der topographischen Umgebung. Parkour ist in diesem Sinne als eine räumliche Praxis zu begreifen, die durch die Bedingungen des öffentlichen Raumes geprägt ist. Nur werden – hier wie dort – die herkömmlichen urbanen und architektonischen Funktionen zu Hindernissen umgedeutet und so auf ganz eigene Art genutzt. Wenn Treppengeländer zu Rutschen und Dächer zu Sprungbrettern werden, ist darin eine spielerische Wiederaneignung des städtischen Raums zu sehen – eine appropriative Geste, die weniger an selbst-

¹⁸ Rogers (Interview), vgl.: worldwidejam.tv/images/WorldwideJAM.SCMP.1.pdf (23.10.2007).

¹⁹ Als eine solche definiert der Sportsoziologe Bette (2004, 12) den Extremsport.

²⁰ Zum Skateboarding vgl. Borden 2001.

gefährdende Praktiken der «Raumbewältigung» (Bette 2004, 103) im Extremsport erinnert als an die situationistische Strategie des *détournements* (vgl. Debord/Wolman 1956): an eine Zweckentfremdung des urbanen Raums also, die Henri Lefèbvre in seinem Hauptwerk *La production de l'espace* (1972) als einen Modus der Aneignung charakterisierte, welcher sich zwischen Formen der *diversion* und *subversion* bewegt (Lefèbvre 1991, 166). Lefèbvre, der der situationistischen Bewegung in ihrer frühen Phase nahe stand, hatte vor allem den zentralen Pariser Warenumschiagort *Les Halles*²¹ im Auge, als er die räumlichen Operationen des *détournements* beschrieb:

An existing space may outlive its original purpose and the *raison d'être* which determines its forms, functions, and structures; it may thus in a sense become vacant and susceptible of being diverted, reappropriated and put to a use quite different from its initial one. (Lefèbvre 1991, 167)

Den vorgefundenen Raum und die darin angelegten Funktionen einem anderen als dem eigentlich vorgesehenen Gebrauch zuzuführen, ist kennzeichnend für das räumlich-operative Vorgehen von Parkour.²² Und es mag eine vergleichbare Form der Offenheit für eine andere Umgangsweise gewesen sein, die die Parkour-Gründer David Belle und Sébastien Foucan in den baulichen Gegebenheiten des südlich von Paris gelegenen Orts Lisses gesehen haben,²³ der inzwischen zu einer Pilgerstätte für Traceure geworden ist. Hier nämlich sind die Anfänge der Praxis zu verorten, die Ende der 1980er Jahre als eine Art Spiel mit den Elementen der kleinstädtischen Architektur begann. So berichtet Sébastien Foucan, u.a. aus Werbeclips für Nike und Scion,

21 Die Pariser *Halles* waren in den frühen 1960er Jahren ein von den Situationisten favorisierter Treffpunkt und Ort zahlreicher situationistischer Interventionen; vgl. hierzu Khatib 1958.

22 Sportliche Praktiken, die in Bezug auf Aneignungsstrategien auch des urbanen Raumes ähnlich verfahren wie Parkour, hat es offenbar schon in den 1930er Jahren gegeben. So berichtet Rob Schultheis in seinem Buch *Bone Games* von einem Sport aus Nordengland: «Urban working-class climbers in Scotland and northern England have a sport sometimes called 'building', which consists of making ascents of man-made structures such as abandoned warehouses, highway overpasses, etc. The sport actually began at Oxford in the 1930s, when tipsy undergraduates began climbing clock towers and belfries by night; a guidebook was even published, of the best campus alpine routes» (Schultheis 1996, 178). Mit Parkour steht dieses Phänomen nicht in Verbindung.

23 «And really the whole town was there for us; there for free running. You just have to look, you just have to think, like children.» Foucan (Interview), vgl.: <http://parkour2006.tripod.com/id16.html> (10.08.2007).

der Dokumentation JUMP LONDON sowie dem Madonna-Video JUMP bekannt, rückblickend über die Anfangstage von Parkour:

We were playing mere children's games. David Belle and I wanted to develop these games and make them an art, a philosophy... What is shameful is to believe that, once grown up, we shall stop playing. Like Bruce Lee said: play, but play seriously.²⁴

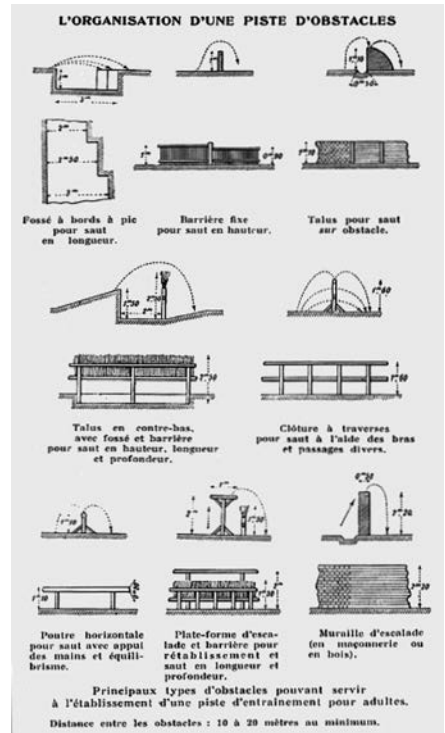
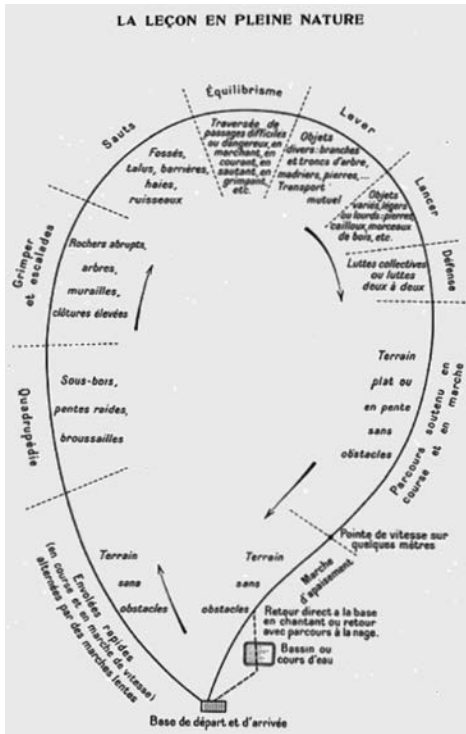
Dass sich Parkour in der Folge tatsächlich zu einer ernst zunehmenden sportlichen Disziplin entwickelte, lag vor allem an den Trainingsmethoden und damit an den sporttheoretischen und leibespädagogischen Hintergründen, die diese Disziplin informiert haben.

Körper

Eng mit der Biographie David Belle's verknüpft, dessen Vater in den 1950er Jahren in Indochina der französischen Armee beitrug und dort nach der so genannten *méthode naturelle* militärisch ausgebildet wurde, handelt es sich hierbei um das Werk des französischen Sportpädagogen und Offiziers der Marine Georges Hébert (1875–1957). Wie die deutsche Lebensreformbewegung des frühen 20. Jahrhunderts rückte auch der so genannte Hébertismus das Ideal des «natürlichen Körpers» ins Zentrum, was hier wie dort die Abkehr von Formen der Leibeserziehung markierte, die auf den Drill und die Dressur des menschlichen Körpers setzten. Es war das Körperbild, das Hébert in der Begegnung mit den autochthonen Völkern der französischen Kolonien in Afrika und Asien kennen gelernt hatte, welches sein Werk nachhaltig prägte.²⁵ An diesem Körperideal schulte sich die von Hébert konzipierte «*méthode naturelle*», die er in seinem 1912 veröffentlichten Werk *L'Éducation physique, virile et morale par la méthode naturelle* systematisch ausgearbeitet hat. Die Grundlage dieser Persönlichkeitsbildung sah Hébert in einer umfassenden Ausbildung des Körpers, welche Techniken der «normalen Fortbewegung» (Gehen, Laufen, Springen und deren Kombination) und der

24 Foucan (Interview), vgl.: www.asifitwerereal.org/zoe/archive/Parkour/parkour.htm (25.09.2007).

25 Vor dem Hintergrund des (französischen) Kolonialismus sind auch die aus heutiger Sicht rassentheoretisch begründeten Idealisierungen Héberts zu lesen. Ergänzt durch fotografische Darstellungen von Ureinwohnern Französisch-Indochinas, Kameruns, des Senegals und Französisch-Äquatorialafrikas (Gabun), die das *développement musculaire chez les primitifs* (S. 7), *la beauté plastique des primitifs* (S. 9) oder Szenen aus *la vie primitive active* (S. 11) abbilden, stellt Hébert dem Körper im sogenannten «Naturzustand» (*l'homme à l'état de nature*) einem durch die industrielle Arbeit geprägten Körperbild gegenüber.



so genannten «sekundären Fortbewegung» (Gebrauch der Arme, etwa beim Klettern) ebenso wie die Schulung der (Selbst-)Verteidigung, Geschicklichkeit und spielerische Fertigkeiten integrierte (Hébert 1912, 2-4). Die Einflüsse, die das von Hébert konzipierte gymnastische Trainingssystem auf die Entwicklung von Parkour hatte, sind auf den ersten Blick ersichtlich: Sie sah vor, die verschiedenen Körpertechniken in der Interaktion mit «natürlichen Hindernissen» im freien Gelände zu trainieren (vgl. Abb. 7)²⁶ und so das bewusste Erfahren, Wahrnehmung und Beobachten von Körper und Raum gleichermaßen zu schulen. Erst später entwarf Hébert mit dem sogenannten *cours d'obstacle* eine Trainingspiste, in der diese Techniken an künstlichen Hindernissen (Abb. 8) eingeübt und weiter entwickelt werden konnten.²⁷

²⁶ Wie in Abb. 7 ersichtlich, ist die Ausbildung der verschiedenen Körpertechniken in der jeweiligen topographischen Beschaffenheit des Terrains schon angelegt.

²⁷ Mit dem *cours d'obstacle* wurde in den 1950er Jahren in Frankreich auch die *méthode naturelle* ein Teil der militärischen Ausbildung in der französischen Armee. Schon zu-

7 Training nach der *méthode naturelle* im freien Gelände (Hébert 1912, 312.)

8 Hinder-nisse des *cours d'obstacle* (Hébert 1912, 617)

Selbst

Wie der Titel der Schrift von Hébert nahelegt, ist es nicht nur die körperliche Ausbildung, auf die die natürliche Methode abzielte; vielmehr sollten sich im Einwirken auf den Körper und gleichsam durch diesen hindurch auch Charakter und Moral ausbilden: «Une éducation, au sens élevé du mot, tend à former un être complètement armé pour la vie, non pas seulement physiquement, mais virilement et moralement» (Hébert 1912, 15). Die Einflüsse, die die von Hébert zugrunde gelegte Methode auf die Entwicklung von Parkour hatte, erschöpfen sich demnach nicht in reiner Körpertechnik und fließenden Bewegungsfiguren, die David Belle – als Kind von seinem Vater nach der *méthode naturelle* unterrichtet – auf die Topographie der Stadt übertragen hat. Wie bei dieser Methode steht auch bei Parkour mit der Ausbildung des Körpers immer schon die Stärkung charakterlicher Eigenschaften wie Entschlossenheit, Geduld oder Willensstärke in Verbindung. So heißt es in einer typischen Selbstbeschreibung von Parkour:

Die Philosophie von Parkour ist es, *den einen Weg* effizient zu gehen. Das oft harte körperliche Training verändert die Persönlichkeit zum Positiven, man wird geduldiger, disziplinierter, bescheidener und konzentrierter. Das Anwenden von Effizienz und die ständige Suche nach dem effizientesten Weg schulen die Persönlichkeit.²⁸

In der Darstellung der oben zitierten englischen Traceurin werden die Bezüge noch deutlicher, die sich in der Ausübung von Parkour zwischen Raum, Körper und Selbst herstellen:

By doing Parkour, you become more in tune with your surroundings and develop an appreciation of architecture and how to interact with it. On a personal level, you become more aware of your own body and its capabilities. This leads to a rise in confidence, at least in the sense of posture and how you carry yourself. This can carry over into all forms of sport and general life.²⁹

Man muss hierin keine Philosophie und in Parkour keine Kunst sehen, um es als spielerische Technik zu begreifen, die durch den Kör-

vor waren Elemente der hébertschen Leibespädagogik auch in den Schulsport integriert worden; vgl. hierzu Dumas 2003.

²⁸ <http://www.psptheway.de/index.php?id=47> (07.01.2007).

²⁹ Rogers (Interview), vgl. www.worldwidejam.tv/images/WorldwideJAM.SCMP1.pdf (23.10.2007).

per hindurch auf die Herstellung eines spezifischen Selbstverhältnisses zielt. Das von Belle geprägte Motto «Il y a toujours un chemin»³⁰ – Es gibt immer einen Weg – ist mithin nicht auf die konkreten räumlichen oder körperlichen Operationen von Parkour begrenzt; vielmehr charakterisiert es eine Haltung, mit der auch die Gestaltung einer Lebensweise einhergeht. Nimmt man das hierin enthaltene Ethos ernst, so lässt Parkour sich als eine «Selbsttechnik» bzw. «Technologie des Selbst» entwerfen,³¹ als ein Modus des Selbstbezugs, in dem, wie Foucault schreibt, «das Individuum auf sich selbst einwirkt» (1993b, 26) und seine Existenz im Rahmen einer «persönlichen Ethik» gestaltet. Dabei handelt es sich weniger um eine moralische Konfiguration, wie sie dem pädagogischen Programm Héberts noch zugrunde gelegen haben mag; vielmehr geht es um eine ästhetische Spielweise,³² die einen regelgeleiteten Bezug zwischen Alltag und Freiheit herstellt und der *Steuerung, Steigerung und Stilisierung* der eigenen Lebensweise dient.³³

30 «La philosophie du parkour est de toujours aller de l'avant et de ne jamais s'arrêter. Si jamais on a un problème et qu'on ne peut plus avancer comme dans la vie des fois, il y a toujours un chemin.» David Belle in einem Feature des französischen Senders TF1. Vgl.: <http://nicesoul.free.fr/fichier/philosophie.html>.

31 Foucault hat *Selbsttechniken* als diejenigen Techniken bestimmt, «die es dem Individuum ermöglichen mit eigenen Mittel bestimmte Operationen an seinem Körper oder seiner Seele, seinem Denken, seinem Verhalten und seiner Existenzweise vorzunehmen mit dem Ziel, sich so zu verändern, dass es einen gewissen Zustand von Glück, Reinheit, Weisheit, Vollkommenheit oder übernatürlicher Kraft erlangt» (Foucault 1985, 35). Obwohl Selbsttechniken in ihrem Funktionieren unauflöslich mit 1. den *Techniken der Produktion* (welche die Veränderung und Manipulation von Dingen umfassen); 2. mit *Zeichentechniken* (die den Umgang mit Bedeutungen, Symbolen und Sinn prägen); und 3. mit *Macht-* bzw. *Herrschaftstechniken* (die auf die Unterwerfung des Subjekts abzielen) verbunden sind, hat Foucault vor allem in seinen späten Aufsätzen auf die Produktivität der Selbsttechniken hingewiesen und sie – entlang einer moraltheoretischen Beschreibung antiker Praktiken des Selbst («Existenzästhetiken») – als eine spezifische Form des Selbstverhältnisses herausgestellt, in dem sich der Mensch als *ethisches Subjekt* entwirft.

32 Vgl. hierzu die von Mark Butler beschriebenen *spielerischen* Formen zeitgenössischer Selbsttechniken aus dem Feld der Pop- und Subkultur. In: Butler 2007a sowie 2007b. Für seine Hinweise möchte ich Mark Butler an dieser Stelle danken.

33 Wie Foucault über diese *gebrauchsorientierte Ethik* schreibt, «bedarf es dazu nicht eines maßgeblichen Textes, sondern einer techné, einer Praxis, einer Geschicklichkeit, die unter Beachtung der allgemeinen Grundsätze die Handlung in ihrem Augenblick, in ihrem Kontext und im Hinblick auf ihre Ziele leitet. In dieser Moral konstituiert sich also das Individuum nicht dadurch als ethisches Subjekt, dass es die Regel seiner Handlung verallgemeinert, sondern im Gegenteil durch eine Haltung und eine Suche, die seine Handlung individualisieren und modulieren und ihre sogar einen einzigartigen Glanz geben können, indem sie ihr eine rationale und reflektierte Struktur verleihen» (Foucault 1993a, 182f.).

Medien

Es ist ein zentraler Topos (nicht nur) moderner oder populärer Techniken des Selbst, dass sie spezifische mediale Techniken ausbilden, durch die sich das jeweilige Selbst entwirft, gestaltet, darstellt, stilisiert und damit eine kulturelle Lesbarkeit verschafft (vgl. Foucault 1993a, 182ff). Mediale Inszenierungen von Parkour sind somit immer schon ein konstitutiver Bestandteil von Parkour selbst. Wie dem Körper als Medium des Authentischen, kommt dabei auch den (visuellen) Medien die Funktion zu, ein spezifisches Selbst zur Darstellung zu bringen. Das gilt weniger für die kommerziellen High-End-Produktionen, in denen Parkour als rauschhafte Einheit aus Geschwindigkeit, Kraft und Improvisation inszeniert wird, als vielmehr für die beträchtliche Anzahl selbstproduzierter, im Internet veröffentlichter Videoclips, in denen Jedermann seine Parkour-Ticks und -Tricks ausstellt.³⁴ Wie Mark Butler in einem ähnlichen Zusammenhang herausgestellt hat, ist «das Streben nach einem ästhetischen Ideal und einem eigenen Stil [...]», wie es hier zur Darstellung kommt, als «eine erhebende Ressource im (Über-) Lebenskampf der zahlreichen nicht-prominenten Akteure» zu begreifen (Butler 2007a, 82). Weblogs und Videoportale wie YouTube oder Google.Video stellen mediale Formate bereit, die den Mitgliedern der um Themen, Titel und Tags formierten Parkour-Community als (virtuelle) Speakers' Corner und Showbühne der eigenen Darstellungskünste dienen. Zwar zirkulieren auf YouTube auch eine Reihe anderer Parkour-Genres – *tutorials* etwa, in denen die genauen Bewegungsabläufe bestimmter Figuren von Profis vorgeführt werden; die aus dem Skateboarding bekannten *bails* und *slams*, also besonders harte Stürze und Unfälle; oder *compilations* hoch bewerteter Parkour-Sequenzen von Szene-Idolen aus Spielfilmen oder Werbungen. Innerhalb dieser sicher nicht vollständigen Typologie stellen selbstproduzierte, zwecks schneller Up- und Downloadbarkeit meist nur wenige Minuten lange low-quality-Clips privater Provenienz aber die überwältigende Mehrheit dar.

