



DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Rassismus und Antirassismus im Fußball.

Eine Analyse am Beispiel der Organisation FairPlay

Verfasserin

Caroline Ijeoma Nwafor

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, 2009

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 057 390

Studienrichtung lt.
Zulassungsbescheid:

Internationale Entwicklung

Betreuerin / Betreuer:

Dr. Otmar Weiß

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich und inhaltlich entnommenen Stellen als solche erkenntlich gemacht habe.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Geschichte der Sportforschung/ akademische Diskurse	7
3. Zur Konstruktion von Identität.....	9
3.1 Zum Begriff Identität	10
3.2 Kollektive Identität und Mentalität	11
3.3 “Stereotyping as a signifying practise” (Hall 1997).....	12
3.4 Populärkultur und kollektive Identität.....	14
3.5 Ethnische Identität.....	15
3.6 Zum Begriff Nation und ‘imagined communities’	16
3.7 Nationale Identität und die Rolle von Orten der Erinnerung	20
4. Rassismus.....	22
4.1 Zum Begriff „Rasse“ und der Geschichte des Rassismus.....	22
4.2 Zum Begriff Rassismus	25
4.3 Rassismus- Theorien	27
5. Antirassismus	29
5.1 Grundsätzliche Überlegungen	30
5.2 Antirassismus- Konzepte.....	31
5.2.1. Moralischer Antirassismus.....	31
5.2.2. Politischer Antirassismus	32
5.2.3. Intellektueller Rassismus.....	33
5.3. Sozialmarketing im Antirassismusbereich	34
5.3.1 Vorraussetzungen zur Wirksamkeit von Sozialmarketing- Kampagnen.....	36
6. Die Rolle der Medien	37
6.1 Ethnozentrismus und Rassismus in der Sportberichterstattung	39
6.2 Medien und kollektive/ nationale Identität.....	41
6.3 Das Medienereignis Fußball- WM.....	44
6.4 Exkurs: eine Studie zur Darstellung Schwarzer SportlerInnen in den Medien.....	46
7. Das Phänomen Sport	49
7.1 Sport als soziales Konstrukt	52
7.1.1. Die ZuschauerInnen und Fans.....	52
7.1.2. Zum Fair Play-Gedanken	54
7.2 Sport und Identität.....	55
7.2.1 Sport und nationale Identität	57
7.2.2 Sport, Ritual und Orte der Erinnerung	58
7.2.3. Das Stadion als Ort der Erinnerung.....	61
7.2.4. Zur Bedeutung von Symbolen/ Ritualen.....	62
7.4 Zum Beispiel Fußball	64
7.4.1 Geschichte des Fußballs	64
7.4.2 Geschichte des österreichischen Fußball.....	65

7.5 Rassismus im Fußball.....	66
7.5.1 Rassismus in den Stadien	67
7.5.2 Antirassismus im Fußball.....	68
8. Die Organisation FairPlay	70
8.1 Methodik	71
8.1.1 Leitfaden- Interviews	71
8.1.2 Qualitative Inhaltsanalyse (Philipp Mayring)	72
8.1.3 Bildanalyse nach Erwin Panofsky	73
8.1.4 Beschreibung des Datenmaterials	74
8.2 Tätigkeitsbereiche und Ziele	75
8.2.1 Homophobie und Sexismus.....	76
8.2.2 Exkurs: Nord- Süd- Beziehungen	78
8.2.3. Der Raum der Entwicklung.....	80
8.2.4 Das Stadion als Ort der Erinnerung.....	81
8.3 Methoden von FairPlay	82
8.3.1 Der Einsatz von Bildmaterial	82
8.3.2 Der Einsatz von Idolen.....	88
8.3.3 Die Einbindung der Medien und der Fans	89
8.4 Partizipation & Widerstand	91
8.4.1 Finanzierung.....	91
8.4.2 Evaluation/ Kritik.....	92
8.4.3 Widerstand	94
9. Schlüsse/ Resümee	96
10. Bibliografie.....	100
ANHANG.....	108
Zusammenfassung	108
Abstract	109
Lebenslauf	110

1. Einleitung

Die Kampagne FairPlay wurde 1997 am Wiener Institut für Entwicklungsfragen und Zusammenarbeit (vidc) ins Leben gerufen, im Rahmen des EU- Jahres gegen Rassismus. 1999 wurde das europäische Netzwerk FARE (Football Against Racism in Europe) gegründet, wobei FairPlay für die Koordination zuständig ist.

Der Gründung gingen die Beobachtungen voraus, dass Rassismus im Fußball ein gravierendes Problem ist, unter dem migrantische Spieler und Spielerinnen in Europa stark leiden. Aber auch andere Formen der Diskriminierung wie Homophobie und Sexismus trüben die Welt des Fußballs. Der Schwerpunkt der Organisation liegt trotzdem auf Öffentlichkeits- und Bildungsprojekten zum Thema Rassismus; ein weiterer Programmpunkt ist der Bereich Sport und Entwicklung.

Da ich selbst Sportlerin bin, war mein Interesse an einer Organisation, die entwicklungspolitische Arbeit im Feld Sport betreibt, sehr groß. Ich fragte mich, ob Sport sich tatsächlich für die Initiierung gesellschaftlicher Transformation und im Speziellen für Antirassismus- Arbeit eignet. Daher die zentralen Fragestellungen dieser Arbeit:

Kann Sport für Antirassismus- Arbeit genutzt werden?

Auf welche Art und Weise tut dies die Organisation FairPlay?

Hypothese:

Sport und vor allem Fußball bzw. Sportgroßereignisse sind ein zentrales Element bei Prozessen kollektiver Identitätsbildungen und könnten, wenn sie als solches erkannt werden für gesellschaftspolitische Zwecke instrumentalisiert werden. Fußball eignet sich vor allem wegen seiner Popularität und Reichweite als Instrument für Antirassismus- Arbeit.

Sowohl der Spitzen-, als auch der Breitensport genießen in vielen Aspekten Aufmerksamkeit. Zum einen als Werbeträger für Güter oder Dienstleistungen, zum anderen als Möglichkeit der Freizeitgestaltung oder aber auch soziales Interaktionsfeld (Hefelle 2006:9).

Fußball ist inzwischen in Europa, Lateinamerika und Afrika eine der bedeutendsten oder sogar *die* bedeutendste Sportart; unter anderem durch die mediale Verbreitung hat sich diese Sportart zu einem Massenphänomen entwickelt.

Nach Michael Fanizadeh ist Fußball seit den 90er Jahren fester Bestandteil der Populärkultur¹, in der sich gesellschaftliche Verhältnisse widerspiegeln.

Dadurch strahlt Fußball über seine eigentliche Bedeutsamkeit hinaus: es beteiligen sich viele Menschen, man erreicht viele Menschen und man kann Sport als Vehikel verwenden um Gesellschaftspolitik zu betreiben (Fanizadeh 2007).

Aufbau der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich in acht Kapitel; im ersten Teil beschäftige ich mich unter anderem mit der Konstruktion von Identität, kollektiver Identität und Nationalität um so ein Grundlage für die spätere Analyse zu schaffen. Dem folgt eine Einführung in die Thematik des Rassismus und Antirassismus, sowie die Rolle der Medien bei der Konstruktion von Identität und Stereotypen. Im siebten Kapitel gehe ich ausgiebig auf das Phänomen Sport ein, bevor ich dann zum empirischen Teil (der Analyse der Organisation FairPlay) übergehe.

Der empirische Teil gliedert sich nach der Beschreibung der Methodik in vier große Kategorien, die nach der Anwendung der qualitativen Inhaltsanalyse von Mayring entstanden sind. Um also meine Fragestellungen zufriedenstellend beantworten zu können, setzte ich mit den Kategorien „Tätigkeitsbereiche und Ziele“, „Fußball, Gesellschaft, Entwicklung“, „Methoden“ und „Partizipation und Widerstand“ auseinander. Im letzten Teil, dem Conclusio, werde ich dann die aufgeworfenen Fragen beantworten und ein Bild davon zeichnen, inwieweit Sport sich für gesellschaftspolitische Zwecke instrumentalisieren lässt.

An dieser Stelle möchte ich darauf hinweisen, dass ich bei meinem Schreibstil das Buch „Afrikabilder“ (Arndt 2001) zum Vorbild nahm, in welchem die Worte Schwarz und Weiß immer großgeschrieben werden, um zu zeigen, dass es sich dabei um eine Konstruktion handelt, und nicht nur ein deskriptives Mittel.

¹ „Populärkultur“ ist als eine Form von Unterhaltung zu verstehen, die massenförmig produziert wird und einer grossen Anzahl von Menschen zugänglich ist.“ (Street 1997, in Spitaler 2004)

2. Geschichte der Sportforschung/ akademische Diskurse

Sport und gesellschaftliche Entwicklung oder Prozesse miteinander in Verbindung zu setzen scheint vielen Menschen und vor allem SozialwissenschaftlerInnen noch fremd zu sein.

„Roman Horak und Otto Penz (2001: 116) konstatieren in ihrer Bestandsaufnahme deutschsprachiger Sportforschung aus der Sicht der Cultural Studies eine starke Unterrepräsentanz vor allem jener Arbeiten, die sich mit Sport und Politik, Sport und Ökonomie oder Sport und Massenmedien beschäftigen. [...]

Wenn in der Sportforschung versucht wurde, das Verhältnis von Sport und Politik näher zu bestimmen, kamen dabei oft enge Politikdefinitionen zum Vorschein.“ (Spitaler 2004:25)

Bis vor kurzem noch wurde Sport als ein Feld betrachtet, in dem es für die meisten SoziologInnen, SozialhistorikerInnen und SozialanthropologInnen nichts zu analysieren gäbe. Sport wurde als separates Feld mit einem Eigenleben, distanziert von den ‚wichtigen‘ Aspekten der sozialen Welt, gesehen. Vor allem In der Kultur- und Sozialanthropologie wurde wenig Interesse an der Forschung im Bereich des Sports gezeigt, und auch in meinem Fach, der „Internationalen Entwicklung“, wurde Sport bis jetzt wenig wissenschaftliche Aufmerksamkeit geschenkt und dies obwohl *„sport commands the attention of cultures, nations, even the world (...).“* (Sands 1999:7).

Ein Grund dafür, dass Sport lange Zeit wenig wissenschaftliche Beachtung gezollt wurde, sieht die Soziologin Jennifer Hargreaves darin, dass Körper als natürlich und unveränderbar wahrgenommen wurden.

John Williams beschäftigt sich im Rahmen einer Forschung über das Verhältnis von Fußball und Geschlecht mit den anthropologischen und soziologischen Gesichtspunkten des Fußballs:

Fußball muss demnach als komplexes Feld *„binärer Gegensätze“* wahrgenommen werden. Fußball diene als Ausdrucksmittel und Spiegel politischer, sozialer *„Krankheiten“* und zeige die Gegensätze einer Gesellschaft.

Außerdem seien Stadien Orte, in welchen man „*Community-Bildung*“, soziale Übergangsprozesse und Lagerbildungen beobachten könne (Williams 2006:196).

„Europäischer Profifußball fungiert als alltäglicher kultureller Marker für Muster der Vergemeinschaftung und Zugehörigkeit und als Signifikant von tief sitzenden Tropen sozialer Ausschließung. (Williams, in: Kreisky/Spitaler 2006:197)

Inzwischen kann man die tägliche Präsenz des Sports in Zeitungen und Fernsehen nicht mehr übersehen, und auch sein ökonomischer und politischer Einfluss fällt immer mehr ins Gewicht (MacClancy 1996).

“For social scientists, the study of sport is not some tangential topic, to be pursued occasionally as an intellectual form of light relief from ‘the real stuff’ of economics, politics, and public morality. Sport is a central activity in our societies, one embodying social values, and, as such, as deserving of systematic investigation as any other.”
(MacClancy 1996:2)

Sport, vor allem die populäre Sportart Fußball, bietet ein großes Identifikationspotenzial, das von mehreren Seiten genutzt werden kann; zum Beispiel die Identifikation der ZuschauerInnen mit einem Team (Dolic 2001).

Um dies verstehen zu können, widme ich einen großen Teil dieser Arbeit der Konstruktion von Identität, kollektiver Identität, Mentalität und schließlich nationaler Identität.

3. Zur Konstruktion von Identität

Sport und in diesem Fall Fußball müssen als kulturelles Phänomen wahrgenommen werden; als Feld symbolischer Auseinandersetzungen.

Sport ist ein Nostrifikationsprozess: „*eine Weise, durch sozial- sinnliche Praxis ‚wir‘ zueinander zu sagen und damit kulturelle Identität zu erfahren, auszudrücken oder zu entwickeln.*“ (Eichberg 2005)

Dabei kommt es zu einer Verknüpfung von Körperlichkeit, Identität und Sozialität (mittels körperlicher Aktivitäten treten kollektive Identitäten in Aktion, Kontakt bzw. Wettkampf).

Nationale Identitäten sind vor allem seit den olympischen Spielen in den Vordergrund getreten (Rituale, nationale Zurechnung von Leistung)- Sportstätten können also als Orte kollektiver Erinnerung gesehen werden und bilden so einen wichtigen Baustein bei der Konstruktion kollektiver Identitäten.

Diese Prozesse, sei es auf nationaler Ebene oder bei Gemeinschaftserfahrungen der Fans, funktionieren durch Inklusion und Exklusion (Lösche/ Ruge 2002).

Gerade Fußballstadien können durch das gemeinsame Erleben und Handeln bei der Konstruktion gemeinsamer Identitäten als Gedächtnisorte fungieren.

„Die wiederholte Erinnerung der Vergangenheit beziehungsweise bestimmter vergangener Ereignisse ist in der Tat für die Konstruktion von kollektiven Identitäten, gerade was die ‚Imagined Communities‘ moderner Nationalstaaten betrifft, von bestimmender, von performativer Bedeutung gewesen.

Das ist auch der Grund dafür, dass die Frage nach den Vorraussetzungen der Entstehung kollektiver (nationaler) Identitäten zu einem der meist diskutierten Probleme der Sozial- und Kulturwissenschaften werden konnte.“ (Huber 2002:28)

3.1 Zum Begriff Identität

Der Begriff „Identität“ beschreibt einen Prozess, nämlich den *„Prozeß des Sich-Identifizierens mit anderen Personen, Kollektiven oder auch Erlebnissen und Erfahrungen“* (Vester 1996:10). Dabei kristallisiert sich ein Selbst, eine Identität heraus, welche man mit Symbolen oder Zeichen zu erkennen geben kann.

Die Ich-Identität (im Gegensatz zur kollektiven Identität) unterscheidet sich in folgenden Aspekten: *„der Aspekt der ‚individuellen‘ Identität (als das Bild der das Ich von anderen unterscheidenden Eigenzüge) und der Aspekt der ‚personalen‘ Identität (als Inbegriff aller dem Ich durch die Eingliederung in ein Sozialgefüge zukommenden Rollen).“* (Michel 2000:xii)

Wörtlich gesehen bedeutet Identität allerdings *„eine Gleichsetzung von zwei oder mehreren Elementen“* - dies macht deutlich, dass Identität hergestellt werden muss: *„sie ist Vorgang des Identifizierens oder Gleichsetzens zweier Elemente, und dieser Vorgang wird durch Verhaltens-, Wahrnehmungs- und Denkakte vollzogen.“* (Vester 1996:96)

Der Begriff „Identität“ ist von verschiedenen Disziplinen geprägt worden. Bei der Konzeptualisierung von Identität gab es zwei maßgebende Tendenzen. Die eine betrachtete das Konzept Identität als ein Konzept der Differenz; die andere tendierte genau zum Gegenteil und leugnete Differenz.

Die Haupteinflüsse kamen vor allem von der Philosophie, der Literaturwissenschaft und den Cultural Studies. All diese Fachrichtungen haben sich konzeptuell auf die Differenz konzentriert - zu sehr, wie manche VertreterInnen, wie z.B. Grossberg von den Cultural Studies, selbst meinen (Baumann/ Gingrich 2004).

In der Routledge- Enzyklopädie der Kultur- und Sozialanthropologie wurde Identität in den 1990er folgendermaßen definiert:

„ (...) identity simultaneously includes ‘sameness’ (e.g., belonging to a group) as well as ‘differing’ (e.g., from other groups and/or persons), oscillating between ascription by oneself and by others, and being accorded significant content.

‘These include evaluative and emotional characteristics from which the individual derives self-esteem, or a sense of knowing or belonging. These features are highly variable in intensity and salience, as are any associated normative expectations which my furnish individuals with guides to their social behaviour, Individuals’ identities are, then, emergent properties of their categorical memberships’.” (Byron 1996:292, zitiert in: Baumann/ Gingrich 2004:6)

3.2 Kollektive Identität und Mentalität

Kollektive Identitäten sind bereits seit dem 19. Jahrhundert Gegenstand der Sozialwissenschaften.

Identität hat eine zweifache Bedeutung: eine individuelle und eine soziale Bindung, also eine Übereinstimmung mit sich selbst und eine Übereinstimmung mit einer größeren Gruppe.

Es ist allerdings schwierig, Identitätskonzepte von der Individualebene auf die Kollektivebene zu übertragen, weil der Grad der Bestimmung eines Kollektivs weniger einfach ist als die Zuschreibung bei einem Individuum.

