

Cornel Sandvoss

### A Game of Two Halves

Football, Television and Globalization

London/New York: Routledge, 2003. – 208 S.

ISBN 0-415-31-484-4

Zwei überraschende Erkenntnisse hält dieses Buch gleich zu Beginn bereit: die (süddeutsche) Fußballinteressierte ist verblüfft darüber, dass Bayer Leverkusen tatsächlich Fans hat, und die Kommunikationswissenschaftlerin registriert nicht weniger erstaunt, dass man einen Fußballklub als Text auffassen kann. Sobald man das Befremden über diese beiden Sachverhalte überwindet, gestaltet sich die Lektüre aber streckenweise durchaus interessant.

Sandvoss will, in der Tradition der Cultural Studies, die Gründe für die Popularität von Fußball untersuchen und gleichzeitig herausfinden, welche Konsequenzen für Gesellschaft und Kultur sich aus dieser ungebrochenen Beliebtheit ergeben. Dabei bedient er sich qualitativer Interviews mit Fußballfans sowie der teilnehmenden Beobachtung.

Das Buch ist in drei Abschnitte gegliedert. Im ersten Teil wird aufgezeigt, dass das Dasein als Fan eng mit Konsumaspekten – nicht zuletzt mit solchen des Medienkonsums – verknüpft ist. Im Wechsel von der Mikro- zur Makroperspektive werden sodann die gesellschaftlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Bedingungen beleuchtet. Abschließend wird erläutert, inwieweit (Profi-)Fußball als post-moderne Kulturform aufzufassen ist.

Die zentrale Erkenntnis der ersten Kapitel ist eine erweiterte Definition des Begriffs „Fan“, die aus den Interviews von Zuschauern resultiert. Gefragt, warum sie sich selbst für Fans halten, tauchen in fast allen Antworten Aspekte der Medienzuwendung auf: Man versteht sich als Fan, weil man absichtsvoll und regelmäßig Spiele ansieht, die Berichterstattung in den Printmedien über den Lieblingsverein verfolgt und sogar die Informationshäppchen im Teletext aufnimmt. Unter Rückgriff auf das Habituskonzept von Bourdieu argumentiert Sandvoss in der Folge, dass die Art und Weise des Konsums identitätsstiftend wirkt. Aufschlussreich auf der Individualebene ist zudem, dass der Lieblingsverein als Projektionsfläche für die eigenen Werte und Weltanschauungen dient: Die erfolgreiche Geschäftsfrau ist Chel-

sea-Anhängerin wegen der ruhmreichen Vergangenheit des Vereins, der glücklose freie Journalist stuft den selben Verein als erfolglos ein, der stets an den Umständen scheitert, obwohl er über gute Voraussetzungen verfügt. Beide ziehen mehr oder weniger explizit Parallelen zu ihrer eigenen Lebenssituation und identifizieren sich aufgrund der Sachverhalte, die zu ihren Auslegungen passen, mit dem Klub.

Nach einer klaren Absage an Habermas' normatives Öffentlichkeitskonzept zugunsten eines breiteren Verständnis von Öffentlichkeit wird die Verflechtung der Fans mit der Öffentlichkeitsphäre demonstriert. Über den Fußball sind sie durchaus an gesellschaftspolitischen Diskursen beteiligt, wenn dort Themen wie Ausländerfeindlichkeit oder Homosexualität virulent werden.

Quintessenz des zweiten Abschnitts ist aber die gemeinschaftsbildende Funktion des Fußballs, wobei die Gemeinschaften nicht länger regional beschränkt bleiben. Vielmehr entstehen durch die verstärkte mediale Verbreitung globale „dritte Kulturen“, die losgelöst von Zeit und Ort sind. Besonders deutlich wird dies etwa am Beispiel einer Gruppe norwegischer Fans, die kontinuierlich die Spiele der englischen Liga verfolgen und dort auch ihre Lieblingsvereine haben, während das einheimische Fußballgeschehen für sie bedeutungslos ist.

Die umfassende kulturwissenschaftliche Betrachtungsweise führt dazu, dass die Rolle der Medien zwar angesprochen wird, aber insgesamt unterbelichtet bleibt, obwohl vor allem die Bedeutung des Fernsehens immer wieder herausgehoben wird. Allerdings liefert der abschließende Teil des Buches nichts grundlegend Neues. Dass ein Fußballspiel im Fernsehen für den Betrachter eine andere Qualität hat als ein Stadionbesuch, ist evident und auch ohne Rückgriff auf Baudrillard'sche Ausführungen zu Simulation und Hyperrealität zu erklären. Aufschlussreicher sind die Abschnitte, die die Rationalisierungsprozesse im professionellen Fußball aufschlüsseln. Hier werden Parallelen gezogen zu George Ritzers Ausführungen über die „McDonaldisierung“ der Fast-Food-Industrie. Die McDonaldisierung basiert auf vier Prinzipien: Effektivität, Kalkulierbarkeit, Kontrolle und Vorhersehbarkeit. Die Effektivitätssteigerung im Fußball – also die Erhöhung der Profite bei maximaler Ausnutzung der Ressourcen – besteht darin, dass