Dass in diesen Videos eine Tendenz zum Extremen vorherrschend ist, liegt umso mehr auf der Hand, als es neben dem Ausstellen der kör-

34 So ergibt die *Parkour*-Suche auf YouTube derzeit 50.800 Treffer. *Free running*, die englischen Spielart von Parkour, die sich durch die Integration akrobatischer Elemente auszeichnet, kommt auf 34.000 Videoeinträge. David Belle allein bringt es auf 2.900 hits (Stand: September 2007). Zum Vergleich: Noch im Januar 2007 waren auf YouTube 18.000 Videos unter dem Schlagwort «Parkour», 5.300 unter «free running» und 1.500 unter «David Belle» geladen.

perlichen Fähigkeiten oder des eigenen Stils immer schon auch darum geht, innerhalb der community eine möglichst hohe Bewertung der eigenen Darstellung zu erreichen. Die auf YouTube üblichen *ratings* und *rankings* von Clips treten hier (ebenso wie bei anderen nicht-wettbewerbsorientierten sportlichen Disziplinen wie etwa dem Skateboarding) an die Stelle von Wettkämpfen und verschieben damit zugleich die Performance von der Ebene des Körpers auf die der Medien.

Es wäre jedoch verfehlt, in diesen Synergien aus Körper- und Medientechnologien die Produkte einer narzisstisch-exhibitionistischen Kultur zu sehen, die dem im YouTube-Slogan »Broadcast yourself« ausgedrückten Aufruf zur Selbstdarstellung gedankenlos Folge leistet.³⁵ Die darin implizierte Kritik der Selbstverliebtheit erinnert an die vor gut 30 Jahren von Rosalind Krauss angestoßene Debatte über eine Ästhetik des Narzissmus, die Krauss zufolge mit dem Medium Video in die Videokunst der 1970er Jahre Einzug hielt (vgl. Krauss 1976). Krauss führte die narzisstische Tendenz damals vor allem auf eine dem Medium innewohnende Form der Rückkopplung zurück, auf die Tatsache, dass sich der Künstler im Moment der Aufnahme selbst betrachten konnte. Schon in den technischen Versuchsanordnungen der Videokunst, an die der Vorwurf des Narzissmus adressiert war, ging es den Künstlern aber auch um das Experimentieren mit den Möglichkeiten des Ansprechens und Angesprochenwerdens.³⁶ Die social software der Web 2.0-Technologien hat diese künstlerisch-experimentelle Form der Adressierung längst hinter sich gelassen und durch ein Modell der Partizipation ersetzt, das mit der peer-to-peer-Kommunikation eine wesentlich breiter angelegte Form des Feedbacks bereit stellt. Die damit etablierte virtuelle Architektur der Partizipation stellt für Parkour einen ebenso wichtigen Bestandteil dar wie die materielle Architektur der Städte.³⁷

35 Der Vorwurf, dass die Web 2.0-Technologien eine neue Ökonomie der Aufmerksamkeit förderten, in deren Zentrum die narzisstische Selbstdarstellung jugendlicher Medienamateure steht, ist weit verbreitet und wurde inzwischen, z.B. in der Studie *Generation me* der amerikanischen Psychologin Jean Twenge, auch empirisch untersucht; vgl. hierzu Rötzer 2007 und Schwan 2007.

36 Ich denke hier vor allem an Vito Acconcis *Theme Song* von 1973, den Krauss in ihrer Narzissmus-Argumentation angeführt hat. Diese Arbeit findet sich übrigens auf YouTube und kann somit als Beleg dafür gelten, dass es sich bei dem Videportal nicht nur um einen visuellen Müllhaufen handelt, sondern eben auch um eines der größten Archive der visuellen Kultur; vgl. hierzu Kortmann 2007.

37 So berichtet der Journalist und Filmkritiker Kemp Powers nach einem Interview mit einem Traceur der californischen Parkour-Szene: »This is how parkour became popular in the U.S. as teenage boys and young men were inspired by QuickTime and Real-

B 13: «Nichts Aktiveres als eine Flucht»³⁸

Kommerzielle Darstellungen von Parkour – angefangen mit der effektvollen Inszenierung im BBC-Spot RUSH HOUR aus dem Jahr 2002 – stellen vor diesem Hintergrund eine konsequente Fortschreibung des in Parkour schon angelegten medialen Potentials dar. Angesichts dieser telegenen Performances war es nur eine Frage der Zeit, bis Parkour auch von der Filmindustrie entdeckt werden würde. Wie sich die Parkour-immanenten Bezüge aus Körper-, Raum- und Medien-darstellung am besten in die narrativen Strukturen von Spielfilmen integrieren lassen und wofür sie sich besonders eignen, haben in den vergangenen Jahren gleich eine ganze Reihe von Kinoproduktionen gezeigt, die Parkour neben dem Extremsport-Label so schillernde Etiketten wie «Ghettosport» oder «neue 007-Disziplin» eingebracht haben.³⁹ Tatsächlich hat der Parkour-Trend, bis vor kurzem allein für das französische Kino – namentlich für die beiden von Luc Besson produzierten Spielfilme YAMAKASI – LES SAMOURAÏS DES TEMPS MODERNES (Frankreich 2001, Ariel Zeithoun)⁴⁰ und BANLIEUE 13 (Frankreich 2004, Pierre Morel) – ein darstellenswerter Gegenstand, mit den Action-Einlagen im letzten James Bond-Film CASINO ROYAL (GB/USA 2006, Martin Campbell) wohl seinen endgültigen Durchbruch geschafft. Sébastien Foucan, der als Terrorist Molakka in der spektakulären Verfolgungsszene auf Madagaskar von Bond über eine Baustelle gejagt und schließlich zur Strecke gebracht wird, trat damit in die Fußstapfen seines ehemaligen Trainingspartners David Belle, der sein Kinodebüt bereits 2004 in BANLIEUE 13 gab.

Player files exchanged like trading cards. «I was immediately hooked», Kravit recalls of his first digital parkour sighting two years ago, when, during a hunt for martial arts and stunt videos, he stumbled some parkour videos featuring Belle» (Powers 2006.).

38 Deleuze/Parnet 1980, 45.

39 So hieß es in einem Feature des ZDF-Magazins ASPEKTE vom 17. November 2006. Siehe hierzu auch die Programmankündigung unter www.zdf.de/ZDFde/inhalt/7/0,1872,4071271,00.html (18.01.2007).

40 Die Kino-Chronologie setzt (bereits 2001) mit dieser französischen Produktion ein, in der signifikanterweise weder Belle noch Foucan mitwirkten. Im Mittelpunkt der filmischen Erzählung steht die gleichnamige Parkour-Gruppe, deren sieben Mitglieder ihre körperliches Können bei Einbrüchen einsetzen, mit deren Auskommen sie die Herzoperation eines kleinen Jungen aus einer sozial schwachen Immigrantenfamilie finanzieren wollen. 2005 lief unter dem Titel LES FILS DU VENT (Frankreich 2004, Julien Seri) eine Fortsetzung dieses Films mit denselben Darstellern und derselben Handlung, hier allerdings nach Bangkok verlegt. Beide Filme wurden ausschließlich in Frankreich vertrieben, wo sie gleichermaßen flopten. Belle und Foucan trennten sich schon 2001 von dieser Gruppe, mit der sie über Jahre hinweg trainiert hatten.

2007 rückte auch *DIE HARD 4.0* (*LIVE FREE OR DIE HARD*, USA 2007, Len Wisemen) in die Riege der Parkour-Actionfilme auf; hierin bot der ehemalige Stuntman, Zirkus-Akrobat, Kung-Fu-Weltmeister und Parkour-Profi Cyrill Raffaelli, als Filmpartner David Belles aus *BANLIEUE 13* bekannt, Bruce Willis die Stirn. Belle hat seinerseits kürzlich die Dreharbeiten zu dem im Oktober 2008 anlaufenden Science Fiction-Thriller *BABYLON A.D.* abgeschlossen, für den er Parkour-Action-Szenen choreographierte.

Die Aufzählung ist aussagekräftig, und die Gesellschaft von Bond, McLane und Action-Darsteller Vin Diesel könnte es nicht deutlicher auf den Punkt bringen: In all diesen Filmen wird Parkour als Action-Element in die filmische Erzählung implementiert, d.h. als mehr oder weniger narrativ-strukturierende, handlungstragende oder spannungsfördernde, auf jeden Fall aber spektakuläre Verfolgungsjagd inszeniert. Dass Parkour für die Darstellung dieses klassischen Action-Sujets besonders geeignet ist, liegt u.a. an den militärischen Hintergründen, die die Disziplin auch in ihrer heutigen Form noch informieren: «According to founder David Belle, the «spirit» of parkour is guided in part by the notions of «escape» and «chase»; that is, the idea of using physical agility and quick thinking to get out of difficult situations [...]»⁴¹ Vor allem aber ist es die schon von *RUSH HOUR*-Produzent Tom Ewert herausgestellte Authentizität, die Parkour auch für das Action-Kino so attraktiv macht: Parkour ist anders, es ist echt und man fühlt das sofort. Warum also Special Effects- und Animationstechnologie à la *MATRIX* oder *SPIDER-MAN* einsetzen, wenn sich die damit hergestellte Action umso effektvoller, authentischer und damit glaubhafter durch klassische Stunts inszenieren lässt?

Als erster setzte Luc Besson auf diesen Trend. Der aus seiner Feder stammende und von ihm produzierte Film *BANLIEUE 13* von 2004 ist bis heute die einzige filmische Bearbeitung von Parkour geblieben, die neben exzessiv inszenierten Verfolgungsjagden zumindest in Ansätzen den eigentlichen «spirit» von Parkour in die filmische Handlung integriert hat – natürlich nicht, ohne ihn auf extreme Weise zu stilisieren. Dies und die Tatsache, dass Parkour-Gründer und Szene-Idol David Belle hier seine erste (ihm auf den Leib geschriebene) Hauptrolle übernahm, haben dazu beigetragen, dass *BANLIEUE 13* für die Parkour-community das wurde, was *POINT BREAK* (USA 1991, Kathryn Bigelow) für die Surfergemeinde ist: ein gefeierter Kultfilm, der für unterhaltsame Action und die Idee der Sache gleichermaßen einsteht. Was den Film indes auch jenseits der Parkour-Thematik interessant macht und ihm ein

41 Vgl.: www.parkour2006.tripod.com/id16.html (02.11.2007).

Jahr nach seinem Release einen unvorhergesehenen Aktualitätsschub verschaffte, waren die unübersehbaren Bezüge zu den gewalttätigen Unruhen, die Frankreich im Oktober und November 2005 erlebte. Ihren Ausgang nahmen sie genau dort, wo die filmische Handlung verortet ist, nämlich in Seine-Saint-Denis, dem 50 km nördlich von Lis-es gelegenen 93. Pariser département (kurz 13) mit seinen Banlieues Clichy-sous-Bois und Aulney-sous-Bois, die der dort beheimatete Hip Hop-Star Sefyu als soziale Kloake besingt und für deren Einwohner der damalige Innenminister und heutige Staatspräsident Frankreichs die wahlkampfstrategische Vokabel *racaille*, Abschaum, mobilisierte, mit dem es nach dem Prinzip der *tolérance zéro* aufzuräumen gelte. In den 2010er Jahren, die die Filmhandlung schreibt, sind diese Banlieues und damit auch die *racaille* nach dem Carpenter-Vorbild *ESCAPE FROM NEW YORK* (USA 1981) durch eine Mauer von Paris isoliert. Für die politische Staatsgewalt unbeherrschbar geworden (die Infrastruktur ist zusammengebrochen, Schulen sind geschlossen, die Polizei ist aus dem Bezirk abgezogen worden und beschränkt sich darauf, den Transitverkehr zu kontrollieren), wird dieser Raum von rivalisierenden Gangs beherrscht. In dieses Setting ist ein Action-Plot eingelassen, der in Hinblick auf die überzogene Darstellung von Gut und Böse, die Zeichnung der Helden und Anti-Helden incl. der von ihnen vertretenen moralischen Prinzipien und das dramaturgische Element der deadline – des *Rennens gegen die Zeit* – klassischer nicht sein könnte. Elite-Undercover-Agent Damien Tomasso (Cyrill Raffaelli) erhält den Auftrag, innerhalb von 24 Stunden eine Massenvernichtungswaffe zu entschärfen, die sich im Bezirk 13 befindet.⁴² Als «Ortskundiger» wird ihm der Strafgefangene (und verurteilte Mörder) Leïto (David Belle) an die Seite gestellt. Beide Hauptfiguren werden zuvor, unabhängig voneinander, in zwei rasanten Action-Szenen eingeführt, in denen die Gemeinsamkeit der unterschiedlichen Helden herausgestellt wird: Beide kämpfen, wenn auch auf verschiedenen Seiten des Gesetzes, für die gute Sache und gegen das Verbrechen, und beide tun dies mit brachialem körperlichen Einsatz. Leïto versucht, den Drogenhandel in seinem Bezirk zu verhindern und flieht in der ersten Action-Szene des Filmes (nach nur 8 min) vor einer befeindeten Gang, deren Geschäfte er gerade vereitelt hat. Die 3-minütige Sequenz, wenn nicht der dramaturgische, so

42 Im Showdown des Filmes wird sich herausstellen, dass es sich hierbei um ein vom Verteidigungsministerium geplantes Manöver handelte, das – als (science-)fiktive Extremversion der realen *tolérance zéro* – die Auslöschung des Bezirks mit seinen zwei Mio. Einwohnern vorsah.

doch der *choreographische* Höhepunkt des Films,⁴³ zeichnet Parkour als Flucht- und Überlebenstechnik, die den räumlichen Bedingungen des Ghettos auf quasi-natürliche Weise angepasst ist. Morel inszeniert Leïto Flucht als einen Zickzack-Lauf, als eine Art *randomné* im ursprünglichen Wortsinn,⁴⁴ eine Hetzjagd nämlich, die von unvorhergesehenen Richtungswechseln und adaptiven Bewegungen gekennzeichnet ist und eine exakte Kenntnis des Geländes voraussetzt. Tänzerisch umgeht Leïto menschliche Hindernisse in engen Hausfluren, indem er seitlich die Wände hoch läuft (Tic Tac) oder Treppengeländer katzenleich überspringt (*saut de chat*). Auswege tun sich genau dort auf, wo sie nicht zu erwarten sind – in einem Oberlichtschacht etwa, der mit einem *franchissement* genommen wird (Abb. 9) oder einem offenen Fenster, durch das Leïto sich vor seinen Verfolgern rettet (Abb. 10). Innen- und Außenräume, Treppenhäuser, Hausflure, Dächer, Feuerleitern und Balkone werden zu Bestandteilen einer adaptiven, wilden, intuitiven und rhythmischen, einer deterritorialisierenden und glatten Bewegung, in der Leïto eins mit der Umgebung wird, die ihm entgegen kommt. Es sind Affekte, die diese Bewegungen hervorbringen, Hass in erster Linie, aber auch Liebe, wie Leïto Damien später klarmacht, der – den *Staatsapparat* repräsentierend – auf der anderen Seite des Gesetzes steht, in der Bannmeile aber auf die Taktiken der *nomadischen Kriegsmaschine* angewiesen bleibt, wie Leïto sie verkörpert (vgl. Deleuze/Guattari 1998, 481ff).

Besson bringt dies und damit auch die Handlungsmotive seiner Hauptfiguren in einem Dialog prägnant auf den Punkt: Während Damien an die ideellen Werte der Französischen Republik (*liberté – égalité – fraternité*) glaubt und für sie kämpft, geht es Leïto zuerst um die Sicherung materieller Ströme in seinem Bezirk (*l'eau – le gas – l'électricité*), und offenbar stehen diese diskrepanten Beweggründe symbolisch für

43 Diese Szene findet sich unter der URL <http://www.youtube.com/watch?v=v-ct-g5nwLWs> (24.01.2007).

44 Michel Serres stellt in seinem wissenschaftstheoretischen Ansatz die *randomné* als «Wanderung» dem Vorgehen der cartesianischen Methode gegenüber und weist dabei auf die Herkunft des Begriffs hin: «In der alten Sprache der Jäger, bedeutet *courir à ranson* das Wild verfolgen, etwa zu Pferd einen Hirsch, auf dem Weg, den er zwischen dem Aufspüren und dem Zusammenbrechen zurücklegt. In seinem stürmischen Lauf musste das Tier häufig die Richtung wechseln und unerwartet zur Seite ausbrechen, um der Meute zu entkommen. [...] Im Französischen nahm es am Ende die Bedeutung eines recht langen und schwierigen Spaziergangs, einer Wanderung, an, während es im Englischen als *random* die Erinnerung an den unregelmäßigen, unvorhergesehenen Fluchtweg des Wildes behielt und «Zufall» bedeutet. Ich möchte *randomné* in einem Sinne verwenden, der seinem Ursprung recht nahe bleibt und ihn um ein paar Zufallsziehungen hinsichtlich der Wahl der eingeschlagenen Richtung vermehrt» (Serres 1998, 349).

9, 10 BANLIEUE 13,
Leïtos Flucht

verschiedene räumliche Bewegungen und Taktiken.⁴⁵ Erst die Bedrohung durch den nuklearen Sprengkopf führt zur Allianz zwischen Polizist und Delinquent und einer filmischen *tour de force*, die von Kung-Fu-Einlagen und Verfolgungsjagden geprägt ist. Mehr als einmal spielt Besson, inspiriert von der Zusammenarbeit mit Belle, auf die Idee von Parkour an, etwa wenn Leïto – im Gegensatz zu Damien – auf einen improvisierten Fluchtplan setzt. Schließlich ist es Leïtos Intuition, die am Ende die Katastrophe abwendet und die Staatssekretäre im Regierungsapparat, die die Bombe in den Bezirk eingeschleust haben, um «den Dreck wegzufegen», als eigentliche Schurken entlarvt. Der Parkour-Philosophie entsprechend wird hier – zugespitzt formuliert – der Weg zum Ziel, die Taktik zum Sinn, räumliche Signaturen zu Stilelementen und der Lauf zu einer Jagd nach Befreiung und Freiheit, zu einer Performance, deren Physik Körper und Raum gleichermaßen beschreibt.