Bei einem Kollektiv stellen sich ein Menge von Fragen, wie: Wer gehört zum Kollektiv dazu? Wie lange ist seine Lebensdauer? Wie ist der Grad Einheitlichkeit und wie kann er bestimmt werden (Vester 1996)?

„Nun schmilzt dieser Unterschied zwischen Persönlichkeit/- Identität auf individueller und kollektiver Ebene aber zusammen, wenn man auch individuelle Persönlichkeit/Identität/Individualität als soziale Konstruktionen versteht, die inkonsistent sein mögen und sich überdies auch verändern können. ‚Persönlichkeit‘ ist auch auf der individuellen Ebene ein soziales Konstrukt, ein Resultat sozialer Interaktionen, d.h. eine Kombination von persönlichkeitsstypischen Verhaltenstendenzen und Attributionen.“ (Vester 1996:95f)

Kollektive Identität entsteht laut Weber, weil Menschen sich aufgrund einer vorgestellten gemeinsamen Herkunft und häufig auch Sprache als ähnlich betrachten und auch von anderen als ähnlich betrachtet werden (Weber 1980, zitiert in: Jureit 2001).

In der Auseinandersetzung mit kollektiver Identität trifft man immer wieder auch auf den Begriff der Mentalität; einen: *„Komplex psychischer Dispositionen, emotionaler Neigungen und geistig-seelischer Haltungen. Auch die Mentalität kann sich objektiv zu erkennen geben, im Verhalten und Kommunizieren. Verglichen mit der Objektivierung der Identität scheinen die Manifestationen der Mentalität flüchtigerer und fließenderer Natur zu sein, während sie andererseits aber auch fundamentaler, d.h. tiefer verankert und weniger leicht veränderlich erscheinen.“* (Vester 1996:11)

Einen starken Schub in der Forschung gab es mit der Entstehung der modernen Nationalstaaten und dem dadurch entstandenen Diskurs über nationale Identität. Um kollektive Identitäten zu begreifen muss man sich allerdings einer gewissen Verzerrung bewusst sein. Bei der Konstruktion von Kollektiven kommt es meist zum Einsatz von Stereotypen:

„Wenn Individuen oder Kollektive sich ein Bild von sich selbst und von anderen machen, so werden häufig Zerrbilder erstellt. Soziale Wahrnehmung scheint ohne Stereotypen nicht auszukommen“ (Leyens/Yzerbyt/Schadron 1994, zitiert in: Vester 1996:12)

3.3 “Stereotyping as a signifying practise” (Hall 1997)

Da die Produktion von Stereotypen eine maßgebende Rolle in der Konstruktion gemeinsamer Identität im Sport und bei Sportgroßereignissen (vor allem durch die Medien) spielt, möchte ich mich kurz mit der Praxis des Stereotypierens nach Hall auseinandersetzen.

„Stereotyping reduces people to a few, simple, essential characteristics, which are represented as fixed by Nature.“ (Hall 1997:257)

Bei Hall standen eher „rassische“ und ethnische Unterschiede im Vordergrund; und wie mit rassistischen Stereotypen in der Populärkultur und den Massenmedien in Form von Bildern und Illustrationen gearbeitet wird.

(Visuelle) Repräsentation ist eine Praxis; ein Konzept, dass im Betrachter oder der Betrachterin auf komplexe Art und Weise Gefühle, Einstellungen und Ängste auslösen kann und deshalb einer wissenschaftlichen Analyse unterzogen werden muss.

Menschen, die sich von der Mehrheit unterscheiden, werden meist in Extremen dargestellt, wie gut/ böse, primitiv/ zivilisiert; und die Nachricht, die ein Bild und der dazugehörige Text übermitteln soll oft zwei eigentlich konträre Extreme gleichzeitig vermittelt.

Wichtig ist auch, dass zwar jedes Bild eine eigene Bedeutung hat, dass sich der eigentliche Sinn allerdings erst im Zusammenhang mit anderen Bildern und Berichten und ganz generell dem momentanen Diskurs von Repräsentation des „Anderen“ in der jeweiligen Gesellschaft manifestiert. Diese Ansammlung von Bedeutungen quer durch verschiedene Texte, die einander beeinflussen, nennt man Intertextualität (Hall 1997).

Die Abgrenzung vom „Anderen“ durch Stereotypieren dient dazu, Unterschiede festzuhalten und soziale und symbolische Ordnung zu erhalten (Hall 1997).

Dass die Abgrenzung von „Anderen“ wichtig für die Konstruktion der eigenen Identität ist, wurde schon bei verschiedenen Konzepten der Konstruktion von Identität festgehalten (siehe oben.)

Ich möchte an dieser Stelle die drei Perspektiven wiedergeben, welche Hall für die Bedeutung der Konstruktion von Unterschieden beschreibt:

Die Sprachwissenschaft geht davon aus, dass es ohne Differenz keine Bedeutung gäbe: „*'Difference' matters because it is essential to meaning: without, meaning could not exist. (...) Meaning (...) is relational.*“ (Hall 1997:234)

Sprachwissenschaftliche Theorien stützen sich außerdem auf die Annahme, dass Bedeutung sich erst im Dialog mit Anderen manifestiert.

In der Psychoanalyse geht man davon aus, dass ‚the Other‘ fundamental ist für die Konstitution des Selbst. Der psychoanalytische Zugang nimmt außerdem an, dass das Selbst nie erfüllt oder vollständig sein kann.

Die dritte Perspektive ist eine anthropologische Perspektive, die besagt, dass der Mensch Kategorien und Unterschiede braucht, um symbolische Grenzen ziehen und aufrechterhalten zu können. „*The marking of ‚difference‘ is thus basis of that symbolic order which we call culture.*” (Hall 1997:236)

All die oben beschriebenen Zugänge spielen meiner Meinung nach zusammen und finden sich im Feld des Sports wieder; die Massenmedien tragen dann ihren Teil dazu bei, die dort erschaffenen oder reproduzierten Stereotypen zu verbreiten (wie zum Beispiel die berühmte ‚kreolische‘ Spielweise im argentinischen Fußball).

Hall legt in seinen Annahmen einen starken Fokus auf Machtverhältnisse; er meint, dass Stereotypieren vor allem praktiziert wird um Machtverhältnisse zu erhalten.

Auch diesen Aspekt kann man im Sport und bei Sportgroßereignissen finden, obwohl mir klar ist, dass Hall wohl eher hegemoniale Machtstrukturen gemeint hat.

3.4 Populärkultur und kollektive Identität

Da ich mich mit Fußball als populärkulturelles Phänomen auseinandersetze, möchte ich mich an dieser Stelle mit dem Begriff Populärkultur auseinandersetzen. Es gibt es eine Reihe von Zugängen und Definitionen; ich möchte mich an die Formulierung von John Street halten:

„*‚Populärkultur‘ wäre zunächst als eine Form von Unterhaltung zu verstehen, die massenförmig produziert wird und einer grossen Anzahl von Menschen zugänglich ist. Diese Zugänglichkeit äußert sich dabei entweder in der praktischen Möglichkeit, in ihren Genuss zu kommen oder durch das Fehlen sozialer Barrieren bei ihrem Konsum. Implizierter Gegenbegriff bleibt dabei, trotz aller Verschränkungen, eine andere Form von Kultur: nämlich Hochkultur.*“ (Street, zitiert in: Spitaler 2004:10)

In der Politikwissenschaft, sowie in der Politischen Kulturforschung ist die Auseinandersetzung mit den so genannten ‚*politics of pleasure*‘ relativ neu, während bei den Cultural Studies entsprechende Forschungen schon früher Einzug hielten (Spitaler 2004).

In der Kultur- und Sozialanthropologie wurde Populärkultur in den Anfängen jedoch eher von oben herab betrachtet und oft als das Gegenteil von Hochkultur definiert (Edensor 2002).

Döner und Sauer (1995) haben einen Bedeutungsgewinn von Populärkultur beobachtet, besonders im Zusammenhang mit der Konstruktion politischer Identitäten:

„ Politische- kulturelle Traditionen, Werthaltungen, Symbole und mythische Erzählungen fänden sich nicht nur in politischen Ritualen wie Nationalfeiertagen oder Präsidentenangelobungen, in Schulbüchern oder Intellektuellendiskursen, sondern z.B. auch in scheinbar ‚unpolitischen‘ Mediengenres.“ (Spitaler 2004:1)

Bei einer Analyse kollektiver oder nationaler Identität müssen also auch populärkulturelle sowie alltägliche Praxen beachtet werden:

„ (...) national identity is grounded in the everyday, in the mundane details of social interaction, habits, routines and practical knowledge. It is startling how, more generally, theorists of identity have neglected the quotidian realms experienced most of the time by most people, since it is here that identity is continually reproduced in unreflexive fashion.“ (Edensor 2002:17)

3.5 Ethnische Identität

Ethnizität gilt als relativ junges Forschungskonzept, welches laut Barth die soziale Organisation kultureller Unterschiede beschreibt. Das bedeutet, dass der Begriff „Ethnie“, sowie die Begriffe „Nation“ und „Rasse“, die Funktion haben, einer durchaus heterogenen Gruppe durch das Schaffen eines institutionalisierten Verhaltens Handlungsfähigkeit zu verleihen (Brunner 2002), denn der Wunsch nach Zugehörigkeit stellt eine der fundamentalen Eigenschaften des Menschen dar.

Das Konzept ethnischer Identität beinhaltet Gemeinsames und Trennendes, das Finden von Ähnlichkeiten ist immer auch mit der Abgrenzung von Anderen verbunden.

Ethnizität ist sozial konstruiert, gleichzeitig jedoch flexibel und manipulierbar. Ethnische Identität, laut Glickman, ist in Folge dessen eine variable Ressource und ein politisches Instrument.

Geht man, wie die instrumentalistische Schule, davon aus, dass ethnische Identität konstruiert wird- sei es nun bewusst oder unbewusst- stellt sich die Frage, welche AkteurInnen, Motive und Strategien sich hinter dieser Konstruktion verbergen.

Zusammenfassend lässt sich über ethnische Identitäten sagen, dass sie konstruierbar und folglich auch veränderbar sind und je nach Kontext an Bedeutung variieren (Brunner 2002).

3.6 Zum Begriff Nation und ‚imagined communities‘

Andersons „Imagined communities“ ist unumgänglich wenn es um die Entstehung von Nationen und nationalem Bewusstsein geht.

Anderson definiert die Nation im anthropologischen Sinne wie folgt:

„Sie ist eine vorgestellte politische Gemeinschaft- vorgestellt als begrenzt und souverän. Vorgestellt ist sie deswegen, weil die Mitglieder selbst der kleinsten Nation die meisten anderen niemals kennen, ihnen begegnen oder auch nur von ihnen hören werden, aber im Kopf eines jeden die Vorstellung ihrer Gemeinschaft existiert.“
(Anderson 1996:15)

Gellner argumentiert ähnlich; er geht sogar so weit, zu sagen, Nationen werden erfunden, wo es sie vorher nicht gab. Dabei konzentriert er sich jedoch auf die ‚Herstellung von Falschem‘ anstatt auf ‚Vorstellen‘ und deutet an, es gäbe ‚wahre‘ Gemeinschaften, die sich von Nationen unterscheiden- er lässt dabei allerdings außer Acht, dass auch kleinere Gemeinschaften vorgestellt sind (Anderson 1996).

Jureit sieht den Erfolg von Andersons Buch in seiner aktuellen Bedeutung. Bestehende Ordnungssysteme können immer wieder *„variiert, umgedeutet und kommunikativ ausgehandelt werden: (...)*

In dieser Flexibilität scheint ein wesentlicher Grund für den beständigen Erfolg nationaler, rassistischer und ethnischer Vorstellungen zu liegen.

Analytisch bleibt es somit richtungsweisend, die dialektischen Prozesse, aus denen derartige Vorstellungen erwachsen, aufzudecken und so die in der Imagination eingezeichneten Differenzen freizulegen.“ (Jureit 2001:9)

Laclou und Mouffe beschreiben die Gesellschaft ähnlich wie Anderson als etwas „Vorgestelltes“, „das heißt als temporäre und prekäre Artikulation einer bestimmten sozialen Selbstbeschreibung (...)“ (zitiert in: Sarasin 2001:35)

Die beiden benutzen zwar nie den Begriff „Imagined communities“, kommen aber mit ihrem Konzept von Gesellschaft als symbolischer Ordnung Andersons Ansatz sehr nahe.

Lacan hat den Begriff der „*points de capitons*“- der Signifikanten- geprägt, sie dienen als ‚prekäre Form der Fixierung‘ zwischen Worten und den Bezeichneten und fungieren so als „Naht“ und „Bedeutungsfixierung“, allerdings nur bruchstückhaft (Sarasin 2001).

„Die Erfindung der Nation“ hat jedoch auch Missverständnisse hervorgerufen.

„Versteht man das Imaginäre im Sinne Lacans, so handelt es sich um eine notwendige Voraussetzung der Ich-Konstitution, die vom Bild des Ähnlichen, dem Spiegelbild-Ich (*stade du miroir*), ausgeht. (Lacan 1996, zitiert in: Jureit 2001:9)

Das Imaginäre ist somit nicht nur eine Vorstellung, sondern beinhaltet den Prozess der Ich-Findung, in dem ein ‚Gleichwie‘ zwischen Spiegelbild und dem Ich vorausgesetzt wird.“ (Jureit 2001:9)

Ein weiteres Element im Text, welches Verwirrung auslöst, ist, dass Anderson die Begriffe „Erfindung“ und „Imagination“ synonym verwendet (in der Originalfassung sowie in der deutschen Übersetzung).

„Das hat weitreichende Konsequenzen, liegt doch in der Differenz von ‚Vorstellen‘ und ‚Erfinden‘ ein zentrales, wenn nicht sogar entscheidendes Moment im Gruppenbildungsprozess, dem es nachzugehen lohnt.“ (Jureit 2001:9)

Jureit beschreibt anhand des Beispiels der Erfindung des Chronometers den dreiteiligen Ablauf einer Erfindung: Eine Erfindung besteht „aus der Idee, den Objekten und dem daraus resultierenden Ordnungssystem“ (Jureit 2001:11)

Eine Idee ist also ohne bereits vorhandenes Wissen nicht denkbar.

Für die ‚Erfindung der Nation‘ bedeutet dies, dass sie nur in den jeweils aktuellen Diskursen, die ihr immer vorausgehen, verstanden werden kann: Ohne ein schon bestehendes Verständnis von Gemeinsamkeit wäre eine Entwicklung der Idee von Nationalstaaten nicht möglich gewesen.

Die Nation, die sich immer zwischen einem Imaginations- und einem Identifikationsprozess bewegt, dient der Orientierung und Sinnstiftung, wobei ihr imaginierter Charakter vollkommen in Vergessenheit geraten kann. Zentral ist eher, *wann* diese nationalen, ethnischen und rassistischen Vorstellungen aktiviert und gesellschaftlich relevant werden (Jureit 2001).

„Ihre Herstellung oder Aktualisierung enthalten ein Potential machtpolitischer Strategie, die phantasierte Unterschiede nutzt oder diese schafft, um gewaltbereite Massen zu mobilisieren.“ (Jureit 2001:14)

Sarasin wählt einen anderen Zugang als Jureit und stellt sich folgende für mich und meine Fragestellung durchaus wichtigen Fragen:

„(...) Wie genau werden ‚Identitäten‘ artikuliert, wenn diese Artikulationen nichts ‚Natürliches‘ reflektieren? Wieso scheinen diese Fiktionen notwendig zu sein- und zugleich mit Notwendigkeit fehlzugehen? Schließlich: wieso sind sie so oft nationalistisch, ethnisch oder rassistisch aufgeladen, das heißt so sehr um die überdeutliche Markierung einer Grenze und einer Essenz bedacht?“ (Sarasin 2001:35)

Ich denke, zum Teil findet man die Antwort darauf im Kapitel „Stereotyping as a Signifying practise“, welches aus verschiedenen Perspektiven beschreibt, dass für die Konstruktion von Identität die Abgrenzung nach außen nötig ist und durch Stereotypieren vollzogen wird.

Die Identität einer *imagined community* vollständig zu fixieren ist allerdings unmöglich, trotzdem wird dieser Versuch immer wieder unternommen. Sarasin bezeichnet dies als „artikulatorische Praxis“, bei welcher zwei verschiedene Methoden zum Einsatz kommen:

Das erste Instrument sind die oben erwähnten „privilegierten Signifikanten“ (z.B.: leere Worthülsen, Gräber); das zweite Instrument ist eine charakteristische Form der Grenzziehung und die Konstitution von Differenzen, um sich nach außen zu schließen.

„Das, was Identität als unmögliche Ganzheit und Geschlossenheit stiftet- stiften soll-, ist als solches ‚undarstellbar‘ (...)“ (Sarasin 2001:37)

Könnte man es beschreiben, würde eine Identität vollkommen werden und könnte auf eine Vermittlung durch ein Außen verzichten und wäre rein positiv (-das gibt es nicht bei sozialen Phänomenen!). Soziale Gruppen, aber auch Individuen können ihre Identität nur im Vergleich zu einem Anderen, einem Außen manifestieren. Dem Konzept der Identität ist also *„ein konstitutiver Mangel eingeschrieben“* (Sarasin 2001:37).