laufend neue Wettbewerbe ins Leben gerufen werden oder in bestehenden Wettbewerben die Anzahl der Spiele erhöht wird. Die Kalkulierbarkeit bezieht sich ebenfalls auf Quantifizierbares und beschreibt den Eindruck eines Mehrwerts, der bei den Konsumenten hervorgerufen wird. Dem ‚Big Mac‘ im Nahrungsmittelbereich entspricht nach dieser Auffassung etwa der inflationäre Gebrauch des Etiketts „Spitzenspiel“. Kontrollmechanismen betreffen in erster Linie die Besucher im Stadion: die Abschaffung der Stehplätze, die Gleichverteilung auf die verschiedenen Eingänge, das Alkoholverbot usw. Die Verwendung der Kategorie Vorhersehbarkeit erscheint zunächst paradox, da der Reiz des Spiels ja gerade im ungewissen Ausgang besteht; sie bezieht sich aber nicht auf das Spiel selbst, sondern auf das gesamte Ereignis, dessen Rahmenbedingungen immer stärker reglementiert werden. Dies zeigt sich etwa an den Vorgaben bei Champions League-Veranstaltungen: Spielbeginn, Texte auf den Anzeigetafeln, Größe, Farbe und Design der Tickets, Interviewbedingungen – alles wird von der UEFA exakt vorgegeben.

Diese Rationalisierungsmaßnahmen führen dazu, dass das Produkt Fußball gleichförmiger und die Vereine austauschbar werden. Das vergrößert gleichzeitig die Projektionsfläche für die Individuen: Je weniger eigene Charakteristika ein Verein aufweist, desto einfacher ist es, eigene Vorstellungen auf ihn zu übertragen. Dies ist zumindest eine alternative Erklärung für die Attraktivität des Zuschauersports.

Ute Nawratil

**Werner Faulstich (Hrsg.)**

**Die Kultur der 50er Jahre**

München: Werner Fink, 2002 – 292 S.

(Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts)

ISBN 3-7705-3748-3

**Irmela Schneider / Peter M. Spangenberg (Hrsg.)**

**Medienkultur der 50er Jahre**

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002 – 391 S.

(Diskursgeschichte der Medien nach 1945, Bd.1)

ISBN 3-531-13638-0

Die Kulturgeschichte der frühen Bundesrepublik findet in der Wissenschaft zunehmende Aufmerksamkeit. Seit der ebenso umfangreichen wie grundlegenden Monografie von Axel Schildt (*Moderne Zeiten*, 1995) mehren sich die diesem Thema gewidmeten Publikationen. Offenbar sind die Anfänge der alten „Bonner“ nach der Etablierung der neuen „Berliner Republik“ so sehr zur Geschichte geworden, dass sie das historische Interesse auf sich ziehen. Und da die politische Entwicklung in den 50er Jahren schon zahlreiche Chronisten und Analytiker gefunden hat, gerät neuerdings die soziokulturelle Dimension in den Vordergrund. Zwei neue Sammelbände zu dieser Thematik – mit insgesamt 39 Einzelbeiträgen – sind hier vorzustellen, und es ist gleich eingangs um Nachsicht dafür zu bitten, dass nicht alle Beiträge Erwähnung, geschweige denn eine angemessene kritische Würdigung finden werden. Auch sind die unter dem nicht gerade trennscharfen Begriff „Kultur“ zu versammelnden Gegenstände und Probleme derart disparat, dass es ebenso schwierig wie unangemessen ist, durch diese Vielfalt einen „roten Faden“ zu ziehen.

Das gilt zumal für den von Werner Faulstich herausgegebenen Band; er ediert die Texte einer Ringvorlesung, die 2001/02 im Studiengang Angewandte Kulturwissenschaft der Universität Lüneburg stattgefunden hat. Das Themenspektrum ist breit angelegt und bezieht auch bisher eher vernachlässigte Teilbereiche (z. B. Philosophie, Theater, Sport) ein. Das macht die angestrebte „Formierung eines Wissenskanons“ über die 50er Jahre und dessen „didaktische Aneignung“ zwar systematisch nicht einfacher, dennoch weisen die meisten Einzelbeiträge in die Richtung zweier Befunde, die der Herausgeber quasi programmatisch den Vorlesungstexten voran stellt: Zum einen das vom Nationalsozialismus hinterlassene „Wertevakuum“, das den Freiraum für „eine ganz neue Kultur – die internationale Kultur der Sieger“ schuf, die auch eine allmähliche „Diversifikation von Lebensstilen und Teilkulturen“ begünstigte. Darin schon den „Beginn der Globalisierung“ zu sehen, erscheint allerdings reichlich gewagt, sind doch in manchen kulturellen Bereichen (z. B. Film, U-Musik) die zähen Rückstände einer typisch „deutschen Verspätung“ nicht zu übersehen. Zuzustimmen ist hingegen der zweiten Feststellung von Faulstich, dass sich die Medien – und, so wäre zu präzisieren: unter ihnen vor allem der Rund-