«We all are spatial story-tellers, explorers, navigators and discoverers, exchanging narratives of, and in, the city», schreibt Jane Rendell (2001, 105) mit Blick auf das performative Potential, das der Bewegung durch die Stadt und den darin entfalten Erzählungen. Ist also in den Parkour-Traceuren eine zeitgenössische Variante des Flaneurs auszumachen, jener Figur des späten 19. Jahrhunderts, die die Stadt durchstreifte, ihre erratischen Wege unsichtbar in sie einzeichnete und ihrer rationalen Struktur eine Art phantasmagorisches Traumverhalten entgegensetzte? Der Flaneur individualisierte den vorgefundenen Raum durch Kontemplation und Imagination, wobei Walter Benjamin zufolge «die Kategorie des illustrativen Sehens [...] grundlegend für den Flaneur ist. [...] Er schreibt seine Träumerei als Text zu den Bildern» (1983, 528). Parkour schreibt diesen Text in bewegten Bildern fort. Die Operationen der Aneignung, Rückeroberung und Neubeschreibung

⁴⁵ Im Gegensatz zu Leïto wird Damien in einer Szene eingeführt, die ihn als Kampfkunstexperten à la Jet Li oder Bruce Lee ausweist. Wie die filmischen Vorbilder des ehemaligen stuntman nimmt er es als Undercover-Cop mit 40 Gegnern gleichzeitig auf und geht ohne wesentliche Blessuren aus der körperlichen Nahkampfszene hervor.

der Stadt und des öffentlichen Raumes, die Parkour innewohnen, werden dabei vom urbanen in den medialen Raum hinein verlängert. Wie Parkour hier inszeniert, wie es zur Erscheinung gebracht wird, bleibt auch weiterhin der Imagination und Träumerei überlassen.

Literatur

- Benjamin, Walter (1983) *Das Passagen-Werk*. Hg. v. Rolf Tiedemann. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bette, Karl-Heinrich (2004) *X-treme. Zur Soziologie des Abenteuer- und Extremsports*. Bielefeld: Transcript.
- Borden, Iain (2001) *Skateboarding, Space and the City. Architecture and the Body*. Oxford/ New York: Berg.
- Butler, Mark (2007a) Das Spiel mit sich. Populäre Techniken des Selbst. In: *Express yourself! Europas kulturelle Kreativität zwischen Markt und Underground*. Hg. v. Eva Kimminich et al. Bielefeld: Transkript, S. 75–101.
- (2007b) *Would You like to play a game? Die Kultur des Computerspiels*. Berlin: Kadmos.
- Debord, Guy-Ernest / Wolman, Gil J. (1956) Mode d'emploi du Détournement. In: *Les Lèvres Nues* Nr. 8 (May 1956).
- de Certeau, Michel (1988): *Kunst des Handelns*. Berlin: Merve.
- Deleuze, Gilles / Parnet, Claire (1980) *Dialoge*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Deleuze, Gilles / Guattari, Félix (1998) *Tausend Plateaus. Kapitalismus und Schizophrenie*. Berlin: Merve.
- Dumas, Jean-Philippe (2003) Aux origines de la «méthode naturelle»: Georges Hébert et l'enseignement de l'éducation physique dans la Marine française. In: *Revue Internationale d'Histoire Militaire*, Nr. 83.
- Foucault, Michel (1985) *Von der Freundschaft. Michel Foucault im Gespräch*. Berlin: Merve.
- (1993a) Die politische Technologie der Individuen. In: Luther/Gutman/Hutton (Hg.) 1993, S. 168–186.
- (1993b) Technologien des Selbst. In: Luther/Gutman/Hutton (Hg.) 1993, S. 24–62.
- Hébert, Georges (1912) *L'éducation physique, virile et morale par la méthode naturelle*. Paris: Librairie Vuibert.
- Holert, Tom / Terkessides, Mark (Hg.) (1996) *Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft*. Berlin: Edition ID-Archiv.
- Khatib, Abdelhafid (1958) Essai de description psychogéographique des Halles. In: *Internationale Situationniste* # 2 (December 1958), S. 13–17.
- Klein, Naomi (2001) *No Logo!* München: Riemann.

- Kortmann, Christian (2007) Schwamm in der Bilderflut. 1000 Tage YouTube: Wie das Internet-Filmportal zum Gefäß und Werkzeug der visuellen Kultur wurde. In: *Süddeutsche Zeitung* v. 12.11.2007, S. 13.
- Krauss, Rosalind (1976) Video: The Aesthetics of Narcissism. In: *October*, 1,1, S. 50–64.
- Lefebvre, Henri (1991) *The Production of Space*. Oxford: Maxwell Publishing.
- Luther, H. Martin / Gutman, Huck / Hutton, Patrick H. (Hg.) (1993) *Technologien des Selbst*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Powers, Kemp (2006) No Strings Attached. In: *LA Times* v. 23.04.2006 URL: <http://www.latimes.com/features/printedition/magazine/la-tmparkour17apr23,1,4643114.story?coll=la-headlines-magazine&ctrack=1&cset=true>.
- Rendell, Jane (2001) «Bazaar Beauties» or «Pleasure Is Our Pursuit»: A Spatial Story of Exchange. In: *The Unknown City: Contesting Architecture and Social Space*. Hg.v. Iain Borden et al. Massachusetts/London: MIT Press, S.104–121.
- Schultheis, Rob (1996) *Bone Games. One Man's Search for the Ultimate Athletic High*. New York: Random House.
- Rötzer, Florian (2007) Web 2.0 fördert den Narzissmus. URL: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/24/24740/1.html>.
- Schwan, Ben (2007) Narzissmus 2.0. URL: <http://www.heise.de/tr/Narzissmus-2-0--/artikel/90972>.
- Serres, Michel (1998) *Die fünf Sinne. Eine Philosophie der Gemenge und Gemische*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Webb, Oscar (2006): Adrenalin Rush. Born to run. In: *Times Online* v. 9.05.2006. URL: http://driving.timesonline.co.uk/tol/life_and_style/driving/article714935.ece.

Filme

- BABYLON A.D. (F/USA 2008, Mathieu Kassovitz)
- BANLIEUE 13 (Frankreich 2004, Pierre Morel)
- BREAKING AND ENTERING (GB/USA 2006, Anthony Minghella)
- CASINO ROYAL (GB/USA 2006, Martin Campbell)
- ESCAPE FROM NEW YORK (USA 1981, John Carpenter)
- JUMP BRITAIN (GB 2005, Mike Christie)
- JUMP LONDON (GB 2003, Mike Christie)
- LES FILS DU VENT (Frankreich 2004, Julien Seri)
- LIVE FREE OR DIE HARD (USA 2007, Len Wisemen)
- POINT BREAK (USA 1991, Kathryn Bigelow)
- RUSH HOUR (GB 2002, Tom Carty)
- SPIDER-MAN (USA 2002, Sam Raimi)
- THE MATRIX (USA 1999, Larry and Andy Wachowski)
- YAMAKASI – DIE SAMURAI DER MODERNE (Frankreich 2001, Ariel Zeithoun)

Super Bowl versus Fußballweltmeisterschaft

Struktureller und kultureller Vergleich¹

Michael Real

Es ist faszinierend, dass die wichtigsten Fernseh-Sportereignisse in den USA sowie außerhalb der USA jeweils «Fußball» genannt werden, obwohl sie als Sportarten wie als Medienereignisse durchaus entscheidende Unterschiede aufweisen. Der so genannte *Super Bowl*, das Finale im professionellen *American Football*, zieht ungefähr 120 Millionen Fernsehzuschauer an, die höchste Quote im gesamten Fernsehjahr, und auch die Sendezeit für Werbespots während des *Super Bowl* sind mittlerweile mit mehr als 2,7 Millionen US-Dollar für 30 Sekunden die teuersten überhaupt. Die Fußballweltmeisterschaft, in den USA als *Soccer World Cup* bzw. *Copa Mundial del Futbol* bekannt, ist das weltweit bedeutendste Fernsehereignis mit geschätzten zwei Milliarden Zuschauern. Zur Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland waren 18.850 Journalisten akkreditiert, und mehr als 500 Rundfunkanstalten haben weltweit mehr als 73.000 Stunden live über dieses Ereignis berichtet.²

Was den Vergleich zwischen den beiden «Fußball»-Events umso faszinierender macht, ist die Tatsache, dass *American Football* außerhalb

1 Dieser Aufsatz ist 1989 in *Media, Sports and Society*, herausgegeben von Lawrence A. Wenner (Newbury Park: Sage Publications), erschienen. Seither sind Größe und Bedeutung der beiden Medienereignisse, die den Gegenstand dieser Studie bilden, erheblich gewachsen. Und auch die theoretische Diskussion über Mediensport und Medienereignisse entwickelte sich weiter. Die grundsätzlichen Unterschiede zwischen dem US-amerikanischen *Super Bowl* und der Fußballweltmeisterschaft sind jedoch unverändert geblieben. Deshalb habe ich meinen ursprünglichen Text für die Übersetzung nur leicht gekürzt und geringfügig revidiert. M.R.

2 Das einzige Medienereignis mit vergleichbarer Anziehungskraft ist ebenfalls ein Sportevent, die Olympischen Spiele, die nicht vergleichbar sind, weil hier viele verschiedene Sportarten gleichzeitig ausgeübt werden.

der USA und Kanada kaum Popularität genießt, während die Fußballweltmeisterschaft und andere internationale Wettbewerbe im Fußball zwar «weltbewegende» Ereignisse darstellen, aber in den USA wenig Begeisterung auslösen, nur durchschnittliche Einschaltquoten erzielen und geringe Erlöse einspielen. Trotz der finanziellen Ressourcen, die es den Clubs in den USA erlauben, teure Weltstars wie Pelé oder David Beckham zu verpflichten, haben die USA im Männerfußball bisher keine starke Nationalmannschaft aufbauen können, und obwohl die Beliebtheit des Sports unter Frauen sowie im Freizeitbereich und als Schulsport in den letzten Jahren beinahe exponentiell wächst, bleiben die USA im internationalen Vergleich weit hinter den meisten Staaten in der Welt zurück.³

Der Vergleich von *Super Bowl* und Fußballweltmeisterschaft wirft die spannende Frage nach dem «Warum» der Unterschiede auf. Was sind, über die verschiedenen Geschichten der beiden «Fußball»-Sportarten hinaus, die wichtigsten strukturellen und kulturellen Unterschiede, die sie in ihren jeweiligen geopolitischen Sphären populär machen, aber unpopulär in der jeweils anderen Sphäre? Dieses Problem ruft einige grundsätzliche Fragen der Sportsoziologie, des Kulturvergleichs, der Rolle der Medien in der Konsumkultur, der Funktion von Ideologie und Hegemonie, sowie der gegenwärtigen Spannung zwischen Weltmacht und Befreiung auf.

Metaphern des Sports versus strukturelle und kulturelle Analyse

Mit Bezug auf den Soziologen Norbert Elias argumentiert Eric Dunning (1986), dass dem Sport eine allgemeine gesellschaftliche Bedeutung zukommt. Die Entwicklung des modernen Sports steht im Zusammenhang mit dem langen gesellschaftlichen Prozess, der zur Entstehung von urbanen Industrienationen führte. Sport spielt dabei eine zunehmend wichtige Rolle für die Ordnung solcher Gesellschaften und ihrer wechselseitigen Beziehungen. Insofern muss die Soziologie des Sports einen wichtigen Platz in der Disziplin als ganzer einnehmen. Populäre amerikanische Publikationen über Sport und Medien aus den 1970er Jahren haben vor allem die gesellschaftliche Bedeutung des Sports herausgearbeitet, ohne allerdings seine Medialisierung weitergehend zu analysieren

3 Vgl. zur US-amerikanischen Ausnahmestellung im professionellen *Soccer* der Männer Markovits/Hellerman 2001; zur schnell wachsenden Bedeutung des Frauenfußballs in den USA vgl. Markovits/Hellerman 2003.

– ob sie diese nun positiv (Michener 1976; Novak 1976) oder negativ beurteilen (Gardner 1975; Guttman 1978; Hoch 1972; Rader 1984). Michael Novaks neokonservative Feier des Sports und seiner Metaphern in *The Joy of Sports* (1976) ist ein Beispiel dafür. Novak stimmt das Loblied auf den institutionalisierten Sport an, der eine «natürliche Religion» stifte: «Going to a stadium is half like going to a political rally, half like going to church [...]. The Olympics are not barebones athletic events, but religion and politics as well» (1976, 19). Er beschreibt, wie Sportjournalisten und Trainer sich in religiösen Metaphern ergehen und behauptet deshalb: «[A]mong the godward signs in contemporary life, sports may be the single most powerful manifestation» (ebd., 20); und er fährt fort: «Sports teach religious qualities of heart and soul» (ebd., 21). Als einer der ersten neokonservativen Theoretiker hat Novak Sport zur Kritik des amerikanischen Liberalismus eingesetzt. Er rechtfertigt die Gewalt im *American Football* beispielsweise mit der Feststellung: «One of the game's greatest satisfactions, indeed, is that it violates the illusion of the enlightened, educated person that violence has been, is, or will be exorcised from human life» (ebd., 78). Die Realität von Sportseiten und Umkleideräumen wird so durch metaphorische Deutungen überhöht.

Kern des faszinierenden Vergleichs von *Super Bowl* und Fußballweltmeisterschaft bilden die *kulturellen* Konfigurationen beider Ereignisse. Ein prototypisches Beispiel der kulturellen Analyse von Sportevents stellt immer noch Clifford Geertz klassische Studie «Deep play: Bemerkungen zum balinesischen Hahnenkampf» (1973) dar, während Vladimir Propps (1968) strukturelle Analyse von russischen Volksmärchen das Muster für eine syntagmatische Analyse der sequentiellen Struktur von *American Football* und Fußball bildet. Claude Levi-Strauss (1963) schließlich weist mit seiner paradigmatischen Analyse fundamentaler Oppositionen, die jeden sozialen «Text», von altertümlichen Ritualen bis hin zur modernen Psychiatrie, strukturieren, die latenten Bedeutungen jenseits der bloß manifesten auf. Fluchtpunkt meines strukturellen und kulturellen Vergleiches bildet also die Frage, wie *Super Bowl* und Fußballweltmeisterschaft als Sport und Medienevent in ihrem jeweiligen kulturellen Kontext funktionieren.

Ähnlichkeiten von Super Bowl und Fußballweltmeisterschaft

Die beiden Sportarten, deren jeweilige Höhepunkte der *Super Bowl* beziehungsweise die Fußballweltmeisterschaft bilden, haben mehr Gemeinsamkeiten als bloß das Wort «Fußball» als Bestandteil ihrer Bezeich-

nung; auch viele ihrer strukturellen und kontextuellen Merkmale ähneln sich: Erstens haben beide Sportarten mit jeweils elf Spielern auf jeder Seite vergleichsweise große Mannschaften. Zweitens ist bei beiden Sportarten das Ziel des Spiels, den Ball auf die gegnerische Seite und dort ins Tor zu befördern. Drittens wird der Ball in beiden Sportarten – wenn auch in durchaus verschiedenem Maße – mit dem Fuß getreten. Viertens setzt Erfolg bei beiden Sportarten, zumindest auf höherem Niveau, intensives Training, ständige Verbesserung, gute Abstimmung im Team und eine komplexe, sorgfältig entwickelte Taktik voraus.

Mit *Super Bowl* beziehungsweise *Fußballweltmeisterschaft* bilden bei beiden Sportarten faszinierende Massenspektakel die jeweiligen Höhepunkte. Beide Ereignisse bieten, fünftens, den letzten Stand der Entwicklung moderner Kommunikationstechnologie bei der Berichterstattung für ein Millionenpublikum auf. *Super Bowl* wie *Fußballweltmeisterschaft* sind herausragende Beispiele der gegenwärtigen Bedeutung des Mediensports und insbesondere des Fernsehens (vgl. Real 2005). Sechstens ziehen beide Ereignisse die Aufmerksamkeit von Internet, Tageszeitungen und Zeitschriften, Radio, Fernsehen und anderen Medien für Tage und Wochen vor, während und nach den Events auf sich.⁴ Siebtens führen beide Ereignisse zu Umsätzen von mehreren hundert Millionen Dollar, die durch den Verkauf von Tickets und Fernsehrechten, durch die Vorbereitung und Organisation der Ereignisse, durch Reisen und Unterkünfte der Zuschauer, durch Vergütungen für Spieler, Sponsorengelder, Werbung und andere ökonomische Faktoren zu Stande kommen. Dazu kommen Milliardenumsätze, die im weit verzweigten Wettgeschäft getätigt werden. Achstens bilden beide Ereignisse eine Bühne und Projektionsfläche für politische Auftritte, religiöses Moralisieren, nationalistische Aufwallungen, regionale Identifikation und andere symbolische Inanspruchnahmen. Neuntens schließlich führen beide Events zu intensiver emotionaler Beteiligung der Fans. Hoffnungen und Ängste mit Blick auf Erfolg oder Misserfolg der eigenen Mannschaft entstehen schon während der Qualifikationsphasen und können den Alltag von Individuen und Gemeinschaften bestimmen. *Super Bowl* und *Fußballweltmeisterschaft* stellen ohne Frage jeweils das bedeutendste Spektakel in ihren Kulturen dar.

Beide Ereignisse erfüllen damit vergleichbare gesellschaftliche Funktionen, die in der Sportsoziologie als Formen der Rationalisierung beschrieben werden (vgl. Dunning/Malcolm 2003). Sie impli-

4 Der Wechsel der Vorrangstellung vom Fernsehen hin zum Internet verdeutlicht die weltweite kulturelle Durchschlagskraft beider Ereignisse; vgl. dazu Real 2006.

zieren Formen der Organisation, Strukturen, die auch das alltägliche Leben des Publikums strukturieren. Janet Hargreaves beschreibt diesen Zusammenhang folgendermaßen:

In their organisation and functioning, the major popular sports all are seen as replicating the fundamental features of modern rationalised industrial production: a high degree of specialisation and standardisation, bureaucratised and hierarchical administration, long-term planning, increased reliance on science and technology, a drive for maximum productivity, a quantification of performance, and, above all, the alienation of both the producer and consumer. Major games like European and American football and the modern Olympics are taken as examples of this development. (1982, 41)

Als implizite Modelle des Verhaltens helfen beide Mega-Medienereignisse, gesellschaftliche Organisationsstrukturen zu «rationalisieren» und so dem jeweiligen medialen Spektakel einen *Common Sense* zu unterlegen, nämlich, wie der strukturelle Vergleich zeigen wird, dem *Super Bowl* und dem *American Football* den eines Unternehmenskapitalismus und der Fußballweltmeisterschaft und dem Fußball den eines gesellschaftlichen Nationalismus.