In der Folge entsteht beim Subjekt (der sozialen Gruppe/ der Nation...) der Wunsch nach Vollständigkeit: *„Im Feld der politischen Diskurse sind es die privilegierte Signifikanten, die (...) ‚Identität‘ stiften, indem sie genau jene fehlende Positivität ausdrücken, jene fehlende Ganzheit (‚fullness‘), die soziale Gruppen als eine notwendige Fiktion von sich entwerfen müssen.“* (Sarasin 2001:37)

(So haben zum Beispiel die Nationalsozialisten ‚den Juden‘ zum Signifikanten dessen gemacht was ‚Deutschland mangelt‘). *„Das phantasmatische Objekt, das ‚nationale Ding‘, erscheint also dort, wo privilegierte Signifikanten einen leeren Ort für solche Projektionen bereiten, um die ‚nationalen‘ Energien zu bündeln.“* (Sarasin 2001:40)

3.7 Nationale Identität und die Rolle von Orten der Erinnerung

Orte der Erinnerung sind Orte, die in der Vergangenheit sowie in der Gegenwart Bedeutung besitzen und vermeintlich bei der Konstruktion von kollektiven Identitäten eine Rolle spielen. Diese Sicht der Funktion von Gedächtnisorten birgt eine gewisse Gefahr: durch die Rekonstruktion vermeintlicher Gedächtnisorte läuft man Gefahr, sich nicht auf eine historisch-deskriptive Darstellung zu beschränken, sondern bewusst oder unbewusst Teil der Schaffung eines (nationalen) Konstrukts zu sein.

Um dies zu vermeiden konzentriert man sich (vor allem in der Geschichtswissenschaft) auf die Offenlegung der Mehrdeutigkeit von Gedächtnisorten (Huber 2002).

„Die wiederholte Erinnerung der Vergangenheit beziehungsweise bestimmter vergangener Ereignisse ist in der Tat für die Konstruktion von kollektiven Identitäten, gerade was die ‚Imagined communities‘ moderner Nationalstaaten betrifft, von bestimmender, von performativer Bedeutung gewesen.

Das ist auch der Grund dafür, dass die Frage nach den Voraussetzungen der Entstehung kollektiver (nationaler) Identitäten zu einem der meist diskutierten Probleme der Sozial- und Kulturwissenschaften werden konnte.“ (Huber 2002:3ff)

Der Konstruktion und Analyse von Erinnerungsorten wird vor allem seit dem Werk von Pierre Nora *„Les Lieux des Mémoire“* nachgegangen; Forschungsstrategien um Erinnerungskulturen zu analysieren, gibt es allerdings viele (Pfister 2006:51).

In engem Zusammenhang mit Gedächtnisorten stehen das Vergessen und das Erinnern, beide stellen zwei wichtige Vorgänge bei der Entwicklung eines nationalen Bewusstseins dar.

„Nur weil Erinnern selektiv ist, ermöglicht es eine gemeinsame, in starken emotionalen Bindungen verankerte Erfahrung. (...)

Das veröffentliche Selbstverständnis eines nationalen Gemeinwesens und die verdrängten Dimensionen seiner Existenz bedingen und stützen sich gegenseitig; das eine kann nur deshalb ins Heroisch-Affirmative überhöht werden, weil das andere, das Unverträgliche, dem gesellschaftlich organisierten Schweigen anheim fällt und in ein kollektiv produziertes Unbewusstes zurücksinkt.“ (Lacan, in: Tanner 2001:49)

Die nationale Idee braucht soziales Kapital; deswegen werden eine heroische Vergangenheit, große Männer, Ruhm etc. immer wieder zelebriert bzw. an besonderen Stätten, die als Orte der Erinnerung dienen können, festgehalten.

Regierungsgebäude, Denkmäler, Geschichtsbücher, Plätze; sie alle dienen dazu die Identifikation mit dem mentalen Konstrukt zu stärken- Inszenierungen, Rituale und andere Formen der praktischen Teilhabe ermöglichen eine weitere Vergemeinschaftung.

Die Objekte können sehr unterschiedlich und vielfältig sein; sie haben jedoch eine Gemeinsamkeit: *„Sie symbolisieren nicht nur das Erfundene, sie realisieren es auch. Die Objekte und Symbole des Nationalen, seien es Denkmäler, Fahnen, Uniformen und anderes mehr, dienen dazu, die Idee zu kommunizierbar zu machen und Gemeinsamkeit herzustellen, wo doch erhebliche Differenzen herrschen.“* (Jureit 2001:13)

4. Rassismus

Bei der in den ersten Kapiteln beschriebenen Entwicklung des „Wir-Gefühls“ bei der Konstruktion von Identität kommt es gleichzeitig zu einer Abgrenzung der vermeintlich „Anderen“. Diese Abgrenzung kann schnell zu Abwertung der Anderen und zu einer Aufwertung der eigenen Gruppe führen- und so folglich in Rassismus umschlagen. Vor allem im Sport lassen sich Rassismen, aber auch Exotismen beobachten; Spieler und Spielerinnen afrikanischer Herkunft z.B. werden oft mit zum Teil abwertenden, zum Teil auf den ersten Blick positiven Eigenschaften bedacht. Deswegen möchte ich in diesem Kapitel einen Überblick über die Definition von Rassismus, seine Geschichte und die Erscheinungsformen geben.

4.1 Zum Begriff „Rasse“ und der Geschichte des Rassismus

Der Begriff „Rasse“ ist ein interdisziplinärer Begriff und spielt eine große Rolle in der Öffentlichkeit. Inzwischen ist er vor allem im wissenschaftlichen Bereich sehr negativ behaftet; deswegen möchte ich im Rahmen der Geschichte des Rassismus auf den Begriff und seine Entwicklung eingehen.

Zum Begriff „Rasse“ ist erst mal festzustellen, dass es „Rassen“ in dem Sinn nicht gibt. Es wurde nachgewiesen, dass *„die Unterschiede zwischen einzelnen Menschen der gleichen Rasse bedeutend größer sind als die durchschnittlichen Unterschiede zwischen Menschen verschiedener Rassen.“* (Jäggi 1992:23)

Laut Jäggi *„wird der Begriff der ‚Rasse‘ gerne als Ausgrenzung ‚der Anderen‘ vom ‚Eigenen‘ verstanden, wobei diese anderen jeweils an äußeren Kennzeichen rasch und scheinbar verlässlich identifiziert werden.“* (1992:23)

Die Geschichte des Rassismus beginnt in der Antike; wobei es laut Poliakov und Delacampagne in dieser Epoche Rassismus in der Form, in der wir ihn kennen, nicht gab:

„Während des ganzen Mittelalters bis zum Anbruch der Aufklärung hat dies westliche Gesellschaft gewisse Kategorien von Menschen geächtet: Juden, Ketzer, Geisteskranke, Schwärmer, Aussätzige, Heiden usw.

Je nach Gruppe variieren die Formen und Grade der Ächtung deutlich, aber sie weisen auf eine starke Feindseligkeit gegen alles hin, was sich nicht genau dem starren Rahmen der Norm, das heißt dem offiziellen Christentum einfügte.“
(Poliakov/Delakampagne 1984:52)

Der Soziologe Robert Miles bemerkte zwar einen ausgeprägten Farbsymbolismus, bei dem Weiß als positiv und Schwarz eher negativ beurteilt wurde, meinte aber auch, dass dieser zu keiner Abwertung von bestimmten Menschengruppen geführt hätte (Miles 1991, in: Jäggi 1992:28).

Die Entdeckung Amerikas veränderte die Beziehung zwischen Europäern und anderen Völkern maßgeblich und ab dem 16. Jahrhundert wurden immer mehr Reiseberichte veröffentlicht, welche die Verbreitung eines eurozentristischen Weltbildes beschleunigten.

Rassismus wurde in dieser Zeit genutzt, um die Unterdrückung von bestimmten Menschengruppen zu legitimieren und die Überlegenheit der Europäer zu demonstrieren.

Geiss unterschied zwei Hauptstränge des sich verbreitenden Rassismus: einerseits jenen gegen Schwarze bzw. nichteuropäische Menschen, andererseits Antisemitismus oder Antijudaismus, welcher vor allem in Europa Fuß fasste (Geiss, in: Jäggi 1992:30).

Jäggi sieht allerdings keinen großen Unterschied zwischen den beiden Strängen; im Gegenteil: seiner Meinung nach *„decken sich Antisemitismus und aktueller Rassismus in ihrer Dynamik und ihrer sozialen Basis weitgehend.“* (Jäggi 1992:30)

In dieser Phase wurde der Begriff „Rasse“ noch wertfrei verwendet um größere Gruppen benennen zu können; *„(...) vor allem in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde der Begriff ‚Rasse‘ dann immer stärker klassifikatorisch und (abwertend) benutzt, spätestens seit dem Aufkommen der Darwinschen Evolutionstheorie.“*
(Jäggi 1992:30)

Laut Balibar gab es drei Faktoren, die zu einer Veränderung des Begriffs „Rasse“ führten:

„Einmal das Vorhandensein einer Tradition im Sinne eines unbewußten und bewußten kollektiven Gedächtnisses, das eng mit der Geschichte der Gesellschaft und Kultur verbunden ist und immer wieder durch gewisse historische Ereignisse reaktiviert wird, zum zweiten eine gesellschaftliche Diskriminierungsstruktur und drittens eine institutionelle Krisenkonjunktur unter gleichzeitiger Erschütterung der ideologischen Grundlagen dieser Institutionen und ihrer konstitutiven Funktion der Identitätsbildung.“ (Balibar 1991:12, in: Jäggi 1992:33)

Nach den schrecklichen Ereignissen des zweiten Weltkriegs wagte kaum jemand mehr, sich offen zu Antisemitismus oder Rassismus zu bekennen, dadurch kam es zu einer Veränderung der Erscheinungsform des Rassismus, jedoch nicht zu seinem Verschwinden.

Rassismus wurde in viele verschiedene Formen unterteilt, wie zum Beispiel „Neo-Rassismus“, welcher kulturalistisch fundiert sein soll oder „populären Rassismus“, welcher sich eher in Alltagsvorurteilen und Witzen äußern soll.

Die Liste der verschiedenen Erscheinungsformen lässt sich lange weiterführen, darauf möchte ich hier allerdings verzichten, da ich die Einteilung in Kategorien für meine Arbeit für irrelevant halte. Eine Analyse der Ursache ist für die Rassismus- Diskussion natürlich wichtig, trotzdem möchte ich mich vom Typologisierens des Rassismus distanzieren.

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts kam es dann durch die Veränderungen des politischen und sozialen Rahmen, wie den Unabhängigkeitsprozessen der Kolonien und der gleichzeitigen Entwicklung von Kommunikationsmittel zu einer intellektuellen Revolution, die laut Poliakov und Delakampagne viele Vorurteile zum Verschwinden brachte (Poliakov/Delakampagne 1984:137); meiner Meinung nach aber die europäischen Länder unter anderem durch die steigende Zahl von MigrantInnen vor neue Herausforderungen stellte.

4.2 Zum Begriff Rassismus

Wichtig zum Begriff des Rassismus ist gleich zu Beginn (in Anlehnung an Balibar) festzuhalten, dass es nicht *einen* invarianten Rassismus, sondern *mehrere* Formen des Rassismus gibt, welche von der Situation und den Rahmenbedingungen, wie historischen Umständen und gesellschaftlichen Kräfteverhältnissen, abhängen (Etienne Balibar 1990c:52, in: Jäggi 1992:17).

Nach Jäggi hängen die meisten Erscheinungsformen des modernen Rassismus mit dem kapitalistischen Weltwirtschaftssystem zusammen und Faktoren wie der internationalen Arbeitsteilung und Migration, doch dazu später mehr.

„ Verschiedene Autoren (...) wiesen darauf hin, daß Rassismus offen oder versteckt sein kann, je nach Umfeld, Gesellschaft, Zeitgeist und politischer Situation. (...) Außerdem ist daran zu erinnern, daß die Rassen keine natürliche Bevölkerungseinheit sind, sondern ein Begriffs-Konstrukt anhand von biologischen oder kulturellen Merkmalen, die immer partiell und oft willkürlich sind.“ (Jäggi 1992:18)

Es gibt zahlreiche Definitionsversuche für das Phänomen Rassismus, wie zum Beispiel jene von Kurt Horstmann (1986 in Jäggi 1992:19): *„Rassismus bedeutet ursprünglich die überhebliche Verachtung oder gar Verfolgung einer vorwiegend biologisch definierten Bevölkerungsgruppe, bei der unterstellt wird, daß mit den vererbbaaren körperlichen Eigenschaften (Hautfarbe, Schädelform, Wuchs usw.) bestimmte geistige Eigenschaften oder Verhaltensweisen verbunden sind.“*

Horstmann führt weiter aus, dass mit dem Begriff „Rassismus“ auch Diskriminierung verbunden ist, betont allerdings im Gegensatz zu Jäggi (siehe 4.1), dass man klar zwischen Fremdenfeindlichkeit, Xenophobie und Ausländerfeindlichkeit unterscheiden muss.

Ich schließe mich in diesem Fall Jäggis Kritik an, welche besagt, dass Rassismus sich oft an institutionellen Strukturen, wie Ausländer- oder Asylgesetzgebung zeigt und die Grenzen zwischen den verschiedenen Formen von Ausgrenzung und Rassismus nur

schwer zu ziehen sind (Jäggi 1992:19). Demnach ist es sinnvoll, mit einem breiteren Rassismusbegriff zu arbeiten, auch weil sonst wohl latente und unbewusste Rassismen durch den Raster fallen würden.

Wenn ich in der Folge von Rassismus spreche, richte ich mich deswegen nach der Definition von Weinhäupl und Markom. Sie beschreiben Rassismus mit den folgenden Worten:

„Aufgrund von tatsächlichen oder vorgestellten Unterschieden in Bezug auf körperliche Merkmale (z.B. die Hautfarbe), Ethnizität, kulturelle Elemente oder (nationale) Herkunft werden Gruppen als „von Natur aus“ anders geartet konstruiert, wobei ihnen negative Eigenschaften zugeordnet werden. Gleichzeitig wird die „eigene“ Gruppe –und alle Angehörigen – meist als besser bewertet.“ (Markom/Weinhäupl 2007)

Charakteristisch für Rassismus ist zudem, dass er sich in *„historisch gewachsenen Strukturen der Ungleichheit äußert“*. (IG Kultur Österreich, Positionspapier)

„Wenn rassistische Vorurteile und Äußerungen verglichen werden, fällt auf, wie nahe Angst und Faszination dabeiliegen“ (Jäggi 1992:20), deswegen möchte ich auch kurz auf das Phänomen des **Exotismus** eingehen. Exotismus basiert meiner Meinung nach ebenfalls auf rassistischen Vorurteilen und kann vor allem im Sport häufig beobachtet werden. Markom und Weinhäupl beschreiben die Erscheinung mit den Worten:

„Aufgrund von tatsächlichen oder vorgestellten Unterschieden in Bezug auf körperliche Merkmale (z. B. die Hautfarbe), Ethnizität, kulturelle Elemente oder (nationale) Herkunft werden Gruppen als „von Natur aus“ anders geartet konstruiert und mit Eigenschaften belegt, die häufig positiv wirken, aber leicht in rassistische Vorurteile umschlagen. Diese Denkweise bildet sich auch in den gesellschaftlichen Strukturen ab und beeinflusst Handlungen und Einstellungen der Exotisierenden und der Exotisierten je nach ihrer Position in der Gesellschaft.“ (Markom/Weinhäupl 2007)

4.3 Rassismus- Theorien

Als eine der zentralen Ursachen für Rassismus nennt Jäggi die **Angst**; Angst vor Fremdem und Ungewohntem. Um es in Albert Memmis Wort zu beschreiben: *„Der Rassist ist ein Mensch, der Angst hat; er hat Angst, weil er der Angreifer ist, und er greift an, weil er Angst hat.“* (Memmi 1987:100, in: Jäggi 1992:36)

Sind Angst, Unterlegenheitsgefühle und Selbstzweifel die Ursache für rassistische Verhaltensweisen, findet man diese vor allem in Kreisen, die vom Zugang zu gesellschaftlicher und politischer Macht weitgehend ausgeschlossen sind; MigrantInnen werden als soziale Konkurrenz gesehen (Jäggi 1992:40).

„Offensichtlich wächst die Tendenz zu Rassismus auch mit der zunehmenden Verarmung. Armut und Rassismus sind oft Zwillinge, wobei der etwas ältere, erstgeborene Zwilling (Armut) den jüngeren Zwilling benutzt, um sein Los dadurch erträglicher zu gestalten- ohne es aber ändern zu können-, daß er diesen als Blitzableiter nutzt.“ (Jäggi 1992:45)

Ein anderer Ansatz sieht **ethnisch- kulturelle Aspekte** als Ursache für Rassismus: dabei geht man davon aus, dass die eigene Ethnie bzw. die eigene Lebensweise als das Ideal angesehen wird; andere Gruppen werden mit diesem Ideal verglichen.

Im Kapitel „Ethnische Identität“ habe ich schon erwähnt, dass diese immer in Abgrenzung zu Anderen entsteht; problematisch bzw. rassistisch wird dieses Verhalten wenn die anderen Gruppen in diesem Prozess abgewertet werden.

Jäggi beschreibt Rassismus auch als eine besondere Art mit **sozialen Konflikten** umzugehen; anstatt Konflikte auf einer persönlichen oder sachlichen Ebene auszutragen, werden bestimmte Menschen oder Gruppen als „schuldig“ bezeichnet: *„Durch die Abwertung der ohnehin sozial benachteiligten Seite und ihrer ausschließlichen Wahrnehmung als ‚Fremde‘ gelingt es, einerseits die mühsame Austragung politischer und sozialer Konflikte zu umgehen und andererseits gleichzeitig die aktuelle politisch-soziale Machtkonstellation nicht zu gefährden.“* (Jäggi 1992:54)

Außerdem lässt sich ein Zusammenhang zwischen Rassismus und **Migration** feststellen; die vermehrte Präsenz von Fremden im Alltag lasse die Angst vor ihnen wachsen (Jäggi 1992:57).

Bei diesem Ansatz darf man allerdings nicht die **wirtschaftlichen Aspekte** von Rassismus außer Acht lassen. Laut Fuchs sei immer während wirtschaftlicher Krisen ein Anstieg von Rassismus zu beobachten (Fuchs 1987:68, in Jäggi 1992:63).

Auf der **politischen Ebene** findet man Rassismus oft als Strategie der politisch rechtsergerichteten Parteien. Sie nutzen die Ängste und Vorurteile der Menschen, indem sie Ausländer als Sündenböcke darstellen: „*der Klage über ‚zu viele Ausländer‘ folgt der Ruf nach einer ‚starken Regierung‘.*“ (Jäggi 1992:60)

Jäggi sieht in Rassismus jedoch mehr als eine politische Strategie, er meint „*Rassismus sei ein integrierter Bestandteil nationalstaatlicher Konzepte*“ (1992:61).

Der Philosoph Etienne Balibar geht sogar noch weiter; er beschreibt den Nationalstaat als Organisator der Beziehungen zwischen Individuen; welcher rassistische Verhältnisse durch seine Festschreibung bestimmter Gruppen begründet: „*Denn es ist der Staat, der Nationalstaat, der die ‚nationalen Minderheiten‘ oder pseudonationalen Minderheiten (ethnische, kulturelle, berufliche) real produziert. Ohne seinen juristischen und politischen Eingriff würden sie nur abstrakt bleiben.*“ (Balibar 1991:15, in: Jäggi 1992:61)

Ich persönlich würde nicht so weit gehen, jeden Nationalstaat als grundsätzlich rassistisch zu beschreiben; wollte aber trotzdem auf diesen Ansatz eingehen, um ein möglichst vollständiges Bild der Rassismus-Theorien und möglichen Ursachen für Rassismus zu zeichnen.

Ein nicht zu missachtender Aspekt ist auch **Rassismus in der Sprache**. Laut Jäggi „*kommt unsere Sprache nicht darum herum, zu kategorisieren.*“ (Jäggi 1992), trotzdem muss sie immer wieder auf ihren rassistischen Gehalt überprüft werden, unter anderem weil sich die Bedeutung von Begriffen über die Zeit wandeln kann.

„*Allgemein fällt beim Wortschatz, der von Rassisten benutzt wird, folgendes auf: Eine starke Entsubjektivierung der Angehörigen anderer Ethnien (‚Menschenmaterial‘, ‚Gesindel‘, ‚menschlicher Abschaum‘ usw.) geht mit einer strikten Einteilung der Welt in ‚Gute‘ und ‚Böse‘, in ‚Weiße‘ und ‚Schwarze‘, in ‚Europäer‘ und ‚Nichteuropäer‘ einher. Die Welt wird dichotomisch wahrgenommen: Entweder ist jemand Teil der ‚In-Group‘ oder aber der stets abgelehnten ‚Out-Group‘. (...) Hier eröffnet sich für anti-rassistische Organisationen ein wichtiges Betätigungsfeld: Das Orten von rassistischen Alltagsbegriffen und ihre Hinterfragung.*“ (Jäggi 1992:68)

5. Antirassismus

„Zunächst kann Antirassismus schlicht als Gegenidentifikation zum Rassismus gesehen werden. Er ist als Anti- Diskurs und Anti-Politik widerständig auf den Rassismus und dessen Artikulationen bezogen. Darin liegt möglicherweise ein grundlegendes Defizit. Ausgehend von Gilroys Kritik müsste der Antirassismus vor allem in der Lage sein, ,die Rassisfizierung von sozialen und politischen Strukturen und Diskursen zu analysieren und mit einer Strategie des individuellen und politischen Verhaltens zu koppeln.““ (Gilroy 1993:130)

Robert Miles betonte als Konsequenz „(...),daß es weniger darauf ankomme, die rassistisch Handelnden von ihrem Unrecht zu überzeugen, sondern stattdessen die spezifischen Verhältnisse zu ändern, in denen sich dieses Unrecht konstituiert.“ (Miles, in: Hess/Lindner 1997:75f)

Nach Hess und Linder käme ein positiver Bezug zu Kultur, Ethnizität und Nation nicht in Frage, sofern diese als statische Identitätsangebote zur Ein- oder Ausschließung des ‚Anderen‘ konstruiert werden.

„Der Antirassismus stellt somit eine Identifikation dar, die die Auflösung nationalistischer Identitätskonstruktionen mit betreiben sollte. Er impliziert ein Denken der Differenz, das Menschen nicht als Zugehörige von Ethnien, Kulturen oder Nationen konstruiert.“ (Hess/ Lindner 1997:77)

Antirassismus ist also eine vor allem soziale und politische Praxis, deren Hauptanliegen es ist; institutionelle und strukturelle Praxen von Rassismus zu dekonstruieren. *„Antirassistische Praxis ist danach bestrebt, die Verhältnisse, die Rassismus und andere Machtverhältnisse konstituieren, abzubauen.“ (Hess/ Lindner 1997:91)*

5.1 Grundsätzliche Überlegungen

„Forschungen im Bereich ‚Antirassismus‘ führen im deutschsprachigen Raum bislang eine Randexistenz. Der Boom in der Rassismusforschung seit den späten 80er Jahren hat bisher kaum zu wissenschaftlicher Beschäftigung mit Gegenstrategien geführt. (...)

Wissenschaftliche Reflexionen und Studien über die Wirksamkeit verschiedener antirassistischer Strategien, über die Faktoren, welche die Entwicklung antirassistischer Bündnisse in spezifischen nationalen und lokalen Kontexten begünstigen bzw. erschweren, über Formen der Mobilisierung breiter aktiver Unterstützung von antirassistischen Aktionen u.ä. wurden hingegen nur selten in Angriff genommen. (...)

Insbesondere das Defizit der Ausblendung der Sichtweisen der rassistisch Diskriminierten markiert auch eine wesentliche Konfrontationslinie in den Auseinandersetzungen zwischen verschiedenen antirassistischen Strömungen. Während in Frankreich, Großbritannien oder den Niederlanden aufgrund der bisherigen Erfahrungen mit antirassistischen Aktivitäten heftig über eine ‚Krise des Antirassismus‘ diskutiert wird, war in Österreich bisher eher die Nicht-Existenz einer antirassistischen Bewegung das Problem.“ (Görg/Pühretmayer 2000:3f)

Hall zufolge hat Antirassismus die Aufgabe, Teil eines breiten demokratischen Prozesses zu sein, der alle anspricht, nicht nur die rechtsextremen ‚Hardliner‘ oder die wenigen schon Engagierten (Hall 1989:150).

Görg nennt diesen Prozess „political campaigning“. Zielgruppe ist eine größere Öffentlichkeit oder bestimmte Zielgruppen.

„Den Prozess des Herantragens von Diskursen an neue soziale Zusammenhänge, deren Eindringen, deren Übernahme und Weiterverbreitung in diesen Zusammenhängen und darüberhinaus, sowie die Herstellung von neuen sozialen Zusammenhängen durch neue diskursive Verknüpfungen bezeichnen wir mit dem Begriff der Diskursproliferation. Die kollektive Anstrengung zur Proliferation eines bestimmten Diskurses im Rahmen eines bestimmten Zeithorizonts mit Fokussierung auf ein politisches Anliegen bezeichnen wir als political campaigning.“ (Johnston Arthur/ Görg 2000:21)

5.2 Antirassismus- Konzepte

Gilroys grundlegende Kritik am Antirassismus besteht darin, dass „auch AntirassistInnen mehrheitlich ,an dem Glauben an die absolute Natur der ethnischen Kategorien und der unüberwindbaren Kultur- und Erfahrungsunterschiede‘ festhalten“ würden, und so bestehende Deutungen von „‘Rasse‘, Nation und Kultur“ fortsetzen und bestärken (Gilroy 1992, in: Hess/ Lindner 1997:20). An dieser Stelle halte ich es für außerordentlich wichtig, zwischen verschiedenen Formen und Konzepten von Antirassismus zu unterscheiden.

5.2.1. Moralischer Antirassismus

„Die moralische Herangehensweise steht und fällt mit dem Gegensatz von gut und böse. Dementsprechend müssen die rassistisch Diskriminierten als die armen und reinen Opfer inszeniert werden. Damit steht moralischer Antirassismus in politischen Auseinandersetzungen auf schwachen Beinen, sobald die Reinheit bzw. die Unschuld des Opfers angezweifelt wird. (...) Moralischer Antirassismus bescheidet sich damit, Rassismus als böse zu denunzieren. Er geht nicht über den Status Quo hinaus. Sein implizites Interesse ist dessen Erhaltung. Die tiefe Verwurzelung von Rassismus in der herrschenden Gesellschaftsordnung wird dabei entweder ignoriert oder geleugnet. Einem Streben nach tiefgreifenden Veränderungen wird stellvertretend durch den Satz ‚Niemand verlangt eine grenzenlose Zuwanderung‘ entgegengetreten. Damit wird die Abgrenzung von den ‚Radikalen‘, von der linken antirassistischen Strömung vollzogen, die offene Grenzen bzw. ‚Bleiberecht für alle‘ fordert.“ (Johnston-Arthur/Görg 2002:23)

Beim moralischen Antirassismus werden Diskriminierte meist nur dann berücksichtigt, wenn sie mit den eigenen Privilegien in Widerspruch geraten. Forderungen stehen dabei im Hintergrund und auch Diskriminierte für sich selbst sprechen zu lassen scheint keines der Ziele zu sein. Diskriminierte Personen kommen nur als Opfer vor; ihnen wird ihre Handlungsfähigkeit abgesprochen (Johnston-Arthur/Görg 2002:23f).

Ein Beispiel für eine moralische Antirassismus- Kampagne stellt die „Es reicht!“-Kampagne des evangelischen Flüchtlingsdienst 1999 gegen die Plakate der FPÖ im Nationalratswahlkampf dar.

„ES REICHT! Im Wahlkampf wird neuerlich versucht, in Österreich gegen Ausländerinnen und Ausländer Stimmung zu machen. Die Plakatkampagne der FPÖ suggeriert, dass unseren Kindern durch Überfremdung und Asylmissbrauch Gefahr droht. Wir protestieren dagegen, dass alle Ausländerinnen und Ausländer pauschal diskriminiert und kriminalisiert werden. Niemand verlangt Straffreiheit für Drogenhändler. Niemand verlangt grenzenlose Zuwanderung. Aber wir wehren uns dagegen, dass Ausländerhass salonfähig wird.

Wir wissen uns darin eines Sinnes mit jenen vielen Österreicherinnen und Österreichern, die über schleichende Vergiftung des Klimas in unserem Land besorgt und empört sind. ES REICHT! (...)“ (in: Johnston-Arthur/Görg 2002:24)

Die Aktion fand großen Anklang; immerhin wurden rund 10.000 Unterschriften gesammelt und der Text wurde in diversen Tageszeitungen veröffentlicht. Der Satz *„Wir wissen uns darin eines Sinnes mit jenen vielen Österreicherinnen und Österreichern (...)*“ schließt jedoch die Betroffenen aus; dies ist charakteristisch für den moralischen Antirassismus.

Eine weitere Form des Antirassismus ist der demokratische Antirassismus, bei welchem die Konzepte des Moralisierens und Personifizierens dominieren. Da er dem moralischen Antirassismus sehr ähnlich ist möchte ich nicht näher darauf eingehen.

5.2.2. Politischer Antirassismus

Rassismus liegt also, wie die vorhergehende Definition schon besagt, eine Abgrenzung gegenüber Menschen mit bestimmten Merkmalen zugrunde (wie Herkunft, Hautfarbe oder Religion). Diese Abgrenzung soll dazu dienen, eine kulturelle oder ökonomische Herrschaft durchzusetzen und zu fundieren.

Das Konzept des Politischen Antirassismus soll dazu dienen, eine Sensibilisierung für Rassismus zu bewirken und gleiche gesellschaftliche Bedingungen für diskriminierte Gruppen zu schaffen.

Zentral beim Ansatz des Politischen Antirassismus ist, dass man sich bewusst von Opferrollen distanziert: es geht um die Entwicklung neuer Handlungsmuster und Strategien, anstatt darum, nur auf rassistische Handlungen zu *reagieren*.

Politischer Antirassismus soll durch das Aufzeigen von Machtverhältnissen und durch die Schaffung von Allianzen den Menschen neue Handlungsperspektiven eröffnen.

An die bisher dagewesenen Konzepte eines moralischen und psychologisierenden Antirassismus, welcher die Rassismus-Problematik in Einzelursachen vermutet, lehnt sich der Politische Antirassismus in keiner Weise an- anstatt den Dialog mit hegemonialen Kräften zu suchen, wird ein „selbstbestimmter Empowerment-Prozess“ aller Akteure angestrebt (Johnston-Arthur /Görg 2003).

„Das Wissen um die rassistischen Realitäten ist ghettoisiert und in den Mainstream noch nicht über die Einzel-Opferdarstellungen hinaus eingedrungen.

Demgegenüber wäre es erforderlich, zur Auseinandersetzung mit rassistischen Realitäten anzuhalten bzw. eine solche Auseinandersetzung durch entsprechende Konfrontationen herbeizuführen.“ (Johnston-Arthur /Görg 2003)

Die Arbeit, die von FairPlay geleistet wird, scheint genau in diese Richtung zu gehen: durch die Arbeit in Fußballstadien werden weite Teile der Bevölkerung mit dem Thema Rassismus (oft erstmalig) konfrontiert.

5.2.3. Intellektueller Rassismus

„Es sind aber nicht nur die exekutiven Maßnahmen, die das political campaigning der communities erschweren bzw. behindern. Aus dem strukturellen Machtgefälle zwischen den rassistisch Diskriminierten und nicht Diskriminierten und im Speziellen zwischen Selbstorganisationen und jenen etablierten NGOs, die über staatliche Förderungen oder aufgrund ihrer Medienpräsenz über sonstige Finanzierungsquellen verfügen, resultiert oft eine Praxis, die als ‚intellektueller Rassismus‘ (Grace M. Latigo) bezeichnet werden kann. Intellektueller Rassismus ist grundlegend geprägt von der Ansicht, dass Rassismus ein Phänomen ist, das sich auf ModernisierungsverliererInnen und den Gemeindebau beschränken läßt. Rassismus wird von den Bessergestellten den schlechtgestellten Schichten der Gesellschaft zugewiesen. Die resultierende Bestärkung der eigenen Überlegenheit und Reinheit verträgt sich gut mit der Position des moralischen Antirassismus.“ (Johnston-Arthur/Görg 2000:29)

Gerade im Arbeitsfeld des Antirassismus zeigt sich diese Form des Rassismus häufig, wenn rassistisch Diskriminierte und nicht Diskriminierte zusammenarbeiten; der Umgang mit Rassismus ist in dieser Umgebung stark moralisch belastet.

„Effektives antirassistisches Handeln kann rassistisch sein! Warum ist das so? Einerseits, weil Rassismus ein multidimensionales Phänomen ist und daher Handlungen in der einen Dimension in einer anderen Dimension andere Wirkungen entfalten können. Und andererseits weil beim Kampf gegen fremde Rassismen oft die eigenen Rassismen übersehen werden. Dies zeigt sich u.a. die Entwicklung der österreichischen Ngo- Szene insbesondere im Beratungsbereich.(...)“

Die Kultur des Gut- Seins verhindert das Erkennen eigener Rassismen. Diese bilden eine schwere moralische Last. (...)