Super Bowl versus Fußballweltmeisterschaft: Strukturelle und kulturelle Unterschiede

Trotz der bisher aufgeführten Gemeinsamkeiten hinsichtlich der grundsätzlichen Struktur und Funktion, zeichnet sich das alte Stereotyp «Amerika gegen den Rest der Welt» in den Unterschieden zwischen *Super Bowl* und Fußballweltmeisterschaft ab. Dies lässt sich anhand von sieben Merkmalen sozialer Strukturen und Prozesse beschreiben, die den *American Football* einerseits und den Fußball andererseits charakterisieren, nämlich (1.) Kontinuität und Diskontinuität des Spielverlaufs, (2.) Einsatz unterstützender Technologien, (3.) Gewalt und Paramilitarismus des Spiels, (4.) Körpereinsatz zur Ballkontrolle, (5.) Art und Weise der Ermittlung von Punkten, Toren und von Erfolg, (6.) Grad der Spezialisierung und Bürokratisierung und (7.) Rolle und Bedeutung von «Männlichkeit» im Spiel.

Kontinuität und Diskontinuität des Spielverlaufs

Während der Fußball sich im kontinuierlichen Spiel entwickelt, besteht der *American Football* aus diskontinuierlichen Aktionen. Im *Ame-*

rican Football endet ein Spielzug nach drei bis acht Sekunden Spielzeit und beide Teams stellen sich neu auf. In dieser Hinsicht gleicht *American Football* dem Baseball, auch wenn die Strukturierung durch Zeitmessung dem *American Football* einen technologischen Charakter gibt, der dem eher beschaulichen Baseball nicht eigen ist. Neben anderen Sportarten sind auch beim Golf die Handlungen vollkommen diskontinuierlich, auch Tennis, Tischtennis oder Volleyball gleichen in dieser Hinsicht dem *American Football*, da sie in kurzen Einheiten gespielt werden, ständig unterbrochen durch längere Phasen des Kräfte sammelns und Vorbereitens. Im Gegensatz dazu besteht Fußball aus längeren Einheiten kontinuierlicher Aktionen und ist in dieser Hinsicht Eishockey, Basketball oder selbst Aerobic ähnlich. Im Allgemeinen wird das Spiel zusammenhängend für viele Minuten hintereinander gespielt, einzig unterbrochen durch Seiten- und Tor-Aus sowie durch Fouls und Torerfolge.

Die Differenz zwischen *American Football* und Fußball bringt unterschiedliche Auffassungen über Spielregie und Taktik mit sich. Im Fußball ist der Spielregie ein gewisses Maß an intuitiver, interpretativer Spontaneität eigen, jeweils abhängig vom Spielverlauf. Jeder Spieler muss über ein Gefühl für alle Positionen auf dem Feld verfügen, um kreative Spielideen zu entwickeln, die – ähnlich der Jazzimprovisation – durch die Mitspieler antizipiert werden und worauf diese entsprechend reagieren. Im Unterschied dazu ist die Spielregie beim *American Football*, insbesondere für die Offensive, extern und formal und kann selbst von außerhalb des Spielfeldes koordiniert und kommuniziert werden. Der von den Trainern und der Seitenlinie festgelegte Spielzug schreibt jedem einzelnen Spieler seine Bewegungen genauestens vor und erlaubt Kreativität einzig und allein innerhalb relativ enger, statistisch ermittelter Grenzen. Im Gegensatz zum Fußball ist das Spiel im *American Football* also nicht nur diskontinuierlich, sondern auch in weit höherem Maße durch vorgeschriebene Spielzüge bestimmt.

Die Diskontinuität des *American Football* bringt es mit sich, dass jeder Spielzug wie ein militärischer Feldzug oder, in Novaks (1976, 82) Worten, wie eine Partie Schach geführt wird. Beim Schach sind die Gegner abwechselnd am Zug, beim *Football* genießt das angreifende Team Ballbesitz für vier aufeinander folgende Versuche, die Angriffslinie mindestens zehn Yards in Richtung der gegnerischen Grundlinie zu verschieben. Schach und *Football* zielen auf den strategischen, dauerhaften ›Vormarsch‹, der gut abgesichert und verteidigt werden muss. In diesen paramilitärischen Zügen ähnelt der *American Football* traditionellen Bewegungen von Truppen, Waffen oder Schiffen frühe-

rer, napoleonischer oder mittelalterlicher Zeiten. Fürs taktische Beratschlagen wird weit mehr Zeit aufgewendet als für das reine Spiel. Eine Stunde Echtzeit umfasst gerade mal acht Minuten reine Spielzeit. *Football* schreitet, so erbarmungslos wie Schach (vgl. Nowak 1972, 82), jeweils genau einen Zug voran. Die strategische Spielregie gibt dem *Football* eine formale, rationale und intellektuelle Dimension die sich von der des Fußballs unterscheidet.

Das ununterbrochene Spiel des Fußballs stellt dagegen ein Problem für den «reichen Onkel» des *American Football*, das kommerzielle Fernsehen, dar. US-amerikanische Fernsehstationen wollen keine ununterbrochenen Sequenzen von 45 Minuten ausstrahlen, wie dies der Spielverlauf im Fußball verlangt. Die Berichterstattung des amerikanischen Fernsehens über das Finale der Weltmeisterschaft begeht ab und zu eine Sünde, die in echten Fußballnationen unverzeihlich wäre: Es unterbricht die Übertragung für Reklamespots, während das Spiel weiterläuft. 1986 hat NBC für das Finale der Fußballweltmeisterschaft zu einer Splitscreen-Lösung gegriffen, doch als NBC die gleiche Lösung für die Berichterstattung über die Olympischen Spiele 1988 vorschlug, haben die Werbetreibenden protestiert und diesen Vorschlag abgelehnt. Im Gegensatz zum Fußball stellen Werbeunterbrechungen im *American Football* kein Problem dar, weil hier durch die regelmäßigen Spielunterbrechungen Unmengen von Zeit für Reklame und Programmhinweise zur Verfügung stehen.

Die Kontinuität des Fußballs erinnert an die wiederkehrenden Jahreszeiten, während die unterbrochene, kleinteilige Handlung des *American Football* eher einer maschinellen Kultur entspricht, wie der Blick auf die Unterschiede der jeweils eingesetzten Hilfsttechnologien zeigen wird.

Unterstützende Technologien und ihre Unterschiede

Um *American Football* regelgerecht spielen zu können, braucht man einen Ball mit eigentümlicher Form, Trikots mit ausgeklügelten Polsterungen und Helme, ein großes Spielfeld mit spezifischen Markierungen, zweimal zwei lange Torpfosten, Markierungen für die Angriffslinie und die jeweiligen Versuche des angreifenden Teams, sowie etliche andere Ausrüstungsgegenstände. Um Fußball spielen zu können, braucht man nichts weiter als einen runden Ball, eine große, freie Fläche und zwei relativ einfache Tore. Fußball ist technologisch gesehen eine der einfachsten und unaufwendigsten Sportarten. Seine minimalen Anforderungen an die Ausrüstung haben ihn zu einem universellen Sport

gemacht, der gespielt wird, wann und wo immer Kinder einen Ball treten und rennen wollen. Dagegen ist *American Football* viel komplizierter strukturiert.

Die modernen *Football*-Ausrüstungen sind regelrechte Prunkstücke moderner Technologie. Das Spiel verlangt es, beinahe jeden Körperteil zu polstern und zu schützen, ohne dass die Beweglichkeit des Spielers geschmälert würde. Der Helm, ursprünglich nichts weiter als eine Lederkappe, ist zu einer ergonomisch ausgefeilten bruchsicheren Schale geworden, versehen mit ausgeklügelter Federung, schützendem Gitter und Schirm. Polster für Schultern, Rippen, Oberschenkel und Knie sind Vorschrift. *Quarterbacks*⁵⁶ haben darüber hinaus die Möglichkeit, ihren Brustkasten mit der so genannten Splitterschutzweste zu polstern. Verteidiger bandagieren und tapen ihre Arme und Hände, sodass diese eher wie Baseball-Schläger denn wie menschliche Extremitäten eingesetzt werden können. Schuhe sind robuste, mit Stollen ausgestattete Angelegenheiten, die auf Wetter- und Platzbedingungen abgestimmt werden können. Diese Schutzausrüstung war früher ziemlich schwer, doch dank der Entwicklungen für die Raumfahrt ist sie heutzutage robust, perfekt geformt und dennoch federleicht. Die Ausrüstung für ein Team von 50 Jugendlichen kann, wie man sich unschwer vorstellen kann, verheerenden Schaden im Budget einer weiterführenden Schule oder eines *Colleges* anrichten.

Auf höchstem Niveau, im professionellen und im *College*-Bereich, ist der *American Football* mit weiteren Errungenschaften moderner Wissenschaft und Technologie ausgestattet. Telefone und Kopfhörer an den Seitenlinien ermöglichen die Spielregie aus Vogelperspektive. Film- und Videoaufnahmen sind unerlässlich für die kritische Auswertung der Leistungen von Team und Einzelspielern sowie dafür, die Spielweise kommender Gegner zu studieren. Computer werden für nahezu alles eingesetzt, von der Terminplanung bis hin zur Spielregie, vom Rekrutieren neuer Spieler bis hin zur Spielauswertung. Gardner schlussfolgert deshalb: «In many ways, football is a dream sport for gadgeters. Computers, telephones, mounds of player equipment – and films» (1975, 110). Selbst die Bewertung des potentiellen Talents von Spielern basiert auf der wissenschaftlichen Auswertung von Größe, Gewicht, Körperfett, Beweglichkeit, Sprint auf 40 Yards, Leistungs-

5 Anm. des Übersetzers: Die Terminologie des *American Football* lässt sich nur sehr bedingt ins Deutsche übersetzen, da auch hierzulande das amerikanische Vokabular für diesen Sport vorherrscht. Das *Glossary of American Football* von Wikipedia bietet eine Möglichkeit zur schnellen Orientierung über Spielregeln und Terminologie: http://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_American_football.

vermögen im Gewichtheben, Reflex, mentale Einstellung, Drogentest und dergleichen mehr. Ausgeklügelte Trainingsanlagen, Krafträume, Übungsfelder, Ernährungspläne, biomechanische und medizinische Beratung, etc. bilden die Ressourcen des erfolgreichen *Football*, der hinsichtlich seiner Komplexität und Kosten einem Raumfahrtprogramm vergleichbar ist.

Natürlich beruht auch Weltniveau-Fußball auf ausgeklügelten Systemen fürs *Scouten* und Rekrutieren von Spielern, für Training, Terminplanung, etc. Doch das Fehlen von schwerer Ausrüstung und Kommunikationstechnologie für die Spielregie von Außen deuten an, dass die Welt des Fußballs in technologischer Hinsicht viel simpler ist.

Gewalt und Paramilitarismus des Spiels: Konventionelle versus Guerilla-Taktik

American Football ist ein unmittelbar gewalttätiges Spiel: Ein Spielzug endet, wenn der Spieler mit dem Ball angegriffen und zu Fall gebracht wird. Beim Fußball ist Körpereinsatz zwar in begrenztem Maße erlaubt, doch direkte Gewaltausübung gehört nicht zum Spiel. Fußball ist körperlich ein sehr beanspruchender Sport und die Spieler tragen ein hohes Verletzungsrisiko. Doch das Ausmaß körperlicher Gewalt ist beim *American Football* viele Male höher als bei allen anderen Sportarten, abgesehen von Boxen.

Clifford Geertz gibt in seinen «Bemerkungen zum balinesischen Hahnenkampf» der Rolle von Gewalt folgende Interpretation:

[...] so gehen die Balinesen zu Hahnenkämpfen, um zu erfahren, wie sich ein Mann, der normalerweise gesetzt, reserviert, fast zwanghaft mit sich selbst beschäftigt, eine Art geistiger Autokosmos ist, dann fühlt, wenn er – angegriffen, gequält, herausgefordert, beleidigt und dadurch zu äußerster Wut getrieben – einen völligen Triumph oder eine völlige Niederlage erlebt hat. (1987, 255)

Für die gewöhnlicher Weise ruhigen und zurückhaltenden Balinesen stellen die blutigen Kämpfe ihrer Hähne eine Form der Selbsterfahrung dar. Im Hahnenkampf spiegeln sich Geertz zufolge viele balinesische Eigenheiten, darunter auch die Haltung zu Gewalt:

In ihm werden fast alle Erfahrungsebenen der Balinesen angesprochen, werden Themen wie tierische Wildheit, männlicher Narzissmus, Wettspiele, Statusrivalitäten, Massenerregung und Blutopfer zusammengebracht, die

hauptsächlich durch ihre Beziehung zur Raserei und der Furcht davor miteinander zusammenhängen. Der Hahnenkampf bindet all diese Themen in eine Reihe von Regeln ein, die sowohl zügeln als auch freies Spiel lassen, wobei er eine symbolische Struktur aufbaut, in deren Rahmen solche inneren Zusammenhänge immer wieder zur Wahrnehmung und Einsicht gebracht werden. (ebd.)

Zwar ist die Gewalt im *American Football* ein ausführlich diskutiertes Thema, ohne dass diese dabei jedoch in Frage gestellt würde. William Phillips schlägt folgende Deutung vor: «All sports serve as some kind of release but the rhythm of football is geared particularly to the violence and the peculiar combination of order and disorder of modern life» (1969, 66). Dies findet in einer Bemerkung von Stade zur Charakterisierung des *American Football* unter den Sportarten seinen Widerhall: «[...] it is one whose mode is violence and whose violence is its special glory» (1966, 174).

Doch wie lässt sich die besondere Verherrlichung von Gewalt im *American Football* erklären? Sozialhistoriker in der Tradition von Norbert Elias (vgl. Elias/Dunning 1986; Dunning 1986; Dunning/Marcolm 2003) argumentieren, dass Gewalt im Sport eine Begleiterscheinung moderner Zivilisation ist. Im Zuge der Entwicklung von Industriegesellschaften ist affektive Gewalt unakzeptabel und strafbar geworden. Aber die tief verankerten primitiven Triebe bleiben bestehen, und der intensive Wettbewerb in modernen Gesellschaften stimuliert diese Triebe. Gewalt wird deshalb gesellschaftlich kanalisiert und in instrumentelle, rationalisierte Formen der Gewalt überführt, allem voran im Sport. Elias zufolge befriedigt Sport das Bedürfnis nach Spannung in einer von Routine und Langeweile geprägten modernen Zivilisation. Zudem zeigt sich, dass kriegerische Gesellschaften Kampfsportarten bevorzugen, während friedliche Gesellschaften weniger kämpferische Sportarten vorziehen. Diese historische Korrelation stimmt auch damit überein, dass in Amerika, anders als im Rest der Welt, der gewalttätige *Football* gegenüber dem Fußball favorisiert wird.

Tatsächlich ist Militarismus vielfach als ein struktureller Zug im *American Football* diskutiert worden (vgl. Arens 1976; Gardner 1975; Guttmann 1978; Novak 1976). Allgemeiner zeigt Jeffrey Goldstein in *Sports Violence* (1983) die negativen Aspekte der Beziehung zwischen Krieg, Gewalt und Sport auf. Andere Kulturkritiker verschweigen die kriegsähnlichen Züge des *Football*. So argumentiert beispielsweise William Phillips in Bezug auf den *American Football*:

[M]uch of its popularity is due to the fact that it makes respectable the most primitive feelings about violence, patriotism, manhood. The similarity to war is unmistakable: each game is a battle with its own game-plan, each season a campaign, the whole thing a series of wars. Football strategy is like military strategy [...]. There is even a general draft. And one is loyal to one's country – according to geography and the accident of birth. (1969, 66)

Fußball ähnelt im Vergleich zur militärischen Aufstellung des *Football* mehr einer Guerilla-Strategie der Kriegsführung. Es gibt keine Linie, an der sich die gegnerischen Parteien zum Kampf aufstellen, es gibt keine vornehm geschützten Auszeiten zwischen den Spielzügen, jeder Spieler ist jederzeit zugleich Angreifer wie Verteidiger, Körpergröße und brachiale Kraft bedeuten nicht notwendig einen Vorteil, technologisch weiter entwickelte Länder sind nicht automatisch siegreich, und Interventionen von Außen durch Spielanweisungen oder Auswechslungen beeinflussen die Aktionen auf dem Feld kaum.

Verglichen mit *American Football* ist Fußball ein «fließendes» Spiel mit einer eigenen, internen Dynamik, das insofern an die anti-imperialistischen Widerstandsbewegungen Vietnams oder Afghanistans erinnert, als diese sich strikt weigerten, «fair» im Sinne allgemein akzeptierter Regeln der Kriegsführung zu kämpfen. In einem Fußballteam muss – wie in einer Volksarmee – jeder Feldspieler alle Techniken des Dribbelns, Überspielens und Schießens beherrschen, anders als bei der traditionellen Taktik des *American Football* mit seiner eindeutigen Zuordnung der Spieler, die entsprechend ihrer speziellen Fähigkeiten eingeteilt werden und beispielsweise vor allem blocken oder Pässe des *Quarterback* abfangen, hinter der Angriffslinie verteidigen oder andere spezialisierte Aufgaben ausführen.

Körpereinsatz und Ballkontrolle: Manipulativer Imperialismus

Obwohl beide Sportarten «Fußball» genannt werden, verdient der Fußball diesen Namen eher, weil hier die Füße eine viel wichtigere Rolle spielen als beim *Football*. Beim Fußball dürfen die Feldspieler ihre Hände nicht zur Ballkontrolle einsetzen, einzig der Torwart kann den Ball mit den Händen greifen und mit ihm in der Hand laufen und Pässe werfen – wie jeder Spieler beim *American Football*.

Auch wenn der Ball beim *American Football* beim Anstoß, bei Feldtoren und anderen Standardsituationen mit dem Fuß getreten wird, wird der Ball vor allem mit den Händen kontrolliert. Der *Center-Spie-*

ler schnappt sich den Ball mit der Hand, der *Quarterback* reicht ihn weiter oder wirft einen langen Pass, andere Spieler fangen den Ball – jeweils mit den Händen. Abgesehen von den genannten Standardsituationen ist es im *American Football* verboten, den Ball absichtlich mit dem Fuß zu treten. Ein unkontrollierter Ball darf nicht vor einem herannahenden Gegenspieler weggekickt und dann aufgegriffen werden. Im *Football* sind Arme und Hände also die wichtigsten Gliedmaßen für die Ballkontrolle.

Aus diesem Unterschied ergeben sich einige spekulative Fragen: Wenn durch den Gebrauch der Hände dem *American Football* im Gegensatz zum Fußball ein buchstäblich manipulativer Akt eingeschrieben ist, bedeutet das dann, dass die nordamerikanische Kultur «manipulativer» ist? Feiert Amerika einen «manipulativen» Nationalsport ebenso wie es probiert, das Schicksal der Rest der Welt zu manipulieren? Und ähnelt der Fußball, weil er durch Gebrauch von Füßen, Beinen, Brust und Kopf zur Ballkontrolle ganzheitlicher erscheint, mehr den oral-auditiven Kulturen Lateinamerikas im Sinne Marshall McLuhans – Nationen, die insgesamt neun der ersten 18 Fußballweltmeisterschaften gewonnen haben?

Ermittlung von Punkten, Toren und von Erfolg

Im *American Football* wie im Fußball gilt es, mehr Punkte oder Tore zu erzielen als der Gegner. Im *Football* gibt es mit Ergebnissen wie 35:10 oder 24:14 relativ hohe numerische Resultate. Fußballergebnisse fallen deutlich niedriger aus mit – Wettstatistiken zufolge – durchschnittlich weniger als zweieinhalb Treffern pro Spiel. Die geringe Trefferfrequenz im Fußball wird von Michener (1976) negativ bewertet, vor allem im Vergleich mit den vier verschiedenen Möglichkeiten im *American Football* Punkte zu erzielen: durch *Touchdown* (6 Punkte), Feldtor (3 Punkte), einen Extrapunkt nach dem *Touchdown* (1 Punkt) sowie durch die so genannte *Touchdown Conversion* (2 Punkte). Punkte werden im *American Football* dadurch erzielt, dass man den Ball durch die Verteidigungslinien der gegnerischen Mannschaft bis hinter die Grundlinie befördert (*Touchdown*) oder dadurch, dass der Ball zwischen die Pfosten des stimmgabelförmigen Tores geschossen wird.

Darüber hinaus wird Erfolg im *American Football* daran gemessen, ob durch jeden einzelnen Spielzug mehr Territorium des Gegners erobert wird, wodurch die so genannte *Line of Scrimmage*, die Linie, an der sich die Teams jeweils für einen neuen Spielzug aufstellen, immer weiter in Richtung der gegnerischen Grundlinie verschoben

wird. Im *American Football* geht es also anders als beim Fußball in formaler, messbarer Weise um Raumgewinn und -besitz, was den *Football* gleichsam zum «kapitalistischeren» Spiel macht. *American Football* hat das breitere Tor, so breit wie die Grundlinie, mit der Folge, dass die Offensive leichter Punkte erzielen kann. Dagegen sind Torerfolge im Fußball weit weniger häufig, weil der Ball mit Fuß oder Kopf in ein viel kleineres Tor bugsiert werden muss. Weil das Spiel im *Football* ungefähr alle fünf Sekunden unterbrochen wird und sich die Mannschaften neu aufstellen, können viel mehr Aspekte des Spielgeschehens und die Leistungen einzelner Spieler quantitativ erfasst und statistisch ausgewertet werden, insbesondere mit Blick auf den «Landgewinn». Allen Guttman stellt deshalb fest: «Football is marked by a high level of quantification» (1978, 129). Spielstatistiken, die oft den unteren Bildschirmrand schmücken und ganze Seiten in Tageszeitungen füllen, geben Aufschluss über unterschiedlichste Teilaspekte des Spiels und werden fürs gesamte Team wie für jeden Einzelspieler aufgezeichnet. Diese Daten werden kompiliert und in offiziellen Statistiken veröffentlicht, die die Rekorde von Einzelspielern und Teams dokumentieren.

Spezialisierung und Bürokratisierung: Norden versus Süden

Fußball ist ein Spiel mit wohl-definierten Positionen auf dem Spielfeld – Angreifer, Mittelfeldspieler, Verteidiger oder Torwart – und komplexen Spielsystemen und -stilen. Es ist ausgesprochen populär in Ländern der so genannten dritten Welt, den Entwicklungsländern, oder einfacher: im «Süden». Dagegen bildet der nordamerikanische *Football* mit seiner Ausdifferenzierung von verschiedenen Spielerpositionen und der Komplexität hunderter formalisierter Spielzüge eine einsame Ausnahme im Sport der modernen Welt. Er kann als Sinnbild des Lebens im industrialisierten «Norden» gelten.

Im *American Football* werden die Spieler zunächst in Angriff und Verteidigung eingeteilt, wobei ausgesprochen wenige Spieler beide Spielweisen beherrschen. Angreifer müssen sich Ordnung und Struktur verpflichten, denn nur wenn ein verabredeter Spielzug erfolgreich umgesetzt wird, werden auch Punkte erzielt. Verteidiger sind, obwohl komplexe Systeme und Zonen auch für die Verteidigung gelten, im Grunde ihres Herzens Anarchisten: Sie stören und zerstören die sorgfältig bedachte Strategie der Gegner. Die Angreifer wiederum sind in diejenigen unterteilt, die den Ball nicht einmal berühren, nämlich die fünf *Interior Linemen*, deren Leben «im Schacht» aus einer schier end-

losen Folge schneller Antritte und zu stemmender Gewichte besteht, und in diejenigen, die den Ball befördern. Letztere sind wiederum unterteilt in die zentrale Figur des *Quarterback* und weitere *Backs* mit der Aufgabe, den Ball zu transportieren, sowie in eine Menge von Ballfängern (*Receiver*) mit unterschiedlichen, wohl-definierten taktischen Aufgaben. Die defensive Formation besteht aus drei oder vier *Linemen*, den Spielern in der ersten Reihe, die groß, stark, aggressiv und erstaunlich beweglich sind. Sie werden durch die *Linebackers* unterstützt, die 1 bis 6 Yards hinter den *Linemen* aufgestellt sind und je nach Situation, wie die *Linebackers* den Gegner direkt angreifen oder aber wie die defensiven *Backs* sich schnell zurückfallen lassen, um Pässe zu verhindern oder abzufangen. Hinter den *Linebackers* sind *Cornerbacks* und so genannte *Strong* oder *Free Safties* positioniert, die die Verteidigung tiefer im Feld mit Spurtgeschwindigkeit und Kraft absichern. Jede dieser spezifischen Positionen in Angriff und Verteidigung verlangt es, dass Spieler sich frühzeitig spezialisieren, mit der Folge, dass ein Spieler seine Position nach den ersten Jahren auf der *High School*, also mit 16 oder 17 Jahren, in der Regel nicht mehr wechseln wird.

Das Team von Betreuern und technischem Stab für eine solch große Mannschaft besteht aus speziellen Trainern für Fänger, *Quarterbacks*, *Running Backs*, für Angriffs- und Verteidigungslinie, *Linebackers* und defensive *Backs*, sowie aus Koordinatoren für Angriff und Verteidigung, aus Trainern für die *Kicker*, die den Ball in spezifischen Standardsituationen tatsächlich mit dem Fuß schießen, sowie einem Trainer für das Team mit besonderen Aufgaben und natürlich dem *Head Coach*, dem Cheftrainer. Während des Trainings betreuen diese Trainer die unterschiedlichen Spielergruppen. Darüber hinaus haben sie spezifische Aufgaben während eines Spiels. Der Koordinator des Angriffs sitzt in der Regel in der Pressebox und gibt via Telefon Anweisungen an die Trainerbank, die diese an den *Quarterback* übermittelt. Der Trainer des Teams mit besonderen Aufgaben koordiniert die Auswechslung der geeigneten Spieler für die Standardsituationen, in denen der Ball gekickt wird. Der Koordinator der Verteidigung passt die Taktik fortlaufend an den Spielverlauf an. Es scheint, als wäre der *Head Coach* als einziger im Trainerstab nicht völlig eingebunden, weil um ihn herum ehrfurchtsvoll Platz gelassen wird und er das Privileg besitzt, selbst zu bestimmen, mit wem er kommuniziert und ob und von wem er Informationen erhält.

Jenseits von Spielfeld und Training verfügt ein Club über eine weit verzweigte Organisation, die sich um Fitness, Ausrüstung, Spielersichtung, Presse und Kontakte, Sponsoren, Vermarktung, Ticketverkauf und dergleichen mehr mit dem Ziel kümmert, den dauerhaften Erfolg

abzusichern. Diese Spezialisierung unterscheidet sich nicht von Fußball auf Weltniveau mit seiner komplexen Organisation, seinen großen Stadien und seinem Millionenpublikum.

Der Grad der Spezialisierung in *Football*-Teams entspricht der Arbeitsteilung in modernen Industriegesellschaften, die sich durch den Grad der Spezialisierung von traditionellen agrarischen Jagd- und Tauschgesellschaften unterscheiden. Mit der Spezialisierung stellt sich auch gleichzeitig eine Bürokratisierung ein, die notwendig ist, um die verschiedenen spezifischen Funktionen zu koordinieren und zu einer übersichtlichen, gut funktionierenden Organisation zu formen, die die unterschiedlichen Abläufe integriert. Darum bemerkt William Arens zum *American Football*: «The sport combines the qualities of group coordination through a complex division of labour and minute specialization more than any other that comes to mind» (1976, 6).

Hängt also Amerikas Vorliebe für den *Football* gegenüber Fußball mit dem eher spezialisierten, bürokratischen Stil des Kapitalismus zusammen, der im direkten Widerspruch zur amerikanischen Ideologie des Individualismus steht?

Rolle und Bedeutung von «Männlichkeit»

Sowohl der *Super Bowl* als auch die Fußballweltmeisterschaft sind rein männliche Wettbewerbe, selbst wenn sich mit der rasanten Entwicklung im Frauenfußball seit der Einführung der Europameisterschaft (1984) und der Weltmeisterschaft (1991) für Frauen deutliche Veränderungen ergeben haben. Spieler, Trainer und Organisatoren sind bei beiden Megaevents ausschließlich männlich, und auch bei den Fans überwiegen die Männer deutlich. Beim *Super Bowl* treten Frauen als Cheerleader zur Unterhaltung in der Halbzeit oder als Berichterstatte-rinnen für spezielle Themen auf, doch die zentralen Rollen bleiben Männern vorbehalten. Bei beiden Spektakeln scheinen öffentliche Ausbrüche primitiver Emotionen, entsprechend der soziologischen Beschreibungen der Ursprünge von *Football* und Fußball, auf Zeiten zu verweisen, in denen die Öffentlichkeit männlich und die häusliche Sphäre weiblich definiert war. Beide Spektakel erinnern uns daran, dass – welche Fortschritte die Emanzipation auch in anderen Bereichen gemacht hat – rituelle Feiern dominanter Werte und Normen Frauen noch immer nicht einschließen.

Im Vergleich zum Fußball betont der *American Football* nachdrücklich die Dimension der Männlichkeit. Frauenfußball hat in den vergangenen Jahren deutlich an Popularität gewonnen (vgl. Williams

2003, 148ff.), ganz im Unterschied zum *American Football*, dem – und das mag die Ursache sein – die exaltierte Männlichkeit ins Spiel und in dessen Symbolik eingeschrieben ist. In seiner anthropologischen Studie der Rituale im *American Football* hat William H. Arens bemerkt, wie die Ausrüstung der Spieler den männlichen Körperbau betont:

The donning of the required items results in an enlarged head and shoulders and a narrowed waist, with the lower torso poured into skin-tight trousers accented only by a metal cod-piece. The result is not an expression, but an exaggeration of maleness. Dressed in this manner, the players engage in handholding, hugging, and bottom patting, which would be ludicrous and disapproved in any other context. [...] In comparison rugby players seem to manage quite well in the flimsiest of uniforms. (1976, 9)

Die Ausrüstung der Spieler, das sei betont, dient vor allem dazu, die körperlich sowieso schon extrem überentwickelten Spieler noch größer, schwerer, muskulöser, schneller, in einem Wort: männlicher erscheinen zu lassen. Arens stellt darum zusammenfassend fest: «Football plays a part in representing this [gender] dichotomy in our society because it is a male preserve that manifests and symbolizes both the physical and cultural values of masculinity» (ebd., 8).

Die exaltierte Männlichkeit des *American Football* scheint auch in anderen Merkmalen auf, die oben bereits angesprochen worden sind, so zum Beispiel in seiner paramilitärischen Gewaltsamkeit sowie in seiner Betonung von Technologien, beides traditionell männliche Bereiche. Der *American Football* scheint seine männliche Symbolik in die Vergangenheit wie in die Zukunft zu projizieren. So bemerkt Allen Guttman (1978, 25), dass die schwerfälligen, mit Matsch bespritzten *Football*-Spieler wie Überreste aus der Steinzeit aussähen, was sie tatsächlich auch seien. Die Ausrüstung der Spieler weckt primitive und zugleich futuristische Assoziationen, wie George Stade beschreibt: «The football player in uniform strikes the eye in a succession of (gestalt shifts): first a hooded phantom out of the paleolithic past of the species, then a premonition of a future of spacemen» (1966, 175). Im Unterschied dazu geben Fußballtrikots den Blick auf gut entwickelte Muskeln frei, ähneln darüber hinaus eher alltäglicher Kleidung und erscheinen – im Vergleich zur *Football*-Ausrüstung – geschmeidig und recht gewöhnlich.

American Football und Fußball: Unterschiede und Ähnlichkeiten

Die strukturellen Unterschiede zwischen dem *American Football*, so wie er im *Super Bowl* gespielt wird, und dem Fußball der Fußballweltmeisterschaft lassen sich tabellarisch wie folgt zusammenfassen:

	American Football	Fußball
Spielverlauf	diskontinuierlich	kontinuierlich
Grad der Technologisierung	hoch	gering
Treffer/ Punktwahrscheinlichkeit	relativ hoch	niedrig
Ballkontrolle	mit den Händen, nur ausnahmsweise mit dem Fuß	mit dem Fuß, niemals mit den Händen
Körpereinsatz und -kontakt	unmittelbar; gewalt- samer Körpereinsatz regulär	begrenzt; gewaltsamer Körpereinsatz irregulär
Strategie und Taktik	konventionell	Guerilla-Stil
Grad der Spezialisierung	hoch	gemäßigt
Männlichkeit	exaltiert	gemäßigt

Der Spielverlauf im Fußball ist kontinuierlich, die Ausrüstung einfach und Tore werden erzielt, wenn der Ball ins Tor geschossen wird. Die Spieler sind nur mäßig spezialisiert und der Körperkontakt zwischen gegnerischen Spielern ist nur ausnahmsweise gewalttätig, der Charakter des Spiels gilt als gemäßigt männlich, die Taktik und Strategie gleichen dem Stil der Guerilla. Im *American Football* ist der Spielverlauf diskontinuierlich, die Ausrüstung ist aufwendig, Punkte können auf verschiedene Arten erzielt werden, und zwar in der Regel recht zahlreich. Der Ball wird vorwiegend mit den Händen kontrolliert in unmittelbar gewaltsamem Körperkontakt mit dem Gegner, wobei Strategie und Taktik einer konventionellen «Kriegsführung» mit hochgradiger Spezialisierung und einer exaltierten Darstellung von Männlichkeit ähneln.

Aus den deutlichen Unterschieden zwischen beiden Sportarten, deren rituelle Höhepunkte der *Super Bowl* und die Fußballweltmeisterschaft darstellen, ergeben sich einige Fragen, die nicht unmittelbar beantwortet werden können. In welchem Verhältnis steht das eher gewalttätige, militaristische amerikanische Ritual zur Rolle Amerikas seit dem Zweiten Weltkrieg als selbsternannte Weltpolizei, die durch

Aufrüstung, Waffenhandel und expansionistische Außenpolitik gekennzeichnet ist? Spiegelt die Isolation der USA in Bezug auf den Sport Nummer Eins in der Welt, dem Fußball, ihre nationalistische Nabelschau und das Fehlen jeglicher internationaler Sensibilität? Ist es purer Zufall, dass das Topereignis in Amerika aggressiv, territorial, technologisch, bürokratisch, kurz: «imperialistisch» ist, während Länder der Dritten Welt die weniger rigide strukturierte Form des Fußballs bevorzugen?

Mediensport reflektiert eine Gesellschaft und strukturiert diese zugleich. Doch es gibt keine einseitige kausale Beziehung zwischen der Popularität von Sportarten und der jeweils kulturellen Ordnung, es handelt sich vielmehr um eine wechselseitige Beziehung. Richard Lipsky (1983, 88) bemerkt, dass Zuschauersport angesichts der Anforderungen in industrialisierten Gesellschaften ein «ästhetisch-utopisches Refugium» darstellt, doch zugleich selbst ein maschinengleicher, technokratischer Bereich ist, der die Ideologie des Konsumismus und der Technokratie affirmiert. Je komplexer eine Gesellschaft sich entwickelt, umso bedeutender werden «Teamwork» und Zusammenarbeit – Ideologien, die im Sport weit verbreitet sind. Mediensport kommt also eine doppelte Bedeutung zu, als Sozialisierungsinstanz sowie als Ort des Eskapismus. Sport, häufig als «eine Welt für sich» bezeichnet, ist ein wichtiges Instrument gesellschaftlicher Expression wie der gesellschaftlichen Integration von Individuen und sozialen Gruppen.

Janet Hargreaves (1986) hat die bedeutsame historische Rolle des Sports für die gesellschaftliche Entwicklung seit der Industrialisierung beschrieben. Die potentielle Unabhängigkeit und Widerspenstigkeit der Arbeiterklasse ist durch den mehr und mehr institutionalisierten Sport integriert worden, was sich schließlich ab 1880 in der massenhaften Sportbegeisterung niederschlägt. Im Viktorianischen Zeitalter erlangt das britische Modell des vornehmen Amateurs stärkere ideologische Bedeutung und bestimmt auch die Arbeiterklasse mehr und mehr. Nach dem Ersten Weltkrieg wird die Teilnahme an Sport immer populärer und hilft bei der nationalen Integration der unterschiedlichen Klassen: «These developments were facilitated especially by the accelerating commercialization of sports, a process in which press and radio played key parts» (Hargreaves 1986, 207). Sport hat somit geholfen, die Arbeiterklasse und andere untergeordnete Gruppen besser in die gesellschaftliche Ordnung einzufügen, in Hargreaves Worten: «by reconstituting them within a unified social formation under bourgeois hegemony». Der Staat hat interveniert, um Sport in den Schulen und anderen Bereich zu fördern – mit Folgen, die sich am zutreffendsten

mit Gramscis Hegemonie-Konzept beschreiben lassen: Die Produktion eines ideologischen Konsens hat direkte Machtausübung abgelöst. Zwar spielt Sport nicht an sich eine wichtige Rolle bei der Produktion von ideologischer Hegemonie, doch mit seiner wachsenden historischen Bedeutung in der nationalen populären Kultur ist ihm eine immer entscheidendere ideologische Funktion zugekommen.