Des eigenen Rassismus kann sich mensch bei Ertappung nur schämen, jedoch nicht ohne in einen verzweifelden Rechtfertigungsreflex auszubrechen.“ (Johnston-Arthur/Görg 2000:29)

5.3. Sozialmarketing im Antirassismusbereich

Sozialmarketing ist ursprünglich ein traditionelles, problem-orientiertes Marketing-Konzept, welches um eine soziale Komponente erweitert wurde. Kotler und Zaltmann beschreiben Sozialmarketing als: *„Entwurf, die Durchführung und die Kontrolle von Programmen, die darauf abzielen, das Urteil gewisser Zielgruppen über Ideen oder Praktiken im positiven Sinne zu beeinflussen(...)“* (Kotler/Zaltmann 1971:3-12, in: Radl 1996:6)

Sozialmarketing steht für *„eine Managementtechnik, die sozialen Wandel einleiten soll und sich aus Planung, Umsetzung und Kontrolle von Programmen zusammensetzt, die das Ziel haben, die Akzeptanz einer gesellschaftspolitischen Vorstellung oder einer Verhaltensweise bei einer oder mehreren Zielgruppen zu erhöhen.“* (Kotler 1971:37, in: Radl 1996:8)

Ziel ist das Bewirken einer sozialen Veränderung; es gibt jedoch verschiedene Arten von Veränderungen mit unterschiedlich schwierigen Realisierungsgrad; kognitive Veränderungen, konkret handlungsbezogene Veränderungen, Verhaltensänderungen und Wertänderungen (Kotler 1971: 285, in: Radl 1996: 9).

Bei der **kognitiven Veränderung** geht es darum, neue Erkenntnisse bzw. besseres Verstehen eines Sachverhalts zu vermitteln; meist wird dies mit sogenannten Aufklärungskampagnen zu erreichen versucht. Hauptanliegen ist die Weitergabe von Informationen durch den Einsatz von Plakaten; laut Kotler hatten solche Informationskampagnen in der Vergangenheit jedoch eher wenig Erfolg. (Erfolg wird/wurde durch Befragungen erhoben- vor und nach der Botschaft).

Bei **konkret handlungsbezogenen Veränderungen** geht es darum, Menschen zur Durchführung einer bestimmten Handlung zu bewegen, wie zum Beispiel sich bei einer Aktivität zu Bekämpfung von Rassismus zu beteiligen.

Sozialmarketing hat es dabei zur Aufgabe, die Rahmenbedingungen (Kosten, Zeitaufwand, etc.) so zu gestalten, dass es den angesprochenen Menschen leicht fällt zu partizipieren.

Die dritte Art der Veränderung ist die **Verhaltensänderung**. Diese ist laut Kotler allerdings bedeutend schwieriger zu erreichen, als die zwei zuvor genannten Veränderungen.

Die Veränderung der **Werte** zählt zur schwierigsten Aufgabe des Sozialmarketing. Festsitzende Vorurteile und Wertstrukturen werden von den Zielpersonen nicht gern hinterfragt. Am ehesten greift die Schaffung von bestimmten Gesetzen um langfristige Werteveränderungen herbei zu führen (Kotler 1971: 285-294, in: Radl 1996:8-10).

5.3.1 Vorraussetzungen zur Wirksamkeit von Sozialmarketing-Kampagnen

Leisser spricht im Zusammenhang mit Sozialmarketing von acht Faktoren, welche den Erfolg beeinflussen, nämlich dem Monopol durch die Medien, der Kanalisierung, der Supplementierung, der Antriebskraft, der Richtungsweisung, dem Verwirklichungsmechanismus, der Zugänglichkeit, sowie der Distanzkonstellation.

Eine Kampagne muss also eine Monopolstellung in den Medien einnehmen, um über einen längeren Zeitraum die Zielgruppe zu erreichen. Kanalisierung heißt, dass die öffentliche Grundstimmung günstig und daher empfänglich für die Botschaft sein sollte. Supplementierung bedeutet eine zusätzliche Form der Kommunikation (neben der Nutzung der Massenmedien), wie Workshops und Informationsveranstaltungen (Leisser 2000:121ff).

Unter Antriebskraft versteht man *„die Intensität der auf das Ziel gerichteten Motivation als Kombination der Voreinstellung des Empfängers (vor Erhalt der Botschaft) und der von der Botschaft übermittelten Anregungen.“* (Leisser 2000:123)

Mit dem Faktor ‚Richtungsweisung‘ ist eine Anleitung bzw. konkrete Aussage über Handlungsmöglichkeiten des Empfängers gemeint; der Verwirklichungsmechanismus beschreibt die vorhandenen Möglichkeiten und Einrichtungen, in deren Rahmen mögliche Handlungen umgesetzt werden können und dabei ist auch der Faktor der Zugänglichkeit zu diesen Einrichtungen wichtig (Leisser 2000:124). Die Distanz-Konstellation definiert Leisser folgendermaßen: *„Vorstellungen des Zielempfängers über die Beziehung zwischen der mit der Umsetzung der Motivation in eine Handlung verbundene Energie und Kosten und der dafür in Aussicht gestellten Belohnung.“* (Leisser 2000:125)

Inwieweit die FairPlay- Kampagne diese Voraussetzungen erfüllen kann, werde ich dann im letzten Teil dieser Arbeit analysieren.

6. Die Rolle der Medien

Laut Fuchs hat die Entwicklung der Medien die Entwicklung des Sports entscheidend mitgeprägt; Sport hielt Einzug in private Haushalte und wurde so zu einer öffentlichen Veranstaltung (Fuchs 1999:84).

Heutzutage kann man sich Sport nicht mehr ohne Massenmedien vorstellen, genauso wenig wie die Medien ohne den Sport.

Olympische Spiele und Fußballweltmeisterschaften gelten inzwischen als *die* globalen medialen Ereignisse. Die Medien übertragen allerdings nicht nur die Wirklichkeit des Sports, sondern gestalten diese aktiv mit:

„Die Medien schaffen eine Kulturwelt des Sports, nämlich eine Medienkultur des Sports. Insofern haben die Medien eine große Verantwortung, denn jene Konstruktionen des Sports in den Medien gehen über in den Wahrnehmungsbereich der Konstruktionen der Realität des Sports in den Köpfen der Menschen.“ (Hutterova/Diketmüller/Weiß 1997:79, in: Fuchs 1999:84)

Heinemann (2007:266) beschreibt die Medien als *„Re- Konstrukteure der Realität“*, welche Sportereignisse aufwerten und dramatisieren. Zudem treten sie als das Gedächtnis des Sportsystems auf, indem sie über vorangegangene Ergebnisse, Bestleistungen, Stärken und Schwächen der AthletInnen und sonstige Hintergrundinformationen sprechen.

Der Sportevent wird zudem, einer inhaltsanalytischen Studie der Olympischen Spiele in Barcelona zufolge, ständig durch Kommentare, Personalsierung der Berichterstattung und der entsprechenden Auswahl von Hintergrundinformationen, nationalisiert (Moragas 2001, in: Heinemann 2007:267).

Zur Wirkung der Medien

Die Wirkungen und Auswirkungen der Medien auf die ZuseherInnen, ZuhörerInnen oder LeserInnen sind ein viel diskutiertes Feld. Die Ursprünge der psychologisch orientierten Wirkungsforschung liegen bei Carl I. Hovland in den USA. Insgesamt beschreibt Burkart drei Phasen der empirischen Wirkungsforschung:

In der ersten Phase ging man von einem **stimulus- orientierten** Konzept aus.

Das bedeutet, dass die ForscherInnen davon ausgingen, dass eine massenmediale Aussage nur entsprechend präpariert werden müsste, um eine Reaktion auszulösen bei den Empfängern.

In der zweiten Phase folgte ein **rezipienten- orientierter** Ansatz, beim welchem die EmpfängerInnen als ist wirkungsrelevanter Faktor gesehen werden.

Dabei geht man von der Annahme aus, dass Medien von den Menschen zur Befriedigung unterschiedlichster Bedürfnisse genutzt werden.

Die dritte Phase produzierte einen **medien- orientierten** Ansatz: das Wirkungspotenzial wird bei diesem Konzept geringer eingeschätzt, als bei den anderen beiden Konzepten; den entscheidenden Faktor macht das Kommunikationsangebot aus (Burkart 1989).

Im Bezug auf Sport und Mediensport, spielen wohl all diese Konzepte zusammen, wobei es je nach Kontext unterschiedlich starke Ausprägungen gibt.

Ich kann mir vorstellen, dass die Menschen in Phasen der Unsicherheit, wie zum Beispiel bei politischen Krisen, empfänglicher sind. Ein wichtiges Element, dass Burkart nicht erwähnt, ist *wer* eine Nachricht vermittelt.

Die Gatekeeper- Theorie wurde vom Psychologen Kurt Lewin entwickelt und besagt, dass Journalisten im Prozess der Nachrichtenselektion eine entscheidende Rolle spielen. Sie werden dabei von ihren persönlichen Interessen, der Beziehung zur Redaktion, ihrem Alltagswissen und Wahrnehmungseigenarten beeinflusst.

Ein Journalist ist maßgeblich an der Konstruktion von Medienrealität beteiligt; obwohl Journalisten darauf Rücksicht nehmen, was das Zielpublikum lesen möchte, bestimmen sie durch ihre Auswahl gleichzeitig was das Publikum zu interessieren hat (Grittmann, 2002:292, in: Huber 2004:49).

6.1 Ethnozentrismus und Rassismus in der Sportberichterstattung

In der Sportberichterstattung geht es meistens um SportlerInnen des eigenen Landes; deswegen sind laut Huber nationale Images fester Bestandteil des Sportjournalismus.

„Nationale Sportler werden somit zu nationalen Stellvertretern und Identifikationsgrößen“ (Huber 2004: 121).

Schwier beschreibt wie sich dies auswirkt:

„Nationalistische Bilder und Stimmungen gehören auch heute (noch) zum festen Repertoire des Mediensports, der bei ‚unseren‘ Athleten und Mannschaften vermeintliche nationale Charaktermerkmale und Eigenheiten zu entdecken sucht, deren Kontrahenten nicht selten in stereotyperweise Weise porträtiert und seinen Konsumenten suggeriert, daß sie- unabhängig von Alter, Bildung, Geschlecht und sozialer Lage- unter dem mythischen Banner der Nation zusammengehören.“ (Schwier 2000: 109f, in: Huber 2004:121)

Außerdem seien ein Hang zum Sensationalismus und eine Verherrlichung von Geschehnissen zu beobachten- die Sprache der Berichterstattung neige wegen ihrer Emotionalität zu Übertreibungen, schaffe Idole und würde sorglos Klischees verwenden (Ruschetti 1989:61, in Huber 2004:132).

Laut Loosen findet bei der Sportberichterstattung *„eine bewusste Verzerrung der Sportrealität, Diskriminierung des Frauensports, vorurteilsbehaftete Darstellung von Farbigen, eine klischeehaft restringierte Sprache, sowie die Zurückdrängung informierender/ nachrichtlicher Darstellungsformen zugunsten von unterhaltenden Elementen“* (Loosen 2001:136f, in Huber 2004: 129) statt.

Auch Hall bestätigt, dass die Medien rassistische Ideologien reproduzieren; wobei dies seiner Meinung zum Teil bewusst, zum Teil unbewusst geschieht: die Medien arbeiten mit einem rassistischen Alltagsbewußtsein, welches unsere Gesellschaft durchdringt (Hall 1989:150).

„(...) Institutionen wie die Medien haben hier eine zentrale Bedeutung, da sie definitionsgemäß Teil der vorherrschenden ideologischen² Produktionsmittel sind. Genauer gesagt sind es ihre ‚Produkte‘, die Repräsentationen der Gesellschaft, Bilder, Beschreibungen, Erklärungen und Rahmen, die erklären wie die Welt aussieht und warum sie so funktioniert, wie sie dem Sagen und Zeigen nach funktioniert. Und unter den vielen ideologischen Produkten befindet sich eben auch die von den Medien konstruierte Definition dessen, was ‚Rasse‘ ist, welche Bedeutung die Bilderwelt der ‚Rasse‘ trägt und was unter dem ‚Rassenproblem‘ zu verstehen ist. Die Medien tragen dazu bei, die Welt im Rahmen der Kategorien von ‚Rasse‘ zu klassifizieren.“ (Hall 1989:155)

Hall beschreibt, dass die Medien nicht nur als Quelle von Vorstellungen über ‚Rasse‘ dienen, sondern als Ort, wo Vorstellungen beschrieben und transformiert werden. Natürlich darf man dabei nicht vergessen, dass die Vielzahl der Medien nicht eine einheitliche Anschauung vertritt.

Ein wichtiger Unterschied in der komplexen Welt der Medien ist der Unterschied zwischen expliziten und impliziten Rassismus. Expliziter Rassismus meint Fälle eindeutiger Berichterstattung die offen rassistischen Sichtweisen verbreiten.

Implizierter Rassismus bedeutet eine *„scheinbar naturalisierte Repräsentation von Ereignissen im Zusammenhang mit ‚Rasse‘ – ob in Form von ‚Tatsachen‘ oder ‚Fiktion‘-, in die rassistische Prämissen und Behauptungen als ein Satz unhinterfragter Vorannahmen eingehen.“* (Hall 1989:156)

Ich schließe mich Loosen (s.o.) an, der meint, dass diese Form von Rassismus besonders in der Sportberichterstattung vorkommt.

Bedeutend für Antirassismus- Kampagnen ist es wichtig zu wissen, dass Rassismus und liberale Überzeugungen sich nicht gegenseitig ausschließen- besonders innerhalb des impliziten Rassismus kommt oft beides vor. *„Tatsächlich aber hängt ein ideologischer Diskurs nicht von den bewußten Intentionen derjenigen ab, die innerhalb dieses Diskurses Aussagen formulieren.“* (Hall 1989:158)

² *„Das Thema Rassismus und die Medien berührt unmittelbar die Frage der ‚Ideologie‘, da die Medien überwiegend in der Sphäre der Produktion und Transformation von Ideologien operieren.“* (Hall 1989:150)

Mit Ideologie sind solche Bilder, Konzepte und Prämissen gemeint, die bestimmte Aspekte des gesellschaftlichen Lebens darstellen und interpretieren (ein wichtiger Teil davon ist die Sprache).

6.2 Medien und kollektive/ nationale Identität

Vor allem bei der symbolischen Repräsentation von „Wir“-Vorstellungen und bei Kommunikationsprozessen spielen die Medien eine bedeutende Rolle.

Ich möchte mich hier an Paul Ricoeur und Pierre Lévy anlehnen, die mit einer generalisierten Mediendefinition und einem erweiterten Textbegriff arbeiten:

„Wenn unter Text jede symbolische strukturierte Repräsentation von Zeichen verstanden wird, so können Erzählungen, Landschaften, Embleme, Ikonen und wissenschaftliche Aussagesysteme als ‚Texte‘ gelesen werden, und es lassen sich die Regeln untersuchen, nach welchen sie miteinander verbunden und ineinander übersetzt bzw. transformiert werden können. (...)

Die ‚Konstituierung des gemeinsamen Sinns‘ erfolgt weniger durch ‚die kollektive Erarbeitung eines Hypertextes‘, als durch die gemeinsame Lektüre einer nationalen Metageschichte, deren Herstellung auch das Resultat einer gezielten ‚Erinnerungspolitik‘ sein könnte.“ (Ricoeur/Lévy 1999:527, zitiert in: Tanner 2001:60f)

Bei einer wissenschaftlichen Analyse muss es vor allem darum gehen, die Synergieeffekte zwischen Medien, Medienmacht und Kommunikationsdynamiken zu untersuchen. Zentral ist dabei die Frage, welchen „*handlungsleitenden, praxisrelevanten Bewusstseinsformationen*“ (Tanner 2001:61) die Menschen aufgrund ihres ständigen Wunschs nach gemeinsamer Identität zu erliegen gewillt sind.

Khan beschreibt die Medien, im Besonderen das Fernsehen, als die grundlegende Quelle von wiederholten ritualisierten Symbolismen:

“The media, particularly television, are the main source of repetitive, ritualized symbolism influencing the common consciousness of a large heterogeneous mass public. They act to create ethnic identities through a process of acculturation by entering the consciousness of people through the symbolic environment they create and sustain.” (Khan 1996, zitiert in: Goonasekera/Youichi 1999:9)

Auch Bonfadelli war überzeugt davon, dass Fernsehen zur Herstellung sozialer Realität dient. Seine Kultivierungshypothese und der entsprechende Kultivierungseffekt wurden jedoch widerlegt und ein monokausales Konzept von Perzeptionsstrukturen aufgegeben (Burkart 1989).

Bonfadelli sprach über Fernsehen im Allgemeinen; Sportgroßereignisse stellen meiner Meinung nach einen Sonderfall dar: im Gegensatz zu ‚Soaps‘ oder Filmen werden Events wie eine Olympiade von einem Massenpublikum verfolgt und beim Zusehen wird ein Gefühl der Verbundenheit wachgerufen.