Die Strukturen einzelner Sportarten und ihrer Repräsentation in den Medien artikulieren kulturelle Muster. Sie stellen kulturelle Texte dar, die – wie Geertz sich ausdrückt – darauf warten, «über die Schaltern der Einheimischen» gelesen zu werden. Diese Texte zeigen nicht die Gesamtheit einer Kultur, sondern nur eine gewisse Teilansicht zu einem bestimmten Zeitpunkt. Doch der Vergleich von *American Football* und *Super Bowl* mit Fußball und Fußballweltmeisterschaft lässt provokative Einblicke in die Unterschiede der Kulturen zu. Ob der Vergleich nun zur Selbstvergewisserung beiträgt oder Verunsicherung hervorruft, er illustriert auf verlockende Weise die Möglichkeit, die dominanten Mediensportarten als Quellen der Selbstverständigung eines globalen, nationalen oder regionalen Publikums zu untersuchen.

Aus dem Amerikanischen von Eggo Müller

Literatur

- Arens, William H. (1976) Professional Football: An American Symbol and Ritual. In: Ders.: *Social Realities*. Port Washington: Alfred, S. 3–15.
- Dunning, Eric (1986) The Sociology of Sport in Europe and the United States: Critical Observations From an «Elisian» Perspective. In: *Sport and Social Theory*. Hg. v. C. Roger Rees & Andrew W. Miracle. Champaign: Human Kinetics, S. 29–56.
- Dunning, Eric / Malcolm, Dominic (Hgs.) (2003) *Sport: Critical Concepts in Sociology*. London/New York: Routledge.
- Elias, Norbert / Dunning, Eric (1986) *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. Oxford: Blackwell.
- Gardner, Paul (1975) *Nice Guys Finish Last: Sport and American Life*. New York: Universe.
- Geertz, Clifford (1987) «Deep Play»: Bemerkungen zum balinesischen Hahnenkampf. In: Ders.: *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt/M.: Suhrkamp Wissenschaft, S. 202–260.
- Goldstein, Jeffrey H. (Hg.) (1983) *Sports Violence*. New York: Oxford University Press.

- Guttmann, Allen (1978) *From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports*. New York: Columbia University Press.
- Hargreaves, Jennifer (1982) Sport, Culture and Ideology. In: Dies. (Hg.): *Sport, Culture and Ideology*. London: Routledge & Kegan Paul, S. 30-61.
- Hargreaves, Jennifer (1986) *Sport, Power and Culture: A Social and Historical Analysis of Popular Sports in Britain*. Cambridge: Polity Press.
- Hoch, Paul (1972) *Rip Off the Big Game: The Exploitation of Sports by the Power Elite*. Garden City: Anchor.
- Markovits, Andrei S. / Hellerman, Steven L. (2001) *Offside: Soccer and American Exceptionalism*. Princeton/Oxford: Princeton University Press.
- Markovits, Andrei S. / Hellerman, Steven L. (2003) Women's Soccer in the United States: Yet Another American 'Exceptionalism'. In: *Soccer & Society*, 4, 2/3, S. 14-29.
- Michener, James A. (1976) *Sports in America*. New York: Fawcett Crest.
- Levi-Strauss, Claude (1963) *Structural Anthropology*. New York: Basic Books.
- Lipsky, Richard (1983) Toward a Political Theory of American Sports Symbolism. In: *Play, Games and Sports in Cultural Contexts*. Hg. v. Janet C. Harris & Roberta J. Park. Champaign: Human Kinetics, S. 79-92.
- Novak, Michael (1976) *The Joy of Sports: End Zones, Bases, Baskets, Balls, and the Consecration of the American Spirit*. New York: Basic Books.
- Phillips, William (1969) A Season in the Stands. In: *Commentary*, H. 7 (Juli), S. 65-69.
- Propp, Vladimir (1968) *Morphology of the Folktale*. Austin: University of Texas Press.
- Rader, Benjamin G. (1984) *In Its Own Image: How Television Has Transformed Sports*. New York: Free Press.
- Real, Michael R. (2005). Television and Sports. In: *A Companion to Television*. Hg. v. Janet Wasko. Boston: Blackwell Publishing, 337-360.
- Real, Michael R. (2006) Sports Online: The Newest Player in Mediasport. In: *Handbook of Sports and Media*. Hg. v. Arthur A. Raney & Jennings Bryant. Mahwah: Lawrence Erlbaum, S. 171-184.
- Stade, George (1966) Game Theory. In: *Columbia Forum*, 9, 3, S. 173-175.
- Williams, Jean (2003) *A Game for Rough Girls? A History of Women's Football in Britain*. London/New York: Routledge.

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 distanzierteres Genießen 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 Fernsehesevent. 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.

Sport in der TV-Unterhaltungsindustrie

Theoretische Überlegungen und empirische Befunde zur (Re-)Produktion des Sports in den Massenmedien

Christoph Bertling

Im vorliegenden Beitrag wird aufgezeigt, dass Sport seit der Kommerzialisierung des deutschen Mediensystems in zunehmendem Maße als TV-Unterhaltungsware in verschiedenen redaktionellen Kontexten aufbereitet wird und welche komplexen Produktions- und Reproduktionsschlaufen dadurch entstanden sind. Es wird dargelegt, wie TV-Sender durch ausgefeilte, interredaktionelle Produktionsmuster versuchen, die kostenintensive Medienware Sport weiter zu verwerten, um somit die hohen Risikoinvestitionen zu refinanzieren, die im Vorfeld getätigt werden müssen. Im ersten Schritt wird die ökonomische Sonderrolle des Sports in der Medienproduktion dargestellt, die dieser seit der Kommerzialisierung des deutschen Mediensystems einnimmt. In einem zweiten Schritt werden Möglichkeiten der publizistischen Weiterverwertung des Sports als Medienware im TV-Sektor thematisiert sowie damit einhergehende Vor- und Nachteile in der Produktion. Schließlich werden die entstandenen (Re-)Produktionsschlaufen und ihre Folgen in ökonomischer und sozialer Hinsicht beschrieben.

Die ökonomische Sonderrolle des Sports und ihre Auswirkungen auf die Medienproduktion

Mit der Dualisierung des Rundfunks Mitte der 1980er Jahre nahm die Konkurrenzsituation auf dem deutschen Medienmarkt intra- wie intermedial stark zu. Die Ansprache eines breiten (Massen-)Publi-

kums wurde damit für die einzelnen TV-Sender immer schwieriger. Folglich änderten sich mit der Kommerzialisierung des deutschen Rundfunksystems die programmplanerischen und journalistischen Handlungslogiken. Ziel war es fortan, möglichst publikumsattraktive Angebote herzustellen, um wettbewerbsfähig zu bleiben (vgl. Heinrich 1999; 2001). So können im dualen Rundfunksystem öffentlich-rechtliche Anstalten nur durch das Erreichen einer kritischen Zuschauerzahl ihre Gebührenfinanzierung legitimieren, während privatrechtliche Unternehmen eine kritische Publikumsmasse benötigen, um Werbekontakte zu generieren. In dieser verschärften Wettbewerbssituation kam dem Sport, und vor allem Spitzenereignissen sowie deren Live-Übertragungen aus dem Bereich des Hochleistungssports, als Publikumsattraktion eine zentrale Rolle in der TV-Programmgestaltung der öffentlich-rechtlichen wie privatrechtlichen Fernsehsender zu. Durch ausgefeilte (Re-)Produktionsmuster wurde versucht, Sport als TV-Unterhaltungsangebot über das klassische Sportressort hinaus auch in andere redaktionelle Kontexte einzubinden, um von der Publikumsattraktivität des Sports ökonomisch zu profitieren. Sport bietet sich als Medieninhalt besonders an, um im Modus der Unterhaltung weiterverwertet zu werden, denn Sport kann optimal aus einem anderen (etwa dem journalistischen) Modus in den der Unterhaltung überführt werden. Dies ist möglich, da die Sportberichterstattung grundsätzlich stark unterhaltungsbezogen ist, insofern sie über dramatische, spannende Wettbewerbe/Spiele berichtet. Unterhaltungsaspekte können leicht betont, mit weiteren Unterhaltungselementen, die anderen Formaten entstammen, angereichert und somit interredaktionell als Unterhaltungsangebot aufbereitet werden. Vielfältige (Re-) Produktionsmöglichkeiten sportlicher Spitzenereignisse im Modus der Unterhaltung ergeben sich auch aufgrund einer ökonomischen Sonderrolle, die insbesondere den Sport-Live-Übertragungen im Vergleich zu anderen Fernsehformaten zukommt:

(1) *Hohe Marktanteile/Reichweiten:* Sport verfügt über eine Publikumsattraktivität, die die anderer Programminhalte bei weitem übersteigt. Die Übertragung von Top-Sportereignissen führt regelmäßig zu überdurchschnittlich hohen Marktanteilen und Reichweiten. Auf der Top Ten-Liste der meistgesehenen TV-Sendungen 1993-2002 finden sich ausschließlich Sportereignisse (vgl. Tab. 1).

Platz	Sender	Titel	Datum	Beginn	Mio.	MA in %
1	ZDF	EM 96: Tschechien-Deutschland	6/30/96	20:04	28.44	76.3
2	ZDF	WM 02: Deutschland – Brasilien	6/30/02	13:01	26.52	88.2
3	ARD	EM 96: England – Deutschland	6/26/96	20:23	24.86	77.4
4	ARD	WM 98: Deutschland – USA	6/15/98	20:53	24.37	70.1
5	ARD	WM 98: Deutschland – Iran	6/25/98	20:58	24.32	74.0
6	ARD	WM 98: Brasilien – Frankreich	7/12/98	20:59	24.06	67.0
7	ARD	WM 98: Deutschland – Kroatien	7/4/98	20:57	23.26	72.1
8	ARD	EM 2000: Frankreich – Italien	7/2/00	21:57	20.43	64.2
9	ARD	WM 02: Deutschland – Südkorea	6/25/02	13:29	20.24	85.1
10	ARD	EM 96: Italien – Deutschland	6/19/96	20:23	19.91	62.7

Tabelle 1 Die zehn meistgesehenen Fernsendsendungen zwischen 1993 und 2002 (nach Zubayr/Gerhard 2004, 29)

Bei sportlichen Top-Ereignissen kann somit von einer dauerhaft hohen Nachfrage ausgegangen werden. Großveranstaltungen wie Fußball-Weltmeisterschaften, Fußball-Europameisterschaften oder Olympische Spiele sind Quotengaranten für die einzelnen TV-Sender. Die enorme Popularität sportlicher Spitzenereignisse zeigt sich auch bei einem Blick auf Tabelle 2. Seit der Fußball-Weltmeisterschaft 1978 in Argentinien sind die Reichweiten für die jeweiligen übertragenden TV-Sender stets im zweistelligen Millionenbereich angesiedelt. Die Sportberichterstattung ist somit der verlässlichste Publikumsmagnet für TV-Sender.

WM	Sender	Mio.	MA in %
1978 Argentinien	ARD/ZDF	21,36	---
1982 Spanien	ARD/ZDF	20,93	---
1986 Mexiko	ARD/ZDF	21,29	---
1990 Italien	ARD/ZDF	22,38	83,3
1994 USA	ARD/ZDF	17,71	70,6
1998 Frankreich	ARD/ZDF	21,86	75,2
2002 Japan/Südkorea	ARD/ZDF	17,71	82,5
2006 Deutschland	ARD/ZDF/RTL	24,04	80,2

Tabelle 2 WM 1954 bis 2006: Einschaltquoten und Marktanteile bei WM-Fußballspielen mit deutscher Beteiligung Zuschauer in Mio., Marktanteile in % (Gerhard 9/2006, 466)

(2) *Markierung und Profilierung*: Zudem können sich TV-Sender mit der Übertragung populärer Spitzensportereignisse als Marken im Gedächtnis der Rezipienten positionieren, was seit den 1980er Jahren durch die Ausdifferenzierung des Mediensektors für die jeweiligen Medienunternehmen immer wichtiger geworden ist. So nahm seit der Kommerzialisierung des Mediensystems die Senderanzahl auf dem TV-Sektor stark zu. Entsprechend wurde es für einzelne Sender immer wichtiger, ein eigenes Profil zu entwickeln. Durch die Übertragung von Top-Sportereignissen kann ein Reputationsaufbau von TV-Vollprogrammen, die auf den Fernsehmarkt eintreten, realisiert werden.

Top-Sportereignisse können aufgrund ihrer großen Popularität genutzt werden, um «profitträchtige Marktmacht auf dem Zuschauer- sowie auf dem Werbemarkt» (Siegert/Lobigs 2004, 179) zu erlangen und auszubauen. Eine solche Strategie wurde von Rupert Murdoch angewandt, der versuchte, den zuvor weitestgehend unbekannten TV-Sender *tm3* durch die Übertragung der Fußball-Champions League zu profilieren. Damit wurde ein Reputationsaufbau betrieben, da der TV-Sender stark an Bekanntheit und somit öffentlicher Aufmerksamkeit gewann; es wurde eine neue Zielgruppe angesprochen, da *tm3* zuvor als Frauensender bekannt war; und schließlich wurden Marktanteile und Reichweiten stark erhöht.

(3) *Niedrige Produktionskosten:* Im Verhältnis zu anderen attraktiven TV-Angeboten sind die Produktionskosten bei Sportübertragungsrechten gering. Die Unterscheidung von Produktions- und Übertragungsrechten ist hier ein wichtiger Punkt, da bei anderen Unterhaltungsformaten kaum Lizenzrechte anfallen, während allerdings die Produktionskosten umso teurer sind. Entstehen bei anderen Unterhaltungsformaten meist hohe Kosten für Casting, Setting, Scouting, so entfallen diese bei Sportübertragungen. Im Bereich Sport bestehen zudem so gut wie keine Innovationszwänge seitens der Programmgestalter. Sport produziert vielmehr seine Neuigkeiten immer wieder selbst, und stellt diese zugleich in einen gewohnten Rahmen, so dass eine hohe Zuschauerattraktivität ohne kreative Ideenfindung seitens der Medienschaffenden möglich ist (vgl. Schierl 2004a). Der Produktionsprozess kann also weitestgehend standardisiert werden: in der Fernsehproduktion kann routinemäßig – mit sehr ähnlichen Kamerapositionen, Zeitlupen, Bauchbinden usw. gearbeitet werden. Die Abwechslung, Dramaturgie, Spannung beruht dabei in starkem Maße auf dem sportlichen Geschehen. Medien werden somit bei der Aufbereitung sportlicher Themen, Ereignisse und Akteure vom «geradezu neurotischen Zwang» entbunden, ständig «etwas Neues bieten zu müssen» (Luhmann 2004, 44).

Diese ökonomischen Aspekte mögen verdeutlichen, dass Live-Übertragungen von Top-Sportereignissen als Medieninhalt in einem kommerziell orientierten Mediensystem, bei dem ein hoher Wettbewerb vorherrscht, eine ökonomische Sonderrolle in der Programmplanung einnehmen. Dies haben deutsche TV-Sender in den vergangenen Jahren in zunehmendem Maße erkannt und genutzt, was zur Folge hatte, dass sich der ökonomische Nutzen verringerte, da der Konkurrenzkampf um die Übertragungsrechte an sportlichen Spitzenereignissen

enorm zunahm. Hierfür spielt die Tatsache eine Rolle, dass Sport ein positionales Gut ist: lediglich Ereignisse, die in der Qualitätsskala einen vorderen Rang einnehmen, sind besonders nachfragewirksam (vgl. Schierl 2004a). Sportliche Spitzenereignisse können nicht ohne weiteres mengenmäßig ausgeweitet werden. Entsprechend kam es zu einer exponentiellen Verteuerung der TV-Sportübertragungsrechte. Tabelle 3 zeigt anhand der Entwicklung der TV-Rechte an den Olympischen Sommerspielen die Verteuerung der TV-Übertragungsrechte von sportlichen Spitzenereignissen exemplarisch auf:

Olympische Sommerspiele	TV-Rechte in US-Dollar		
	Weltweit	nur USA	nur Europa
1960 Rom	1'000'000	394'000	274'000
1964 Tokio	5'000'000	1'500'000	-
1968 Mexiko	9'500'000	4'500'000	1'000'000
1972 München	17'800'000	7'500'000	1'800'000
1976 Montreal	34'800'000	25'000'000	4'600'000
1980 Moskau	88'000'000	72'300'000	5'700'000
1984 Los Angeles	287'600'000	225'000'000	22'000'000
1988 Seoul	407'100'000	302'100'000	30'200'000
1992 Barcelona	635'400'000	401'000'000	94'500'000
1996 Atlanta	925'000'000	456'000'000	240'000'000
2000 Sydney	1'331'000'000	705'000'000	350'000'000
2004 Athen	1'500'000'000*	793'000'000	394'000'000
2008 Peking	1'700'000'000*	894'000'000	443'000'000

Tabelle 3 Kosten der TV-Rechte an den Olympischen Sommerspielen (nach Lamprecht/Stamm 2002, 137)

* Angabe beruht auf Schätzungen.

Der Kostenanstieg liegt bei den TV-Rechten an den Olympischen Sommerspielen im Zeitraum von 1980 bis 2008 weltweit bei etwa 1900%, in den USA bei 1200% und in Europa bei 7700%. Ähnliche Preissteigerungen lassen sich in anderen publikumsattraktiven Sportarten beobachten (vgl. Schellhaaß/Fritsch 2007; Heinrich 1999; Schafmeister 2007). Die Rechtenkosten sind inzwischen so stark angestiegen, dass trotz hoher Reichweiten und Marktanteile eine Refinanzierung nahezu unmöglich ist (vgl. Schafmeister 2007; Heinrich 1999). Der Einkauf von TV-Übertragungsrechten ist für die TV-Sender somit zunehmend zu einer Risikoinvestition geworden.

Somit lässt sich folgendes Zwischenresümee ziehen: Während auf der einen Seite die Attraktivität von Sportübertragungen für die Fernsehsender darin besteht, dass zumindest einige wenige von diesen eine Attraktivität garantieren, die sonst kein Format in ähnlicher Weise garantieren kann, steigen auf der anderen Seite (weil dies definitions-

gemäß nur für wenige Ereignisse und Sportarten gilt) die Kosten der Übertragungsrecht derart, dass zumindest die Werbung, die im Rahmen der eigentlichen Übertragung gesendet werden kann, nicht zur Refinanzierung ausreicht.

Diese Bedingungen haben es aus ökonomischer Perspektive für deutsche TV-Anstalten nahezu zwingend notwendig gemacht, publizistische Coping-Strategien oder Bewältigungsmaßnahmen zu entwickeln.¹ Die sportlichen Großereignisse lediglich zu übertragen, führt in den meisten Fällen zu großen Verlusten. Es zeigt sich, dabei, dass vor allem die weit gefächerte, interredaktionelle Aufbereitung des Sports im Modus der Unterhaltung eine publizistische Möglichkeit darstellt, trotz hoher Rechtekosten von der Übertragung sportlicher Spitzenergebnisse ökonomisch zu profitieren.

Zur (Re)Produktion des Sports als TV-Unterhaltungsware

Um die verschiedenen Möglichkeiten der publizistischen Aufbereitung des Sports in den Massenmedien systematisch aufzuzeigen, bietet sich ein Rückgriff auf die Theorie des strategischen Medienmanagements an, der zufolge Mediensport entweder als Inputfaktor oder als Output und somit von der Verwertungsseite betrachtet werden kann (vgl. Siegert/Rademacher 2007). Während auf der Inputseite kaum Möglichkeiten bestehen, eröffnen sich auf der Outputseite zahlreiche Optionen.

Sport als Inputfaktor aus ressourcenorientierter Perspektive

In Bezug auf Sport als medialem Inputfaktor spielen die hohen Sportrechtekosten eine zentrale Rolle. Es ist zu vermuten, dass der Einkauf von Sportrechten sich weiter verteuern wird. Hierfür spricht die Entwicklung in den vergangenen Jahrzehnten (vgl. Tab. 3) und eine verstärkt professionelle Vermarktung von TV-Übertragungsrechten, bei der zunehmend Agenturen und Rechtehändler zwischengeschaltet werden.²

1 Unter Coping-Maßnahmen werden im Allgemeinen individuelle Bewältigungsstrategien verstanden, die von Akteuren ergriffen werden müssen, um strukturelle Probleme zu kompensieren.

2 Ein aktuelles Beispiel ist die Einbindung des Rechtevermarkters *Sirius* bei der zukünftigen Vermarktung der Fußball-Bundesliga.

Als Coping-Strategie bietet sich somit auf der Inputseite nur die Ausnutzung von Nischen an, indem weniger populäre Sportarten thematisiert sowie gezielt (im Modus der Unterhaltung) ausgebaut werden (vgl. Schellhaaß/Hafkemeyer 2002). Die Thematisierung medialer Randsportarten hat den Vorteil, dass TV-Übertragungsrechte relativ günstig und exklusiv erworben werden können. Außerdem kann davon ausgegangen werden, dass solche Sportarten stark inszenatorisch bearbeitet werden können. Da für die Sportakteure von medialen Randsportarten eine solche Thematisierung meist die einzige Möglichkeit ist, in den Medien umfänglich dargestellt zu werden, gibt es gute Gründe für eine entsprechende Kooperationsbereitschaft, mit der allerdings immer auch Nachteile verbunden sind: Es muss ein großer Reputationsaufbau geleistet werden, da andere Sender (und andere Medien wie etwa Tageszeitungen und Sportzeitschriften) über die Sportart wenig bis gar nicht berichten. Entsprechend kann auch kaum auf externe journalistische Quellen zur Informationsbeschaffung (wie Zeitungsberichte) zurückgegriffen werden. Da andere Medien nicht zur Attraktivität einer Randsportart beitragen, muss davon ausgegangen werden, dass sich ein nur kleines Publikum für die jeweilige Randsportart interessiert. Dies zeigte sich etwa bei der Berichterstattung über die Basketball-Bundesliga (BBL) durch das Deutsche Sportfernsehen (DSF). Der Spartensender konnte nur sehr geringe Marktanteile generieren, da keine Stars produziert werden konnten, die jenseits dieser Berichterstattung medial präsent gewesen wären. Da der TV-Sender nahezu die alleinige Berichterstattung über die Basketball-Bundesliga bestritt, waren dem Publikum nicht einmal die besten Akteure bekannt. Es zeigte sich, dass die bloße Berichterstattung nicht ausreichte, um einen Unterhaltungswert herzustellen, der ein größeres Publikum binden kann. Auch die Strategie von RTL, auf die Randsportart Skispringen zu setzen, zahlte sich nur kurzfristig aus. Einerseits musste ein starker Reputationsaufbau geleistet werden, um Skispringen populär werden zu lassen. Andererseits gelang dies lediglich durch nationale Erfolge. Kaum waren die nationalen Protagonisten über längere Zeiträume erfolglos, nahmen die Marktanteile und Reichweiten stark ab. So ist bereits einige Jahre später die Übertragung von Skispringen aus ökonomischer Sicht nicht mehr lukrativ.

Aus ressourcenorientierter Perspektive bietet es sich für Medienunternehmen somit lediglich bedingt an, Coping-Strategien anzuwenden. Randsportarten durch starke Inszenierungen zu positionieren, bleibt ein riskantes Unternehmen.

Sport als Verwertungsprodukt aus markt- und absatzorientierter Perspektive

Auf der Verwertungsseite bieten sich eine Reihe unterschiedlicher Coping-Maßnahmen an. Im Folgenden werden vier publizistische Strategien zur besseren Refinanzierung der hohen Sportrechtekosten vorgestellt. Diese Strategien zielen darauf ab, Sport als TV-Unterhaltungsangebot in verschiedenen redaktionellen Kontexten aufzubereiten, um somit auf der einen Seite die schon hohe Publikumsattraktivität zu steigern und auf der anderen die Weiterverwertung zu optimieren, indem eine schlichte Ausdehnung des Sportereignisses oder eine Einbindung von Elementen des Sports in andere Formate versucht wird.

(1) Unterhaltungsorientierte Aufbereitung in der aktuellen Sportberichterstattung: Da sportliche Großereignisse eine hohe Publikumsattraktivität aufweisen, die mit der Befriedigung affektiver Bedürfnisse zusammenhängt (vgl. Schauerte 2002; Schramm/Klimmt 2003), bietet es sich an, die aktuelle Sportberichterstattung mit Unterhaltungselementen auf den Gestaltungsebenen Bildbearbeitung, Grafik, Sound und Kommentar anzureichern (vgl. Schierl 2004b). Durch Studiodesigns sowie Animationen – können weniger sportinteressierte Rezipienten an die Sportberichterstattung gebunden werden. Entsprechend kann die massenattraktive Ware um weitere Zielgruppen erweitert werden.

Solche Maßnahmen sind nicht kostenintensiv, verfügen aber auch nur über geringes Potential, neue Rezipienten hinzuzugewinnen. So sind Reichweiten und Marktanteile bei TV-Sportübertragungen meist schon außergewöhnlich hoch (vgl. Zubayr/Gerhard 2004). Es kommt hinzu, dass der Wettkampfverlauf natürlich unvorhersehbar ist und somit die Gefahr besteht, dass Desinteresse seitens des Publikums entstehen kann (vgl. Coenen 2004; Stiehler 2003). Ein Fußballspiel, das bereits nach zehn Minuten entschieden ist, weist kaum noch einen nennenswerten Spannungs- oder Unterhaltungswert auf. Weiterhin sind in der Sportberichterstattung gestalterische Grenzen in Bezug auf die Aufbereitung im Unterhaltungsmodus gesetzt, einerseits durch die hohe Aktualität, andererseits durch die Unberechenbarkeit des Publikums. Bei zu starken Inszenierungen ist mit einem Verlust zahlreicher Rezipienten zu rechnen, da für die Mehrzahl der Rezipienten der dokumentarische Charakter bei der klassischen Sportberichterstattung im Vordergrund steht (vgl. Schramm/Klimmt 2003). So wird seitens eines Sportpublikums eine Darstellungsform eingefordert, die das sportliche Geschehen in den Vordergrund stellt und nicht dessen Inszenierung.

(2) *Unterhaltungsorientierte Vor- und Nachberichterstattung*: Durch eine ausgiebige Vor- und Nachberichterstattung kann das Sportereignis auf einen größeren Timeslot gesetzt werden (vgl. Schierl 2004a; Stiehler 2007; 2003). Hierdurch wird das genuine Sportereignis, das eine hohe Attraktivität aufweist, zeitlich ausgedehnt und möglichst nahtlos mit weiteren Sendungen, die auf das Ereignis Bezug nehmen, verbunden. Bei einer solchen zeitlichen Streckung kann von einem großen Publikum ausgegangen werden, da das Top-Ereignis zeitnah stattfindet. Entsprechend müssen Rezipienten nicht erst durch Marketingmaßnahmen (wie etwa Programmankündigungen) kostenintensiv beworben werden. Zudem können diese Formate stärker als Live-Übertragungen, die stets ereignisbezogen sind, im Modus der Unterhaltung inszeniert werden. Dies zeigt sich beispielsweise in den zahlreichen Satire- und Glossenformaten, die im Vorfeld eines Fußball-Länderspiels in der ARD-Berichterstattung Einzug erhalten haben. Durch eine erweiterte Vor- und Nachberichterstattung kann zudem der Unterhaltungswert des genuine Sportereignisses verstärkt werden, da durch vermitteltes Zusatzwissen und eine Betonung von Emotionen auch das Hauptereignis in eine entsprechende Perspektive gesetzt werden kann. Wird zum Beispiel in der Vorberichterstattung ein Star ausgiebig vorgestellt, können die Rezipienten während des Spiels verstärkt ihre Aufmerksamkeit auf diese Person lenken. Solche Strategien unterliegen allerdings auch einer entscheidenden Einschränkung. So macht Heinrich darauf aufmerksam, dass die Vor- und Nachberichterstattung sich nur sehr bedingt zeitlich ausweiten lässt. Er führt an, dass Sportübertragungen «stark dem Wertekriterium der Aktualität unterliegen» (Heinrich 1999:188). Eine Vor- und Nachberichterstattung muss somit immer zeitnah am Live-Ereignis angesiedelt sein (vgl. Schierl 2004a,b; Heinrich 1999).

(3) *Verwertung im Unterhaltungsjournalismus (Lifestyle- und People-Sektor)*: Eine ganz andere Form der Weiterverwertung ermöglicht die Einbindung sportlicher Themen, Figuren und Ereignisse in den Lifestyle- und People-Sektor; hierbei wird versucht, einzelne Elemente des Attraktivität garantierenden Sports aus dem Kontext der Live-Berichterstattung zu lösen und in neue Kontexte einzubinden. Da Sport im Sportressort selbst bereits unterhaltend aufbereitet wird, ist prinzipiell eine hohe Kompatibilität gegeben. Sport im Lifestyle- und People-Bereich einzusetzen, bietet sich auch aufgrund der zahlreichen, in den letzten Jahren stark zunehmenden Verbindungen zwischen Sport und Unterhaltungsindustrie auf der Verbands-, Vereins- und Athletenebene an. So

können Sportler journalistisch weiter «verarbeitet» werden, indem sie in Lifestyle- und Prominenzmagazinen dargestellt werden.

Folgende Vorteile sind hiermit verbunden: Ereignisse, Themen und Akteure können stark inszeniert werden, da sie vom genuinen Bereich thematisch stärker abgelöst sind; es können vermehrt Unterhaltungselemente eingewoben werden, da von einer geringeren Widerpenstigkeit seitens des Publikums ausgegangen werden kann. So liegt die Fokussierung nicht mehr in Berichten über aktuelle Geschehnisse; eine Aufbereitung ist verhältnismäßig kostengünstig, da in der Regel keine Rechtekosten anfallen und auf von der Konkurrenz hergestelltes Konsumkapital (Bekanntheits- und Aufmerksamkeitswerte) zurückgegriffen werden kann; ein zeitlich flexibler Einsatz ist möglich, da der Aktualitätsbezug sehr viel geringer ist (und somit ggf. eigene Aktualitätsbezüge hergestellt werden können); vorteilhaft ist auch der Zugewinn an neuen Publikumssegmenten. So werden Lifestyle- und Unterhaltungsformate verstärkt von weiblichen Zielgruppen nachgefragt, die klassische Sportberichterstattung wird eher von männlichen Zielgruppen verfolgt (vgl. Bertling 2007). Als Nachteil ist die geringe Publikumsmenge im Verhältnis zu den ersten beiden Strategien zu erwähnen. Marktanteile und Reichweiten sind deutlich niedriger.

(4) *Verwertung im Entertainment-Sektor:* Die unterhaltungsorientierte Thematisierung des Sports sowohl bei der eigentlichen Sportberichterstattung als auch im Rahmen des Unterhaltungsjournalismus eröffnet weitere Produktions- und Reproduktionsmöglichkeiten. Da Sportstars durch die drei beschriebenen Produktionsbereiche in breiten Bevölkerungsschichten einen hohen Bekanntheits- wie Unterhaltungswert erlangen, können diese in Entertainment-Formaten eingesetzt werden. Hierbei werden Sportakteure nahezu vollständig von einem Aktualitätsbezug losgelöst und im Entertainment-Sektor in Formaten wie Game-, Reality-, Talk- und Quizshows eingesetzt. Dieser Trend zeigt sich am deutlichsten in den USA. So werden Sportstars zunehmend in Entertainment-Formaten wie «Dancing with the Stars» eingesetzt. In dieser Reality-Show, in der beispielsweise die Box-Legende Evander Holyfield auftrat, werden Prominente und professionelle Tänzer zu Tanzpärchen zusammengestellt. Das Publikum kann dann per Ted-Umfrage die jeweiligen Tänzer bewerten. Dieses Format erreichte im Jahr 2006 in 17 Ländern die Top-10-Liste der meistgesehenen TV-Fernsehprogramme. In Deutschland startete mit «Stars auf Eis», moderiert von der Ex-Eiskunstläuferin Kati Witt, eine konzeptionell ähnliche Sendung. Durch eine solche Aufbereitung im En-

tainment-Sektor ergeben sich zahlreiche Vorteile: Die Aufbereitung von Sportthemen, -ereignissen und -akteuren kann gezielt erfolgen, so dass kaum noch ein Aktualitätsbezug vorhanden ist; ein Spannungs- und Aufbauaufbau kann strategisch verfolgt werden, da eigens produzierte Formate/Konzepte hergestellt werden; im Sport sind viele Bereiche wie die Mannschaftskabine noch Tabuzonen für die aktuelle Berichterstattung, bei Unterhaltungsformaten hingegen werden seitens der Sportverbände und -vereine zunehmend Ausnahmen gemacht: für die Zuschauer können somit interessante Bereiche des Sports publizistisch aufbereitet werden; weitere Zielgruppen sind durch die gezielte Ansprache affektiver Bedürfnisse wie Voyeurismus zu gewinnen. Nachteilig erscheinen die geringere zu generierende Publikumsmenge sowie die höhere Kostenbelastung für Bereiche wie Ideenfindung und Casting.

Strategie	Vorteile	Nachteile
Aktuelle Sportberichterstattung	+ Publikumssegmente + Kostenfaktor	- Publikumssegmente - kaum steuerbare Unsicherheitsfaktoren (z.B. Wettkampfverlauf, Doping, Wetter) - Aktualitätsbezug - Spannungs- und Unterhaltungssegmente
Vor- und Nachberichterstattung	+ Inszenierungsgrad + Spannungs- und Aufbauaufbau + Publikumsmenge + Kostenverhältnis (Marketingmaßnahmen; Werbung; Programmkündigungen)	- Aktualitätsbezug
Unterhaltungs-Journalismus (Lifestyle- und People-Bereich)	+ Inszenierungsgrad + Spannungs- und Aufbauaufbau/ Reaktanzwerte + Kostenverhältnis/ Rechtekosten/ Informationsbeschaffung + Publikumssegmente	- Publikumsmenge
Entertainment-Sektor	+ Inszenierungsgrad + Aktualitätsbezug + Spannungs- und Aufbauaufbau + Publizistischer Mehrwert + Publikumssegmente	- Kostenverhältnis - Publikumsmenge

Tabelle 4 Publizistische Input- und Verwertungsmöglichkeiten im Bereich Sport

Sport, so lässt sich bis hierher zusammenfassen, verfügt also über zahlreiche vorteilhafte Bedingungen, um in publizistischen Unterhaltungskontexten verwertet zu werden. In Tabelle 4 sind die aufgeführten publizistischen Möglichkeiten mit ihren Vor- und Nachteilen stichpunktartig zusammengetragen.

Die Berücksichtigung der verschiedenen Möglichkeiten kann für TV-Sender, die Übertragungsrechte besitzen, zu einer Reduktion der Risikoinvestitionen führen; für Sender, die keine Rechte besitzen, erweisen sich diese Möglichkeiten als Ausweichstrategien, um von der Zuschauerattraktivität sportlicher Großereignisse ökonomisch-publizistisch zu profitieren. Mit den einzelnen Maßnahmen können verschiedene Publikumssegmente gewonnen werden. Bei Live-Sportübertragungen kann bei weitem von der größten Zuschauermenge ausgegangen werden. In zeitlicher Hinsicht ist diese Ansprache allerdings stark begrenzt. Bei einer publikumsattraktiven Vor- und Nachberichterstattung kann mit einer geringeren Publikumsmenge gerechnet werden, doch ist diese noch in einem hohen Skalenbereich angesiedelt. Die Vor- und Nachberichterstattung zeigt allerdings auch eine starke zeitliche Beschränkung auf. Bei einer Aufbereitung sportlicher Ereignisse, Themen und Akteure im Unterhaltungsjournalismus wird zwar eine geringere Publikumsmenge erreicht, jedoch kann das Publikum über einen längeren Zeitraum kontinuierlich angesprochen werden. Unterhaltungskonzepte bzw. Entertainment-Formate sprechen die niedrigste sowie eine zeitlich stark begrenzte Publikumsmenge an. Allerdings können weitere Zielgruppen erreicht werden. Wie strategisch TV-Sender bereits planen, zeigte sich unter anderem bei der Fußball-WM 2006. So wurde durch ARD/ZDF eine klassische Berichterstattung verfolgt, gleichzeitig wurden Lifestyle-Konzepte wie «Waldis WM Club» sowie der Film «Deutschland. Ein Sommermärchen» von Sönke Wortmann mitfinanziert. Die ARD strahlte überdies die Comedy-Sendung «Deutsche Elf backstage» aus.

Vor- und Nachteile der (Re)Produktion des TV-Sports als mediale Unterhaltungsware

Betrachtet man die einzelnen Maßnahmen in einem medialen Produktionsverbund, so zeigt sich, dass vor allem Rechteinhaber von sportlichen Spitzenereignissen die ökonomischen Risiken minimieren können, falls sie Sport in den verschiedenen redaktionellen Kontexten als TV-Unterhaltungsware aufbereiten. So kann bei einer Aufbereitung im Modus der Unterhaltung ein Produktionsverbund/-zusammenschluss entstehen,

der vielfältige Weiterverwertungen und Synergieeffekte der Medienware Sport zulässt und somit den ökonomischen Nutzwert steigert.