Sportgroßereignisse finden heute hauptsächlich in der Form von Mediensport statt; ein Begriff, der die vielfältigen Verbindungen von Sport und Medien zusammenfasst. Mediensport bezieht sich *„in erster Linie auf die mediale Vermittlung von Zuschauersport bzw. auf mediale Sport- texte (,Sportdiskurse‘).“* (Spitaler 2004:2)

„Mediensport ist gesellschaftskonstitutiven Konzepten wie 'Nation', 'Rasse', 'Geschlecht', 'Klasse' u.a. durchdrungen, die er gemäß seiner eigenen Regelmäßigkeiten umformt und mit seinen spezifischen Varianten und Plausibilitäten anreichert. Der Sport ist somit unvermeidlich in die immer umkämpften Praktiken von Politik und Repräsentation eingebunden, wobei zunehmend globale und nationale, ökonomische und staatliche Artikulationsformen des Mediensports konkurrieren oder auch wechselseitig voneinander profitieren.“ (Bartz 2003)

Bartz bezeichnet Mediensport als eine Schnittstelle zwischen Sport, medialen Verfahren und kulturellen Diskursen; als einen gesellschaftlichen Sonderbereich, der durch Regeln, Codes, der Inszenierung von Symbolen und seinen besonderen Darstellungsformen gekennzeichnet ist (Bartz 2003). Charakteristisch für Mediensport ist der zugeschnittene, man könnte sagen choreographierte Ablauf (bei einigen Sportarten gab es in der Vergangenheit sogar Regeländerungen um sie kompatibler mit den Medien zu machen, also um die Ausstrahlung im Fernsehen zu optimieren) - vor allem bei Sportgroßereignissen:

“Many of the special events they anatomize (...) evoked a liminal sense of togetherness, the quickening of hope, the celebration of a shared sense of purpose or common values. Yet, these events were also scripted and choreographed in a pre-planned process that can be viewed as manipulative.” (Liebes/Curran 1998:4)

Dayan und Katz treffen den Charakter, der von ihnen ‚special media events‘ genannten Übertragungen genau:

“They argue that special media events tend to fall into one of three broad categories: “contests” in sport or politics (such as the Olympic games or Senate Watergate hearings), “conquests” (such as Pope John Paul II’s triumphant return to Poland or “coronations” the rites of passage of the great). What gives them a generic character is that they are usually transmitted simultaneously or extensively by different TV channels. They are generally reported uncritically by broadcasters. And they reach a mass audience who interrupt their normal routines or attach a special significance to what is being broadcast. Media events are thus monopoly communications, uncritically reproduced, that function as collective rites of communion.” (Dayan/Katz 1992, zitiert in: Liebes/Curran 1998:4)

Medien und Nationalismus

“For organized sport is not just an extremely popular pursuit involving many millions of people everyday (sometimes simultaneously, such as live transmission of Olympic events), it is now both very big business and a major arena for the disputes of politicians, and has long been considered a vehicle of ethics, whether of moral decay or promotion.” (MacClancy 1996:1)

Harold Innis soll einer der ersten gewesen sein, der Kommunikation bzw. Medien mit der Entstehung von Nationalismen verbunden hat. McLuhan griff Innis Arbeit auf und folgerte:

„there cannot be nationalism where there has not first been an experience of a vernacular in printed form...” (McLuhan 1962:218, zitiert in: Ito 1999:18)

Auch Anderson merkt an, wie oben schon erwähnt, dass der Buchdruck maßgeblich zur Entwicklung des Nationalismus in Europa beigetragen hat (Anderson 1996).

Durch Zeitschriften, Magazine und Bücher wurden sich die Menschen der kulturellen Unterschiede zwischen ihnen und anderen Gruppen bewusster; die Menschen bekamen mehr Informationen und konnten anfangen Vergleiche zu ziehen (Ito 1999).

Soemardjan drückt es noch schärfer aus und meint, dass es ohne die Kenntnisse über andere Nationen, keinen Grund gäbe, die eigene nationale Identität zu konstatieren:

„National feeling or the awareness of being a person of Indonesian nationality also seems to grow in the encounter with people of other nationalities. Without having ever met a foreigner from another country there is no need to identify oneself as an Indonesian citizen.“ (Soemardjan 1991, zitiert in: Ito 1999:21)

Obwohl direkter Kontakt wahrscheinlich einen stärkeren Effekt hätte, lässt sich doch annehmen, dass die Massenmedien zur Homogenisierung und zur Stärkung nationaler bzw. ethnischer Identität bei Menschen mit ähnlichen oder gleichen kulturellen Hintergründen beitragen (Ito 1999:21).

6.3 Das Medienereignis Fußball- WM

Neben den Olympischen Spielen gelten Fußballweltmeisterschaften als *die* globalen medialen Ereignisse. Bei Überlegungen zu medialen Bedeutungsproduktionen (wie die von Burkart, die oben kurz skizziert wurden), werden deshalb beide sportlichen Medienspektakel immer öfter als Ausgangspunkt herangezogen (Spitaler/Wieselberg 2006:183).

Der FIFA zu folge sahen hochgerechnet 26,29 Milliarden Menschen in 214 Ländern die Weltmeisterschaft in Deutschland 2006 (FIFA 2008). Um die Ausmaße der Olympischen Spiele zu beschreiben, habe ich mich an MacAloon:

“The almost super- nationalistic competitive nature of sport is, of course, best exemplified by the Olympic Games, an institution without parallel in kind or scope in this century; it has more member-countries than the United Nations and wins a television audience of almost half the world’s population” (MacAloon 1981, zitiert in: MacClancy 1999:12)

Laut Spitaler müsse man durch die Entwicklung des Fußballs zu einem zentralen Medienereignis, den Sport als *„Arena des Kampfes um gesellschaftliche Definitionsmacht“* sehen (Spitaler/Wieselberg 2006:185);

da „*politischer Sinn (...) in der Gegenwartsgesellschaft zunehmend im Unterhaltungssegment der Medienkultur inszeniert und ausgehandelt*“ wird (Dörner 1998:543f, zitiert in: Spitaler/Wieselberg 2006:185).

In der WM- Berichterstattung dominieren nationale Repräsentationen; ein gewisser Spielstil, Erfolge und Niederlagen werden als nationale Charakteristika dargestellt: es wird eine „semiotisch starke“ Nation konstruiert (Spitaler/Wieselberg 2006:186).

Bedeutende Akteure in diesem Konstrukt stellen Sportsponsoren dar. Ich kann im Rahmen dieser Arbeit leider nicht auf die umfangreichen Zusammenhänge zwischen Ökonomie, Politik und Sport eingehen; im Zuge mit der Auseinandersetzung mit Sportgroßereignissen dürfen Sponsoren und Werbeträger aber nicht außer Acht gelassen werden. Sie sind zum Beispiel häufig für die mediale Inszenierung von SportlerInnen als HeldInnen verantwortlich.

Internationale Sportwettkämpfe dienen als Vehikel für die Eroberung globaler Märkte:

„Das beste Schmiermittel dazu ist die ‚emotionale Aufladung‘ der Marken mit sportiven Werten oder Assoziationen. ‚Emotion ist der Motor der Marke‘, schreibt Stefan Mohr in seiner Studie zur Vermarktung von Profisport. ‚Hohe Emotionalisierung lässt sich vor allem durch sportliche Erfolge erreichen.

Aber auch durch gezielte Einbindung sportlicher Helden aus vergangenen Tagen in die Markenstrategie kann der Emotionalisierungsgrad gesteigert werden. Ein ähnlicher Effekt kann durch die Heranbildung eines an der Zielgruppe ausgerichteten Images (Leistungsstärke, Heimatverbundenheit, ect.) erzielt werden‘.“ (Mohr 2001:14, zitiert in: Spitaler/Wieselberg 2006:194).

Die Konstruktion von kollektiven und nationalen Identitäten im Sport ist also nicht nur aus kultur- und sozialanthropologischer Sicht spannend: Nationale Inszenierungen sind auch in anderen Bereichen wie der Politik, der Ökonomie und wie eben beschrieben, der Werbung, von Bedeutung.

6.4 Exkurs: eine Studie zur Darstellung Schwarzer SportlerInnen in den Medien

Studie: „Selective Representation of gender, ethnicity, and nationality in American television coverage of the 2000 summer Olympics“ (Billings u. Tyler Eastman 2000)

Billings und Eastmen versuchten in dieser Studie quantitative und qualitative Unterschiede in der Berichterstattung im Bezug auf Nationalität, gender und ‚race‘ bei den Fernsehübertragungen der olympischen Sommerspiele 2000 in Sydney zu analysieren und aufzuzeigen, dass es sich dabei keineswegs um eine faire Repräsentation handelt.

Die Übertragung der olympischen Spiele eignete sich u. a. bestens für eine Analyse, weil die Sendungen meist abends ausgestrahlt wurden und deswegen ein großes Publikum erreichten. Die Auswahl der jeweiligen Inhalte lag dabei in der Verantwortung des Senders: die Produzenten mussten eine Auswahl treffen, weil eine Vielzahl von Events bei den Spielen gleichzeitig stattfanden. Billings und Eastman erklären, dass durch die Selektion, die Art der Erzählung und die Beschreibung der Ereignisse die Wahrnehmung der Zuschauer im Bezug auf ‚gender‘, Nationalität und ‚race‘ geformt werde.

Die Studie möchte zeigen wie NBC Menschen verschiedener Identitäten charakterisiert; in der Annahme, dass diese Art der Manipulation durch das Medium Fernsehen das Verständnis der Zuschauer für ihre eigenen und fremde Identitäten prägt (und mit der Hoffnung, dass es durch eine solche Analyse zur Anerkennung medialer Einflüsse kommt.)

Methode:

Für die Analyse zogen Billings und Eastman 54 Stunden prime- time Video-Aufnahmen heran, welche 100 Prozent der olympischen Berichterstattung von NBC über einen Zeitraum von 17 Abenden entsprechen.

Dabei flossen nur Aussagen von NBC- Angestellten in die Analyse ein, also KommentatorInnen sowie die verschiedensten ReporterInnen- Kommentare von Gästen, AthletInnen, TrainerInnen und Familienmitgliedern von SportlerInnen wurden nicht berücksichtigt um ein Bild der Neigungen bzw. Vorurteile von NBC zeichnen zu können.

Bei der visuellen Analyse war es genau umgekehrt: hier wurden alle NBC- Angestellten exkludiert. Bei der Analyse wurden vier verschiedenen Kodierungs-Methoden eingesetzt:

Bei der Beschreibung der AthletInnen wurden 31 StudentInnen darauf geschult alle beschreibenden Adjektive und Phrasen niederzuschreiben. Bei jedem Adjektiv, Adverb oder beschreibender Phrase wurden das Geschlecht, die ethnische Zugehörigkeit, die Nationalität, das Geschlecht des Sprechers/ der Sprecherin, das Adjektiv, Adverb oder die beschreibende Phrase (wortwörtlich) und der Name der betreffenden Sportart notiert.

Die zweite Art der Kodierung bezog sich auf die Länge der Ausstrahlung von Events von Männern und Frauen. Mit Stoppuhren und VCR- Zeitzählern nahmen fünf StudentInnen die Zeit.

Eine dritte Kodierungsweise konzentrierte sich auf die Network- Kommentare: 20 StudentInnen notierten alle von NBC- SprecherInnen genannten Namen, die Namen aller genannten Sportarten, das Geschlecht aller genannten AthletInnen, die ethnische Zugehörigkeit („white, black, asian or other“) , die Nationalität („American or other“), die Position des Sprechers/ der Sprecherin (ModeratorIn, ReporterIn), sowie die Art des Videos (Kommentar der Moderatorin/ des Moderators, Profil, ‚play-by-play‘, Werbung).

Bei der vierten Art der Kodierung, die eingesetzt wurde, ging es um die Analyse des Visuellen. 20 StudentInnen nahmen das ersichtliche Geschlecht und die angenommene ethnische Zugehörigkeit aller SprecherInnen auf, die länger als 2 Sekunden am Bildschirm erschienen.

Alle vier Arten der Kodierung und die Ergebnisse wurden einer Rücküberprüfung unterzogen und insgesamt lag nach der Holsti- Formel³ die Reliabilität zwischen 86 und 99 Prozent Übereinstimmung.

³ Holsti- Reliabilitätsmaß (R) =

(Zahl der Kodierer)x (Zahl der übereinstimmenden Urteile)

Ergebnisse:

Die zu Beginn der Analyse aufgestellten Hypothesen wurden zum Teil verifiziert, zum Teil verworfen: Billings und Eastman waren davon ausgegangen, dass die Kommentare der NBC- SprecherInnen ethnische Stereotype wiedergeben würden. Besonders in der Art der Beschreibung der AthletInnen wurde diese Hypothese bestätigt.

Sie kamen zu dem Schluss, dass es in der Repräsentation im Bezug auf „race“ große quantitative und qualitative Unterschiede gab und es dabei zu einer Verbreitung bzw. Reproduktion bereits bestehender Vorurteile kam.

So wurde Weißen AthletInnen eine Überlegenheit in den Bereichen Intelligenz und Arbeitsmoral beigemessen und sie wurden als bescheidener klassifiziert.

Schwarze AthletInnen wurden als geborene AthletInnen und körperlich überlegen bezeichnet, während Weißen AthletInnen eher harte Arbeit zugeschrieben wurde.

Weißer SportlerInnen wurden außerdem als geborene „leader“ in Teamsportarten identifiziert, wie z.B. ‚natural‘ point guards im Basketball.

In der Analyse wurde des Weiteren angenommen, dass Weiße AthletInnen (insbesondere AmerikanerInnen) am häufigsten erwähnt werden würden- auch diese Hypothese bestätigte sich:

Weißer wurden bei einer Zahl von 7344 Nennungen 4041 genannt im Gegensatz zu Schwarzen, die auf 2602 Nennungen kamen. AsiatInnen und Menschen die in die Kategorie „other“ fielen, kamen überhaupt nur auf 701 Nennungen.

Erwähnenswert ist auch, dass 74 Prozent der NBC- SprecherInnen männlich und Weiß waren.

Für durchaus problematisch bei der Studie halte ich die Einteilung der Menschen im Bereich ‚race‘, für den es vier Kategorien gab: Schwarz, Weiß, Asiatisch und ‚Andere‘.

So wird die Analyse wohl gezwungenermaßen von der Realität abweichen, denn es lassen sich bestimmt nicht alle SportlerInnen in diese vier Kategorien einteilen.

Trotzdem zeigt diese Analyse sehr anschaulich, auf welche Art und Weise Stereotype im Sport reproduziert werden.

(Zahl der Kodierurteile)

7. Das Phänomen Sport

Weil es selbstverständlich zu sein scheint, was unter Sport zu verstehen sei, gestalten sich wissenschaftliche Definitionsversuche manchmal als schwierig. Das sportliche Feld verfügt über eine Vielzahl von Bedeutungen und Formen, wie etwa Freizeit- und Leistungssport, aktivem Sport und Zuschauersport und einer Vielzahl weiterer Unterschiede (Spitaler 2004).

Im Zusammenhang mit der zentralen Frage dieser Arbeit, der Frage nach den Möglichkeiten von Antirassismus- Arbeit im Sport, soll Sport hier in erster Linie als Teil und wichtiges Feld der Populärkultur und als sinn- und identitätsstiftender Bestandteil verstanden werden.

Die populärkulturellen Praxen des Sports verfügen über zumindest drei Besonderheiten: *„einerseits die maskuline Kodierung zentraler Publikumssportarten, die diese, wie erwähnt, zu einer generationsübergreifenden Praxis werden ließ. Zweitens die Verknüpfung von Sport mit Repräsentationen der Nation und staatlichen Gesundheitspolitiken sowie drittens die spezifische Beziehung des Sports zu bestimmten Arbeitsethiken der Moderne.“* (Spitaler 2004:39)

Eine der bemerkenswertesten Eigenschaften des Phänomens Sports ist wohl auch seine Standardisierung. Weltweit gleichen sich die Regeln, Anzahl der Spieler, Spielfeldgrößen, Kleidungsnormen und Symbole.

Die Entwicklung von lokalen Variationen zu internationalen Standards nennt Maarten van Bottenburg *„sportization“*. Die Globalisierung des Sports wurde von mehreren verschiedenen Faktoren beeinflusst: Migration, ökonomische und politische Expansion, Armeen, Schulen und Kirchen sowie Medien (zuerst Zeitungen, später elektronische Medien) trugen zur Verbreitung und Standardisierung des Sports bei, um nur einige zu nennen (Van Bottenburg 2001).

Zur Globalisierung des Sports

In der heutigen Zeit kann sich kaum jemand mehr eine Welt ohne ein einheitliches internationales Sportsystem vorstellen. Weltweit folgt jede Sportart den gleichen Regeln, aber auch Ritualen und Symbolen. Die Größen der Spielfelder und die Anzahl der Spieler gleichen sich weltweit ebenso wie die Uniformen und Sanktionen.

„The universality is now taken for granted- so much so that no one sees anything remarkable about it. And yet the development from local variation to international standardization has fundamentally transformed sport.“ (Van Bottenburg 2001:1)

Zwischen 1300 und 1900 waren alle europäischen Gesellschaften noch lokal bzw. regional organisiert. Dialekte, Geldeinheiten, Zeitmessung und andere Maßeinheiten unterschieden sich von Ort zu Ort. Bei sportlichen Aktivitäten, wie zum Beispiel *knappan* (einer Fußball-ähnlichen Sportart) in England, variierte die Anzahl der Spieler genauso wie die Regeln. So wurden kaum Unterschiede zwischen Werfen und Kicken gemacht; insgesamt lässt sich sagen, dass selbst bestehende Regeln nicht sehr ernst genommen wurden. Bei der Ausübung von *knappan* kam es oft zu Verletzten und sogar Toten. *„Competitions often led to chaotic mass gatherings. For this reason they were regularly forbidden.“* (Van Bottenburg 2001:2)

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts veränderten sich aufgrund neuer Transport- und Kommunikationsmöglichkeiten die sozialen und geografischen Beziehungen. *„Variations between regional costumes became blurred, standard languages came to predominate over dialects, national fest days demoted local festivities to the status of folklore, and nationally standardized sports became more important than local recreational activities.“* (Van Bottenburg 2001:3)

Diese Entwicklung von lokalen Variationen zu internationalen Standards ging sehr schnell. Nach 1870 gab es praktisch in allen europäischen Ländern organisierte Sportclubs und nationale Organisationen. Vor dem ersten Weltkrieg wurden bereits 16 verschiedene Sportarten auch von internationalen Organisationen geregelt.

Die Globalisierung des Sports wurde unter anderem durch zunehmende Migrationsbewegungen vorangetrieben. Ein zweiter Aspekt war der Wunsch nach ökonomischer und politischer Expansion.

Van Bottenburg beschreibt etwas unkritisch, wie Verbesserungen der Infrastruktur den Weg zu neuen Zonen bereiteten und diese in die Dynamik der Internationalisierung eingliederten. Armeen, Schulen, Kirchen und die Medien waren weitere Faktoren, welche zur Globalisierung des Sports beitrugen.

„Colonial army units were stationed abroad for long periods of time and introduced many local inhabitants to Western sports, as did missionaries and other church groups through the Western-style educational systems they set up.“ (Van Bottenburg 2001:5)

Ein zentrales Element des modernen Sports war seine interne Dynamik. Die Standardisierung der Regeln und Spiele hatte zur Folge, dass es eine scheinbar unendliche Zahl an Gegnern zu geben schien. *„By the latter half of the nineteenth century a new phenomenon had arisen- the ‚world champion‘.“* (Van Bottenburg 2001:5)

Da die Vergabe des Titels keinem geregelten System unterlag, wurden internationale Organisationen gegründet um Ordnung in das Chaos der Rekorde und Meisterschaften zu bringen. Ab diesem Zeitpunkt gab es Clubs mit offiziellen Statuten und Mitgliederbeiträgen, die sich untereinander leichter koordinieren konnten. Turniere, Wettbewerbe und folglich auch Training konnten durch die bessere Regelung geplant werden.

Inzwischen gibt es mehr als 70 internationale Sportorganisationen mit enormen Reichweiten. Das unübertroffene Symbol des globalen Charakter des Sports stellen die Olympischen Spiele dar (Van Bottenburg 2001:6).

7.1 Sport als soziales Konstrukt

Sport ist also wie bereits erwähnt viel mehr als nur ein Bewegungsablauf; erst durch gewisse Konstruktionsmuster werden bestimmte Abläufe als Sport identifiziert (Heinemann 2007:56).

Heinemann nimmt an, dass konstitutive Elemente diesen Konstruktionsmustern zugrunde liegen:

- „Körperliche Leistung: *also eine spezifische, zielorientierte Form des Umgangs mit dem Körper, des Zugangs zum Körper und die dafür notwendigen Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnisse (...).*
- Wettkampf: *also Leistungsvergleich, bei dem zu Beginn eines Wettkampfes die Teilnehmer als gleich, am Ende als ungleich entsprechend des erzielten Ergebnisses definiert werden.*
- Sportartenspezifisches Regelwerk: *also eine spezifisch sozial organisierte Form des Umgangs mit dem Körper (...);*
- Unproduktivität: *Handlungen im Sport können u. U. nicht darauf abzielen, Produkte (wie z.B. in der Arbeit) zu erstellen oder ein Werk zu schaffen (...); Sport in diesem Konstrukt hätte dann keinen Wert.“* (Heinemann 2007:56)

Je nachdem welche dieser Elemente dominieren, variiert auch das jeweilige Sportverständnis.

7.1.1. Die ZuschauerInnen und Fans

ZuschauerInnen zeichnen sich durch drei besondere Faktoren aus: erstens beobachten sie das sportliche Geschehen ohne selbst daran teilzunehmen; zweitens haben sie vor allem persönlich Gründe (wie Freizeitgestaltung oder Emotionssuche) und drittens bringen sie dafür hinreichende Ressourcen (wie Geld und Zeit) auf. Die meisten ZuseherInnen zeichnen sich außerdem durch Expertenwissen aus; ein weiterer Faktor ist Zugänglichkeit (begrenzte Anzahl von Tickets, PayTV). Zuschauersport ist zudem von ein paar Besonderheiten geprägt: Da wären zum einen die Inkonsistenz und Unsicherheit (Ergebnisse), zum Anderen die Schädlichkeit einer sportlichen Monopolstellung, und zum dritten die Flüchtigkeit des „Produkts Sport“: Lauter

Faktoren, die in anderen Bereichen (z.B. der Wirtschaft) undenkbar wären (Heinemann 2007:263)

Ein besonderes Erlebnis stellt für die ZuschauerInnen der Besuch eines Stadions dar: Der Stadionbesuch bedeutet immer, dass man sich dazu entscheidet, eine Sportveranstaltung mit vielen anderen Menschen gemeinsam zu erfahren.

„Aus dem ‚Massenerleben‘, also dem Erleben mit vielen anderen und der sich daraus entfaltenden eigendynamischen Atmosphäre und Stimmung ergeben sich offensichtlich besondere Anreize für eine Teilnahme. Man bleibt in der Regel anonym, der Einzelne taucht in der Masse unter- dies erleichtert ein Verhalten, das in anderen, also öffentlichen Situationen verworfen oder gar rechtlich sanktioniert werden wird (Grölen, Trommeln, aber auch Beleidigungen, Gewaltanwendung, rassistisch motivierte Schmähungen u. Ä.).“ (Heinemann 2007:265)

Heinemann beobachtet also folgende Merkmale bei Zuschauersituationen:

- Sie werden vor allem von Emotionen bestimmt; vernünftiges und überlegtes Handeln rückt in den Hintergrund;
- die ZuschauerInnen sind selten neutral sondern unterstützen (lautstark) eine Mannschaft;
- mit Beginn des Sportereignisses verändern sich die ZuschauerInnen und zeigen Verhaltensweisen, die in einer alltäglichen Situation vermutlich als verwerflich angesehen würden;
- selbst ZuschauerInnen, die sich selbst nicht fair verhalten, erwarten sportliches/ faires Agieren der SpielerInnen am Feld (Heinemann 2007:266).

Fans stellen eine besondere Gruppe der ZuschauerInnen dar; sie verehren eine Person oder eine Mannschaft und binden sich an diese.

„Die Fans bilden eine räumliche und visuelle Subgruppe zu den übrigen Zuschauern im Stadion. Dies hat einen identitätsstiftenden Charakter für die Fans, der durch enges Stehen und gemeinsames Agieren gefördert wird. Es kommt dabei zu einer

Solidarisierung der Fans und zu einem Gruppenerlebnis unter männlichen Gesichtspunkten wie Ehre und Macht“ (Aschenbeck 1998, in: Heffele 2006:86)

Fans bedienen sich außerdem einer gemeinsamen Sprache und gemeinsamen Symbolen; sie tragen die Farben ihrer Mannschaft; erzeugen rituellen Lärm und Schlachtgesänge und verwenden „Kriegs-Bemalung“ (Heffele 2006:85). Auf die Bedeutung von Symbolen gehe ich etwas später noch genauer ein.

7.1.2. Zum Fair Play-Gedanken

„Der wahre Sportler ist der faire Sportler ist die Schlüsselidee der klassischen Sportethik.“ (Metzger 2000:46)

Die Begriffe Fairness und Fair Play sind einander sehr ähnlich, haben aber nicht die gleiche Bedeutung. Metzger beschreibt Fairness als eine moralische Einstellung, während Fair Play das dazu passende Verhaltenssystem darstellt.

„Die Fairness schließt neben der Geltung des Reglements vor allem dessen Einhaltung aus eigenem Antrieb ein, beinhaltet also eine Mündigkeit des Sportlers, wobei sie nicht nur für diesen Gültigkeit besitzt, sondern auf das gesamte Umfeld übertragen wird, d.h. auch für die Organisatoren und die Zuschauer gilt.“ (Gerhardt/ Lemmert 1992, in: Metzger 2000:46)

Die Erfindung des Begriffs ‚Fair Play‘ fällt zeitlich mit der Erfindung des modernen Sports zusammen und soll von der englischen Mittel- und Oberschicht geprägt worden sein (Metzger 2000: 47f).

Mit der zunehmenden Politisierung und Kommerzialisierung des Sports, sowie dem zunehmenden Streben nach Leistung, scheint der Fair Play- Gedanke jedoch immer unwichtiger zu werden (Metzger 2000:52).

7.2 Sport und Identität

Sport dient als Vehikel für Identität; er gibt den Menschen eine Möglichkeit sich zu klassifizieren und zu differenzieren. Sport ist nicht nur ein ‚Marker‘ einer schon geschaffenen sozialen Identität, sondern kann auch ein Mittel sein um eine neue Identität zu erschaffen, wie zum Beispiel in England, wo Einwanderer Sportclubs eröffnet haben (MacClancy 1999).

„Once firmly established, these sporting clubs provided their members with an inter-generational, sub-cultural marker of identity“ (Goldhurst 1987:ix, zitiert in: MacClancy 1999:3)

Habbo Knoch zeigt an einem sehr anschaulichen Beispiel im Bereich Fußball, dass Sport eine stark politisierte Unterhaltungsform ist und seine identitäts- stiftende Funktion nicht geleugnet werden kann:

Anhand der Reaktionen auf die Terroranschläge in den USA beschreibt Knoch, dass Fußball eines der *„zentralen Gerüste der modernen Gesellschaft“* darstellt. Einige Spiele wurden damals verschoben um Anteilnahme zu signalisieren.

„Die Solidarität des Verzichts beinhaltet eine Vereinheitlichung der öffentlichen Formen, Anteil zu nehmen, was die Fußballarenen zu Schmelztiegeln heterogener Gefühls und Trauerkulturen machte. Auf dem Umweg über die Rituale des Fußballs kam es zu einer zumindest kurzfristigen Europäisierung emotionaler Haushalte. (...)

Fußball schafft Identifikationen und Zugehörigkeiten nach Wahl sowie Erlebnisse und Gemeinschaften auf Zeit, die immer weniger an räumliche, soziale und nationale Ordnungen gebunden sind.

Medial zum Massenereignis zwischen Miterleben und Virtualität gemacht, lässt er einander weitgehend unbekannte Individuen spüren, ‚Teil eines sozialen Großgebildes‘ zu sein (Bausenwein 1995: 180), das eine Alternative zur nationalen Gemeinschaft darstellt.“ (Knoch 2002:118f)

Die Vergemeinschaftungsfunktionen des Fußballs haben sich im Laufe des 20. Jahrhundert von *„der Verkörperung als ethnisch und primordial erklärter Identitäten zum Katalysator transitorischer Zugehörigkeiten, die in ‚Gemeinschaften auf Zeit‘ zwischen partikularen und universalistischen Bindungen vermitteln“*, verändert (Knoch 2002:119).

„In seiner medial geprägten Form ermöglicht der Fußball Vergemeinschaftungen über symbolisch konstituierte, moralisch normierte und real erfahrene Erlebnisse, die sich aufgrund der Regeln des Spiels und seines Ortes durch das Ineinandergreifen von Überschaubarkeit und Spannung auszeichnen. Fußball bietet Konstituierungserfahrungen für Identitätskonzepte an, die sich nicht mehr auf Abstammungs- oder andere objektive Prinzipien stützen. Das können nationale Identitätskonzepte sein, aber die Zugehörigkeit als Wahl kann sich auch auf andere Gemeinschaften richten. Indem der Fußball [sic] in dieser sozialen Funktion den Wandel von einer normativ stabilisierten Identität zu einer theatralisierten Darstellung des Selbst mit sich wandelnden Rollen nachvollzogen hat (vgl. Wagner 1988: 54), zeugt er von der immanenten Veränderbarkeit des Phänomens Nationalismus (vgl. Geulen 1998)“. (Knoch 2002:120)

Die Meinungen darüber, ob Fußball nationale, regionale und ethnische Spannungen eher abbaut oder anstachelt gehen auseinander.

Es gibt Fälle, in denen Spiele bestehende Konflikte verstärkten, wie z.B. 1969 zwischen El Salvador und Honduras. Auch in der Krise im ehemaligen Jugoslawien zeigte sich, wie Fußball als „Brennglas“ funktioniert: nicht nur nationale Bilder und Vorstellungen werden gebündelt und massenmedial kommuniziert, sondern auch Gemeinschaftsvorstellungen werden vereinfacht, polarisiert und emotionalisiert (Knoch 2002).

Dolic beschreibt anhand der Beispiele Bosniens und Kroatiens einen der Annahme Knochs widersprechenden Effekt:

„Trotz der Versuche, den Sport für nationale Identitätskonstrukte fruchtbar zu machen, scheint es jedoch, dass Fußball in einem viel engerem Verhältnis zu einer räumlich beschränkten Identität steht, als daß der Sport zu einer Identifikation auf nationaler Basis dienen kann. Zwar fällt es dem Fan leicht, sich in die jubelnden Massen einzureihen, wenn die Nationalmannschaft seines Landes gewonnen hat, doch ebenso schnell ist die Sympathie wieder verflogen, wenn daß [sic!] nächste Spiel schlecht ausgeht. Ein Phänomen, welches sich bei den Vereinsmannschaften in einem weit weniger ausgeprägten Maße beobachten läßt. (...) „Zwar ist unbestritten, daß nationale Fußballereignisse von zentraler Selbstwahrnehmung einer Nation sind, jedoch reagieren die Zuschauer des Sports auf die Überstrapazierung solcher Identifikationsangebote von politischer Seite sensibel.“ (Dolic 2001:171f)

7.2.1 Sport und nationale Identität

Über die Funktion von Sport als „Schule der Nation“ gibt es (zumindest in der Politikwissenschaft) eine Fülle von Literatur: die Rolle des Sports als charakterbildende Maßnahme für britische Kolonialbeamte wurde ebenso schon thematisiert wie Sport als Maßnahme zur Vorbereitung auf den Krieg. Zur Bedeutung von Sport für die symbolische Konstruktion der Nation und die Rolle von Sporträumen existiert allerdings weniger Literatur (Spitaler 2004).

„Es gibt vor allem 2 Forscher die sich mit dem Begriff des „Sportraums“ auseinandergesetzt haben: Pierre Bourdieu im „Programm für eine Soziologie des Sports“ und der Politologe Andrei Markovitz mit Steven Hellerman im „American Exceptionalism“ (1997; 2001).

Markovitz beschreibt nationale Sporträume quantitativ und qualitativ: auf der qualitativen Ebene stellen sie umkämpfte kulturelle Territorien dar.

Sporträume spielen also eine nicht zu unterscheidende Rolle für die Konstruktion nationaler Identität. (...) Die Diskurse des Mediensports sind hier auf zweifache Weise von Bedeutung: Auf der einen Seite ist es die alltägliche und scheinbar selbstverständliche Reproduktion dessen, was Michael Billig (1995) den banalen Nationalismus genannt hat.

Die Existenz nationaler Ligen, das System internationaler Vergleichskämpfe zwischen Staaten, inklusive der dabei zum Einsatz kommenden Symbole wie Fahne, Hymnen, ect., beweist uns jeden Tag auf neue [sic], dass die Nation existiert.“ (Spitaler 2004:42)

Die Regelmäßigkeit von sportlichen Events und die zyklische Wiederaufführung von außeralltäglichen Momenten kollektiver Erinnerung, tragen ihren Teil dazu bei, dass die imaginäre Nation im Sport hergestellt wird (Pfister 2006).

„Sportliche Erfolge und Misserfolge, die offen für die Produktion mythischer Bedeutung- im Sinne Roland Barthes (1964)- sind, werden so zu gemeinsamen Referenzpunkten nationaler Sport- Historie (vgl. Whannel 2002: 56), die, und dies scheint entscheidend, mit Leidenschaften und Passionen des Sportkonsums aufgeladen sind.“ (Spitaler 2004:42)

Dazu kommt, dass sich die Form des Sports bzw. seiner Aufführung stark verändert haben. Publikumssport findet heute hauptsächlich als Mediensport statt, wobei in den meisten Ländern das Fernsehen die Rolle des Schlüsselmediums eingenommen hat.

Durch diese Veränderung des Sports in öffentlichen Schauplätzen, veränderten sich auch die Formen, Inhalte und Funktionen von Sportdiskursen (Spitaler 2004).

Durch das Zusammenspiel von Sportorganisationen, Medien- und Marketingorganisationen sowie trans- bzw. multinationalen Unternehmen hat sich Sport zu „*global culture industry par excellence*“ (Miller u.a. 2001:13, zitiert in Spitaler 2004) machen lassen.