Durch die starke Thematisierung einzelner Aspekte im Modus der Unterhaltung werden in verschiedenen Ressorts einzelne Handlungen, Räumlichkeiten und Personen als Medieninhalt so stark exponiert, dass sie bereits einen Unterhaltungswert fernab jeglicher sportbezogenen Berichterstattung erhalten. Dies hängt mit den spezifischen Produktionsmustern von Unterhaltungsangeboten zusammen. So steht bei der Herstellung von Unterhaltungsangeboten der Nachrichtenfaktor Personalisierung stärker im Vordergrund als bei einer sachlich-informativen Darstellung (vgl. Schierl/Bertling 2007). Das heißt, dass Medienschaffende bei der Herstellung von Unterhaltungsangeboten stärker einzelne Aspekte hervorheben und dabei in starkem Maße emotionalisieren. Entsprechend bauen sich auf Rezipientenseite Aufmerksamkeits- und Bekanntheitswerte über einzelne Sportakteure und -ereignisse auf. Zusätzlich sind die jeweiligen hervorgehobenen Sportereignisse und Personen stark emotional aufgeladen (vgl. Stauff 2007).

Ein Rückgriff auf solche prominenten, emotional hoch aufgeladenen Sportakteure und -ereignisse bietet sich aufgrund der hohen Bekanntheits- und Aufmerksamkeitswerte gerade auch für sportfremde Redaktionen an, die Unterhaltungsangebote herstellen. Zu den Vorteilen, sportliche Themen, Ereignisse und Personen aufzugreifen, gehören deren hoher Bekanntheits- und Aufmerksamkeitswert sowie ihr großer Unterhaltungswert. So können prominente Sportler in vielfältigen Unterhaltungskontexten interredaktionell aufbereitet werden, wobei auf Bekanntheits- und Unterhaltungswerte zurückgegriffen wird, die sich anderen Ressorts/Bereichen verdanken. Bei der Aufbereitung sportlicher Themen, Ereignissen und Personen ist also von einem hohen Grundinteresse auszugehen, da die Bekanntheitswerte *vorab* gegeben sind.

Aus interredaktioneller Sicht – und somit aus Senderperspektive – lohnt sich eine solche Aufbereitung, da Transaktions-, Marketing- und Konsumkapitalkosten eingespart werden können sowie eine effektive Fixkostendegression³ betrieben werden kann (vgl. Heinrich 2001; 1999). Durch eine Aufbereitung des TV-Sports im Modus der Unterhaltung können somit vielfältige Synergieeffekte genutzt und der ökonomische Mehrwert gesteigert werden.⁴ Von diesen Produk-

3 In Produktionsprozessen fallen fixe Kosten (z.B. Grundsteuern, Gehälter) an sowie variable Kosten, die von der Produktionsmenge abhängen. Die variablen Kosten bleiben pro Stück (z.B. Radiobeitrag) meist konstant, jedoch sinken die fixen Kosten mit steigender Ausbringung (vgl. Heinrich 1999).

4 Auf die (Re-)Produktionsmuster von Sport als mediale Unterhaltungsware wird in

tionsmechanismen oder Verbundproduktionen können indirekt auch Nicht-Rechteinhaber profitieren, indem sie einzelne Maßnahmen aufgreifen und somit mittelbar von den Nachrichten- und Unterhaltungswerten, die die Konkurrenz aufgebaut hat, profitieren.⁵

Es entsteht eine Unterhaltungsspirale: Je stärker der Nachrichten- und Unterhaltungswert steigt, desto eher können Themen, Ereignisse und Personen von ihrem genuinen Tätigkeitsbereich gelöst und in fachfremde Kontexte eingesetzt werden. So ist ein Einsatz im People- und Lifestyle-Sektor genauso möglich wie im Entertainment-Bereich. Auch wenn sich die Sportberichterstattung, People- und Lifestyle-Journalismus sowie Entertainment-Formate stark unterscheiden, können die Bereiche bei einer Verbundproduktion voneinander profitieren. Verbindungen entstehen vorwiegend durch Pull-Mechanismen. Die jeweiligen Produktionsbereiche bedienen sich jeweils an den Unterhaltungsprodukten der anderen Bereiche und ziehen somit Unterhaltungselemente auf ihre Seite. So konnte David Beckham während der WM 2006 im Lifestylebereich thematisiert werden, ohne dass hierfür Exklusivrechte nötig waren. Entsprechend entstehen vielfältige (Re-)Produktionsschleifen, wenn die verschiedenen Bereiche Sport als Unterhaltungsware aufbereiten. Sport kann somit wie durch einen medialen Durchlauferhitzer immer wieder in verschiedenen redaktionellen Kontexten aufbereitet werden, so dass die Produktionsmenge an medialen Unterhaltungsangeboten durch Sport gesteigert wird.

Diese (Re-)Produktionslogiken, die von Medienschaffenden in Deutschland zunehmend genutzt werden (vgl. für empirische Befunde Bertling 2007), haben allerdings auch problematische Konsequenzen. Eine kritische, sachlich-informative Berichterstattung über Sport führt aus medienökonomischer Perspektive zu einer Verminderung der publizistischen Weiterverwertungsmöglichkeiten. Die publizistische Wertschöpfungskette verringert sich in signifikantem Maße. Entsprechend besteht die Tendenz, dass kritische, negative Begleiterscheinungen des Hochleistungs- und Spitzensport nur widerwillig in das TV-Programm aufgenommen werden. Weiterhin besteht die Gefahr, dass bei zu starker Unterhaltungsausrichtung Sportjournalisten kaum noch in der Lage sind, eine kritisch-anspruchsvolle Berichterstattung

der voraussichtlich im Jahr 2008 veröffentlichten Dissertation «Unterhaltung durch Sport und Medien – Eine Analyse der Darstellung des Sports als nichtfiktives Unterhaltungsangebot in der Bundesrepublik Deutschland» näher eingegangen.

- 5 Zur Absicherung von Exklusivität werden Rechteinhabern bei Großereignissen wie Fußball-Weltmeisterschaften per Akkreditierung mehr Zugangsrechte sowie bessere Interviewmöglichkeiten zugestanden.

fernauf der Unterhaltungsvermittlung zu betreiben. Dieser Eindruck drängte sich zumindest sehr stark bei der publizistischen Aufbereitung der Radrundfahrt *Tour de France* im Jahr 2007 auf, als die Sender nicht in der Lage waren, eine kritische Doping-Berichterstattung in ihre ansonsten stark unterhaltungsorientierte Berichterstattung zu integrieren. Es entstehen somit Produktionsmuster, die durchaus kritisch zu hinterleuchten sind: Da die Berichterstattung normalerweise stark unterhaltend aufbereitet wird, sind es Sportjournalisten kaum noch gewöhnt, rein informativ zu berichten. Entsprechend fällt ihnen eine sachlich-informative Aufbereitung – selbst wenn es thematisch angebracht ist – zunehmend schwer. Eine weitere große Gefahr besteht in der Vernachlässigung randständiger Sportthemen, die nur äußerst schwer als Unterhaltungsware aufbereitet werden können. So werden Themen wie Behindertensport quantitativ wie qualitativ in den Medien stark vernachlässigt, obwohl gerade solche Themen eine mediale Plattform benötigen (vgl. Bertling/Schierl 2008).

Fazit

Im vorliegenden Beitrag wurde versucht aufzuzeigen, dass Sport, und vor allem der Spitzen- und Hochleistungssport, für TV-Sender ein wichtiger Programminhalt darstellt. Die Bedeutung des TV-Sports ist dabei seit der Kommerzialisierung des deutschen Mediensystems stark angestiegen. In einer verschärften Wettbewerbssituation versuchen deutsche TV-Sender gezielt, Sport als Unterhaltungsware einzusetzen, um ihre Reichweiten/Marktanteile zu steigern. Hierbei bereiten sie Sport in zunehmendem Maße als TV-Unterhaltungsware in verschiedenen redaktionellen Kontexten auf, um ökonomisch von der mittlerweile höchst kostenintensiven Medienware Sport zu profitieren. Dadurch sind komplexe Produktions- und Reproduktionsschlaufen entstanden, die für die TV-Anstalten zu wichtigen Synergieeffekten im Produktionsverbund führten. An solchen Produktionsmustern ist auf den ersten Blick wenig zu bemängeln, doch zeigt die nähere Betrachtung, dass eine Aufbereitung im Modus der Unterhaltung schnell zu einer Vernachlässigung kritischer, negativer Themen sowie wichtiger Teilgebiete (z.B. Behindertensport) führt. Entsprechend wird es zukünftig eine wichtige sportpublizistische Aufgabe sein, diese Mechanismen kritisch zu verfolgen und Lösungswege zu finden, die einen sozialverträglichen und unterhaltenden TV-Sport sicherstellen.

Literatur

- Bertling, Christoph (2007) Medienpräsenz in People-Magazinen als produkt-politische Strategie für Hochleistungssportler. In: *Prominenz in den Medien. Zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur*. Hrsg. v. Thomas Schierl. Köln: Halem-Verlag, S. 330–353.
- Bertling, Christoph / Schierl, Thomas (2008) Disabled Sport and its Relation to Contemporary Cultures of Presence and Aesthetics. In: *Sport in History* 1/2008 [im Druck].
- Coenen, Michael (2004) Der Handel mit Sportübertragungsrechten. In: *Die Ökonomie des Sports in den Medien*. Hrsg. v. Thorsten Schauerte & Jürgen Schwier. Köln: Halem-Verlag, S. 127–151.
- Gerhard, Heinz (2006) Die Fußball-WM als Fernseh-event. Analyse der Zuschauerakzeptanz bei Fußball-Weltmeisterschaften 1954 bis 2006. In: *Media Perspektiven*, 9, S. 465–474.
- Heinrich, Jürgen (2001) *Medienökonomie – Mediensystem. Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Band 1*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Heinrich, Jürgen (1999) *Medienökonomie – Hörfunk und Fernsehen. Band 2*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Lamprecht, Markus / Stamm, Hanspeter (2002) *Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz*. Zürich: Seismo.
- Luhmann, Niklas (2004) *Die Realität der Massenmedien*. Bielefeld: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schafmeister, Guido (2007) *Sport im Fernsehen. Eine Analyse der Kundenpräferenzen für mediale Dienstleistungen*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Schauerte, Thorsten (2002) *Quotengaranten und Minderheitenprogramme – Theoretisch-empirische Analyse der Nutzung von medialen Sportangeboten in Deutschland*. Berlin: dissertation.de (zuletzt besucht am 10.03.2008).
- Schellhaaß, Horst M. / Christoph Fritsch (2007) Sport im Fernsehen als Grundversorgung. In: *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. Hrsg. v. Thomas Schierl. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 243–255.
- Schellhaaß, Horst M. / Lutz Hafkemeyer (2002) Wie kommt der Sport ins Fernsehen? Eine wettbewerbspolitische Analyse. In: *Bundesinstitut für Sportwissenschaften – Wissenschaftliche Berichte und Materialien. Band 8*. Köln: Sport und Buch Strauß.
- Schierl, Thomas (2004a) Ökonomische Aspekte der Sportberichterstattung. Mögliche Strategien der ökonomisch motivierten Mediatisierung des Sports. In: *Die Ökonomie des Sports in den Medien*. Hrsg. v. Thorsten Schauerte und Jürgen Schwier. Köln: Halem-Verlag, S. 105–126.

- Schierl, Thomas (2004b) Ästhetisierung als produktpolitisches Instrument medial vermittelten Sports. In: *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Hrsg. v. Thomas Schierl. Köln: Halem-Verlag, S. 135-163.
- Schierl, Thomas / Bertling, Christoph (2007) Personalisierung und Prominenz in der Sportberichterstattung. In: *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Hrsg. v. Thomas Schierl. Köln: Halem-Verlag, S. 155-166.
- Siebert, Gabriele / Lobigs, Frank (2004) Powerplay – Sport aus der Perspektive des strategischen TV-Managements. In: *Die Ökonomie des Sports in den Medien*. Hrsg. v. Thorsten Schauerte und Jürgen Schwier. Köln: Halem-Verlag, S. 168-196.
- Siebert, Gabriele / Rademacher, Patrick (2007) Sportmedienmanagement. In: *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Hrsg. v. Thomas Schierl. Köln: Halem-Verlag, S. 256-273.
- Schramm, Holger / Klimmt, Christoph (2003) «Nach dem Spiel ist vor dem Spiel». Die Rezeption der Fußball-Weltmeisterschaft 2002 im Fernsehen: Eine Panel-Studie zur Entwicklung von Rezeptionsmotiven im Turnierverlauf. In: *Media & Kommunikationswissenschaft*, 51, S. 55-81.
- Stauff, Markus (2007) Prominente Gesichter, Schweiß und Tränen. Zum Stellenwert des Sports im Prominenz-System. In: *Prominenz in den Medien zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur*. Hrsg. v. Thomas Schierl. Köln: Halem-Verlag, S. 279-301.
- Stiehler, Hans-Jörg (2007) Sportrezeption zwischen Unterhaltung und Information. In: *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Hrsg. v. Thomas Schierl. Köln: Halem-Verlag, S. 182-199.
- Stiehler, Hans-Jörg (2003) Riskante Spiele: Unterhaltung und Unterhaltungserleben im Mediensport. In: *Theorie der Unterhaltung – Ein interdisziplinärer Diskurs*. Hrsg. v. Werner Früh und Hans-Jörg Stiehler. Köln: Halem-Verlag, S. 160-181.
- Zubayr, Camille / Heinz Gerhard (2004) Die Fußball-Europameisterschaft 2004 im Fernsehen. Nutzung und Bewertung der Live-Berichterstattung bei ARD und ZDF. In: *Media Perspektiven*, 9, S. 421-425.

Zu den Autoren

Christoph Bertling (*1974), Dipl. Sportwissenschaftler, Reporter/Journalist – vorwiegend im Bereich Sport (u.a. Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Financial Times Deutschland, Spiegel Online). Seit 2001 Lehrbeauftragter, seit 2003 wissenschaftlicher Mitarbeiter und Lehrkraft für besondere Aufgaben am Institut für Kommunikations- und Medienforschung an der DSHS. Forschungsschwerpunkte: Mediensportrealitäten, Unterhaltungsforschung, Spitzensportsysteme, Behindertensport.

Michel Colin (1947–1988), französischer Filmwissenschaftler, der anknüpfend an die strukturalistische Filmsemiotik von Christian Metz zunächst die generative Transformationsgrammatik Noam Chomskys für die Filmtheorie fruchtbar machte und sich später den Modellen der Kognitionswissenschaften sowie der Künstlichen Intelligenz zuwandte. Zu seinen wichtigsten Veröffentlichungen zählen *Langue, Film, Discours* (1985) sowie der posthum erschienene Band *Cinéma, télévision, cognition* (1992).

Laurent Guido lehrt Filmgeschichte und Filmästhetik an der Universität Lausanne. 2001–2002 Gastwissenschaftler mit einem Stipendium des Schweizerischen Nationalfonds an der Universität Paris I – Sorbonne sowie 2003 an der University of Chicago. Forschungsschwerpunkte: Beziehung zwischen Film, Körperlichkeit und Musik; Fragen der Filmhistoriographie. Ausgewählte Publikationen: *L'Age du rythme. Cinéma, musicalité et culture du corps dans la France des années 1910–1930* (Lausanne: Payot 2007). *La Mise en scène du corps sportif/Spotlighting the Sporting Body* (2002, mit G. Haver). Mitherausgeber von *Images de la femme sportive aux XIXe et XXe siècles* und *Les Peurs de Hollywood* (2006).

Vinzenz Hediger ist Alfried Krupp von Bohlen und Halbach Stiftungsprofessor für Theorie und Geschichte bilddokumentarischer Formen einschließlich des Industriefilms an der Ruhr-Universität Bochum. Publikationen u.a.: Mitherausgeber von *Demnächst in ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung* (2005) und *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms* (2007).

Rebekka Ladewig (*1971) hat Kulturwissenschaft, Kunstgeschichte und Philosophie an den Universitäten Florenz, Lüneburg und der Humboldt-Universität zu Berlin studiert. Arbeitsschwerpunkte: Epistemologische Figuren und Konfigurationen von Orientierung (Dissertationsprojekt), Raumtheorien der Moderne, Kultur- und Wissenschaftsgeschichte des Schwindels, Imagologie der Rakete. Letzte Veröffentlichungen: *Fußball als Ereignis und Faszinosum*, hg. von Natascha Adamowsky, Rebekka Ladewig, Annette Vowinkel, Bielefeld 2008 (im Erscheinen); 'Über die Geschicke des Pfeils' in: *Im Zauber der Zeichen*, hg. v. Jörn Ahrens & Stephan Braese, Hamburg 2007, S. 17–30.

Margaret Morse, Professorin am Department Film and Digital Media der University California Santa Cruz. Zahlreiche Publikationen zu medialen Voraussetzungen kulturellen Wandels, zu Fernsehnachrichten, Shopping Malls, Cyborgs, Medienkunst und 'privatisierter Mobilität'. Darunter: *Virtualities: Television, Media Art and Cyberculture* (Indiana UP 1998); *Hardware, Software, Artware* (Cantz & ZKM 1997).

Eggo Müller (1960*), Dr. habil., Assistenzprofessor am Institut für Medien und Re/Präsentation der Universität Utrecht. Arbeitsschwerpunkte sind Fernsehunterhaltung, interaktives Fernsehen und partizipatorische Medienkultur. Veröffentlichungen u.a.: *Paarungsspiele. Beziehungsshow in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens* (Berlin: Edition Sigma 1999); Mitherausgeber von: *Euro 2004. Medienfußball im europäischen Vergleich* (Köln: Herbert von Halem 2005).

Michael Real ist Professor für Medien und Kommunikation an der Royal Roads Universität Kanada. Seine Forschungsschwerpunkte sind Journalismus, Medien Events, Populäre Kultur und Theorie der Kommunikation sowie Sport und Medien. Seine Monographien umfassen *Super Media* (Newbury Park: Sage 1989) und *Exploring Media Culture* (Newbury Parks: Sage 1996).

Markus Stauff arbeitet an der Abteilung Media Studies der Universität Amsterdam (UvA). Forschungsschwerpunkte: Fernsehtheorie, Cultural Studies, Mediensport. Jüngste Publikationen: *Das neue Fernsehen. Machtanalyse, Gouvernementalität und digitale Medien* (LIT-Verlag 2005); *Politiken der Medien* (hg. gemeinsam mit Daniel Gethmann, diaphanes 2005); *Ökonomien des Medialen* (hg. mit Ralf Adelman u.a., transcript 2006).