Dies hat weitreichende Auswirkungen: *„Einerseits bleibt etwa die Verbindung von Sport und Nation trotz ihrer Einbettung in ein globales Referenzsystem weiterhin zentral- und wurde durch das neue mediale Setting vielleicht sogar noch wichtiger: Der Symbolwert der Nation wird auch hier zum gefragten Gut, dem sich scheinbar ‚ideologiefreie‘ Medienlogiken nicht verschließen. (...) Mediensport ist heute Teil einer populären massenmedialen (Unterhaltungs-)Kultur, zu der Genres wie z.B. Film oder Reality-TV genauso zählen wie bestimmte Elemente von Politikvermittlung.“* (Spitaler 2004:51f)

7.2.2 Sport, Ritual und Orte der Erinnerung

In den Beziehungen zwischen Sport, der Reputation eines Landes, sowie andererseits der Selbstwahrnehmung einer Nation, gibt es große Unterschiede, die Frage danach lässt sich nur für jedes Land einzeln beantworten. Gemein ist doch, dass die meisten Nationen nationale Mythen – so genannte ‚grand narratives‘ – haben, welche zwar nicht gezwungenermaßen mit Sport zu tun haben müssen; dies ist jedoch häufig der Fall. Diese Narrative müssen gleichzeitig auf ein empfängliches Publikum treffen (Krauss 2003).

Zentral ist dabei, dass moderner Sport immer mehr als Bestandteil der Kategorie Ritual wahrgenommen wird- ein Aspekt, der einen direkten Link zum Phänomen des Nationalismus, darstellt, welcher auch immer häufiger mit der Praxis des Rituals gelinkt wird, vermutlich weil Rituale als Regulator sozialer Beziehungen gelten (Ronsbo 2003).

Sportevents wie die Olympischen Spiele oder Weltmeisterschaften werden als solcher als kreative, aktive und formende Rituale und Praxen der Partizipation bewertet.

Eine besondere Rolle nehmen dabei die Massenmedien, wie das Radio, die Presse und das Fernsehen, ein, die ritualisierte Vorstellungen verbreiten und so die vorgestellten Gemeinschaften in ihrem Werden unterstützen (Krauss 2003:200).

„The nation as an ‚imagined community‘ is in need of such ritualized performances, such continual repetitions at the interface of constraint and creativity in order to become real, in order to become encoded in bodies, and thus to bring forth national bodies.“ (Krauss 2003:200)

Eine der rituellen Charakteristika von populären Sportarten ist, dass sie ihre eigenen Ausdrücke, Redewendungen und Rhetoriken entwickelt haben.

Eine zweite Gemeinsamkeit zu Andersons Konzept der Nation ist der Glaube an das Wunder.

Anderson spricht vom *„miracle of nationalism“* (Anderson 1996); als Wunder gilt in diesem Fall die Möglichkeit eine Chance bzw. Zufall, der sich in Schicksal wandeln kann (Krauss 2003).

„In the same way that the nation, not religion, is, in many countries, able to bring forth ‘miracles’, it is in the context of sport that these ‘miracles’ are enacted and experienced – whenever chance is transformed into destiny, players into heroes or saints, tactics into national virtues, and football into an identity-engendering myth.“ (Krauss 2003:201)

Das Wunder nimmt als in der Verbindung zwischen nationaler Identität und Sport eine besondere Stellung ein; wie zum Beispiel das Wunder von Cordoba.

„Nationalism is embedded within a cultural nexus, and in many cases its heroes are not great thinkers or theoreticians, but football players. In the myths accreted around it, national identity assumes the character of an event staged by the media, with nation as ‘imagined community’.“ (Krauss 2003:207)

Zum Beispiel Fußball: Ronsbo beschreibt Fußball als eine Aktivität, die ein Feld erzeugt, in welchem individuelle sowie soziale Identitäten verkörpert werden.

Durch Bewegungen, Gesten, Körperkontakt und verbale Kommunikation werden zwischen den Teilnehmern (auch den Zuschauern) Beziehungen hergestellt (Ronsbo 2003).

„In this field participants interpret bodily performances as statements within broader discourses on social identity such as masculinity, ethnicity and religion or class.“
(Archetti 1999, zitiert in: Ronsbo 2003)

Ronsbo stellt Fußball nach seiner Beobachtung und Analyse eines Spiels in Salvador (Fuerza gegen Las Vegas), als ein Feld voller symbolischen Repräsentationen dar. Fußball hat sich in der Region zur dominantesten Form der Repräsentation kollektiver und indigener Identität in der Öffentlichkeit entwickelt (Ronsbo 2003).

Ich wage es hier Rückschlüsse auf die Nation zu ziehen, da die Nation ja wie zu Beginn beschrieben eine besondere Form der kollektiven Identität ist.

Neben dem rituellen Charakter des Sports, die eine nationale Verankerung fördern, ist auch die Funktion von Sportstätten/ Events als Ort der Erinnerung von Bedeutung.

„In kommunikativen Prozessen rekonstruieren Kulturen ihre Vergangenheit und sie nehmen diejenigen Ereignisse in ihr kollektives Gedächtnis auf, die sie in der jeweiligen Situation benötigen.“ (Pfister 2006:51)

Diese überindividuellen Erinnerungen entstehen vor allem durch Mythen und Geschichten, Rituale und Symbole, überragende Persönlichkeiten und wichtige Ereignisse- manchmal werden diese auch absichtlich produziert (Pfister 2006:51).

Solche Erinnerungen sind auch in der Alltagskultur, und demnach auch im Sport, verankert.

Im Fußball dienen zum Beispiel reale Räume wie Stadien als Erinnerungsorte, aber auch Mythen und SpielerInnen, die als HeldInnen verehrt werden.

Auch die Tour de France dient als *„populäres Zugpferd“* und ermöglicht dem Volk, Frankreich in seiner geografischen Gesamtheit kennen zu lernen und sich so mit der *„Grande Nation“* zu identifizieren. (Nora 1995:86, zitiert in: Pfister 2006:52)

Nationale Identität lebt davon, dass sie kontinuierlich produziert und inszeniert wird. Fußballspiele eignen sich laut Pfister besonders gut für diesen Zweck:

„Und welches Ereignis ist besser zur gemeinsamen Inszenierung nationaler Identität geeignet, als Fußballspiele mit ihren rituellen Abläufen und ihren symbolischen Orten (Fankurve!). Fußballmeisterschaften werden als Kriege zwischen Nationen inszeniert und ziehen ein Milliardenpublikum in Bann. Durch Fahnen und Farben, Hymnen und Helden werden nationale Emotionen aufgeheizt.“ (Pfister 2006:53)

Schon Anderson hat die wirkungsvolle Kraft des Singens der Nationalhymne beschrieben:

„Wie banal der Text und mittelmäßig die Melodie auch sein mag- in diesem Singen ist eine Erfahrung gleichzeitiger Gemeinsamkeit begründet. In diesen Augenblicken singen einander völlig Unbekannte dieselben Strophen zur selben Melodie.“ (Anderson 1996:146)

Die Regelmäßigkeit von nationalen und internationalen Turnieren und Events garantieren, dass die entstandenen Mythen weitergeführt und als Gedächtnisorte zelebriert werden können.

7.2.3. Das Stadion als Ort der Erinnerung

Orte der Erinnerung sind Orte, welche in der Vergangenheit sowie in der Gegenwart Bedeutung besitzen und vermeintlich bei der Konstruktion von kollektiven nationalen Identitäten eine Rolle spielen.

„Gedächtnisorte sind daher dynamisch und werden durch den Akt der kollektiven beziehungsweise individuellen Erinnerung immer wieder neu aufgeladen. Eine kulturwissenschaftliche Analyse hat sich also dieser Mehrdeutigkeit von Gedächtnisorten stets vor Augen zu halten.“ (Huber 2002: 18)

Das Fußballstadion nimmt in diesem Kontext eine besondere Rolle ein; dort herrscht eine besondere Stimmung und Atmosphäre und es bietet Raum für ein sogenanntes ‚Massenerleben‘ (Heinemann 2007:265).

Heinemann fasst folgende besondere Merkmale der Zuschauersituation im Stadion zusammen:

- *„Sie ist in hohem Maß gefühlsbestimmt, d.h., das Verhalten wird stärker durch Emotionen geprägt als durch Überlegungen und vernunftkontrollierte Einsicht.*
- *Das Geschehen wird nicht rein fachlich, neutral, sondern parteiisch verfolgt. Man nimmt Partei für die eigene Mannschaft, unterstützt sie lautstark, feuert sie an, versucht auch, den Schiedsrichter durch gellende Pfiffe und andere Missfallensäußerungen zu beeinflussen bzw. zu verunsichern. Fraglich ist, wo die Grenze liegt, an der eine faire Unterstützung der eigenen Mannschaft in eine ‚tolle Stimmung‘ umschlägt, die zum Selbstzweck wird.*
- *So wie das sportliche Geschehen zwischen Start- und Ziellinie eine eigene Welt bildet, verwandelt sich auch der Zuschauer mit dem Beginn des Wettkampfes. Er zeigt Verhaltensweisen, die man im Alltagsleben verwerfen oder derentwegen man zumindest scheel angesehen werden würde. (...)“ (Heinemann 2007:265f)*

7.2.4. Zur Bedeutung von Symbolen/ Ritualen

“Symbols are the language of religion, magic, and expressive culture, including art, literature, theatre, music, festivals, and sporting events” (Womack 2005:1)

In den ersten Kapiteln habe ich ausführlich darüber geschrieben, wie Identitäten und vor allem kollektive Identitäten entstehen bzw. konstruiert werden.

Nun möchte ich einen weiteren Aspekt, der bei Identifikationsprozessen eine bedeutende Rolle spielt einbringen: Symbole und Rituale.

„Kollektiv geteilte Bewusstseinsformen konstituieren und stabilisieren sich (...) über Symbolsprachen.“ (Tanner 2001:56, in: Jureit 2001)

Nationale Identität entsteht in *„Prozessen der Identifizierung und Akzeptierung nationaler Symbole, die insbesondere in Situationen der Bedrohung das Kollektiv zu einer einheitlichen Gruppe ‚zusammenschweißen‘.“ (übersetztes Zitat von Bloom 1990:52; zitiert in: Vester 1996:100)*

Symbole lassen sich als Mittel der Kommunikation beschreiben, welche aus mehreren Bedeutungsebenen bestehen bzw. für Konzepte oder Inhalte, die zu komplex sind um sie in Worten auszudrücken.

Die meisten AnthropologInnen unterscheiden zwischen Symbolen und Zeichen. Zeichen haben demnach nur eine Bedeutung, während Symbole immer unterschiedliche/ mehrdeutige Inhalte transportieren (Womack 2005).

Die symbolische Repräsentation setzt sich aus einem Muster von Zeichen zusammen, welche als Verbindung zwischen Signifikat (= mentaler Zeicheninhalt) und Signifikant (= materieller Zeichenausdruck) wirken (Tanner 2001).

„Über Symbole einigen sich Gruppen auf ein gemeinsames Verständnis, auf Regeln, welche das Sozialleben organisieren und auf Werte, die das eigene Territorium – oft im Namen der Ahnen – verteidigen sowie das Gruppenethos, den quasifamilialen Zusammenhalt, fördern. (...) Man erfindet eigene Regeln der Zusammenkunft, schwört oft ‚Blutbrüderschaft‘, einigt sich auf bestimmte Embleme und Abzeichen und trägt sie auch zur Schau, um sich von anderen Gruppierungen abzugrenzen.“ (Sütterlin 2000:8f, zitiert in: Michel 2000)

Womack beschäftigte sich vor allem mit der Frage, ob Symbole und Rituale vorrangig auf psychologischen oder sozialen Prozessen basieren.

In der Anthropologie wurde schon mehrmals ein Zusammenhang zwischen Ritual und Risiko konstatiert (von Malinowski zum Beispiel 1954), deswegen widmete sich Womack einer Studie von der Beziehung von Risiko und Ritual bei professionellen Athleten.

Dabei kam sie zu spannenden Ergebnissen:

„Athletes are symbolic actors par excellence. They act as adepts in conducting their own rituals of preparation and protection. They also serve as heroic warriors in symbolic dramas staged for society as a whole.“ (Womack 2005:47)

7.4 Zum Beispiel Fußball

7.4.1 Geschichte des Fußballs

Laut der Historikerin Christiane Eisenberg verlief die Entwicklung des Fußballsports in drei Phasen. (Ihre Einteilung beruht auf Fallstudien aus Europa, Südamerika, den USA und Australien- Asien und Afrika wurden dabei vernachlässigt.)

Die erste Phase umfasst die Jahrzehnte zwischen der Jahrhundertwende und dem Ersten Weltkrieg. Mit der Gründung der ‚Football Association‘ in London im Jahr 1863 ist der Grundstein für die weltweite Verbreitung des Sports gelegt. Zu dieser Zeit werden auch die Spielweisen und Regeln innerhalb Englands an Schulen und Universitäten vereinheitlicht.

Bei der Frage nach der internationalen Verbreitung des Sports gehen die Meinungen auseinander; vor allem die Kulturimperialismus- These ist äußerst umstritten. Sicher ist laut Eisenberg, dass durch die Industrialisierung Fußball als Ausgleich gespielt wurde uns so zu einer Art sozialen Einrichtung wurde.

In der zweiten Phase (von ersten Weltkrieg bis in die 60er Jahre) entwickelte sich der Fußball dann zum Massenphänomen. Die ersten Traditionen und Traditionsvereine entstehen, in den verschiedenen Teilen der Welt bilden sich eigene Stilrichtungen und Techniken, wie zum Beispiel der berühmte ‚kreolische Stil‘ Argentiniens (Eisenberg, in: Jäggi 1998:17).

Fußball entwickelte eine gewisse Eigendynamik, vor allem weil man die Sportart überall ausüben konnte ohne dafür Geld oder andere Hilfsmittel einzusetzen. Das einzig Wichtige; nämlich der Ball, konnte auch aus alten Strümpfen oder Altpapier hergestellt werden.

So wuchs mit der Zeit auch das Interesse der ZuschauerInnen, die großen Stadien wurden gebaut und der internationale Spielerverkehr begann (Eisenberg, in: Jäggi 1998:18).

„Die dritte Phase begann in den sechziger Jahren und wurde von Kommerzialisierung und Globalisierung geprägt. „Die Identifikation mit einzelnen Idolen (...) dominiert die Beziehung der Zuschauer zum Verein. Das Publikum wird erfolgsorientierter, und die Bereitschaft der Fußballfreunde (...) erhöht sich, die Mannschaftspräferenz zu wechseln.“ (Eisenberg, in: Jäggi 1998:20)

7.4.2 Geschichte des österreichischen Fußball

Die ersten Fußballclubs Österreichs wurden 1894 in Wien gegründet. Die Spielkultur ähnelte damals sehr jener in England; viele der Spieler und Trainer kamen auch aus England und die Vereine erhielten oft englische Namen. In den Anfängen war Fußball eher ein bürgerlicher Sport, Handwerker und andere Arbeiter wurden sogar ausgeschlossen und das Publikum könnte man als ein exklusives Publikum bezeichnen, dass gerne unter sich blieb. Als 1898 der erste Arbeiter- Fußballclub gegründet wurde, fing Fußball an eine größere Anzahl von Zuschauern anzuziehen (Heffele 2006:21).

Nach dem ersten Weltkrieg, währenddessen der Spielbetrieb eigentlich problemlos aufrecht erhalten wurde, entwickelte sich Fußball zu einem Massenphänomen. *„Spätestens ab diesem Zeitpunkt war Fußball auch in Wien ein massenmobilierendes Ereignis. Dieses Phänomen förderte die Entbürgerlichung des Fußballs, und die konservativen Höflichkeits- und Umgangsformen fanden damit ihr Ende.“* (John, in: Eisenberg (Hg.) 1997:67, in: Heffele 2006:21)

Österreich war das erste europäische Land, welches den Berufsfußball einführte, während des Nationalsozialismus wurde der Professionalismus jedoch verboten. Jüdische Vereine und Vereine anderer ethnischer Minderheiten wurden aufgelöst und jüdische Mitarbeiter ihrer Ämter enthoben, da eines der Ziele des Bundes *„die Entfernung des ‚Nichtarischen und Undeutschen‘ aus dem Fußballsport“* war (Heffele 2006:23).

Nach dem Kriegsende versuchte man vor allem im vor dem Krieg so erfolgreichen Wien, wieder an den Vorkriegsfußball anzuschließen. Fußball zog innerhalb kürzester Zeit wieder Massen an und bekam mit der Einführung des Totos eine solide finanzielle Stütze. *„Für den Aufbau einer österreichischen Identität und die Abgrenzung zu Deutschland war und ist der Sportpatriotismus ein wichtiges Element.“* (Heffele 2006:26)

Seit Ende der 60er Jahre sind die Zuschauerzahlen zwar gesunken, an den Einschaltquoten der Fernsehstationen zeigt sich aber, dass das Interesse an Fußball immer noch enorm ist.

7.5 Rassismus im Fußball

Jäger beschreibt Fußball als ein Feld in dem sich zwei verschiedene Wirklichkeiten zeigen. Einerseits hat Fußball demnach integrierende Kraft; SportlerInnen, Vereine und Verbände zeigen soziale und gesellschaftliche Verantwortung, andererseits begegnet man gerade in Fußballstadien Rassismus und Gewalt (Jäggi 1998:9).

„Abgesehen von Rassismus in den obersten Spielklassen sind es insbesondere die Vereine ethnischer Minderheiten, welche im rassistischen und fremdenfeindlichen Klima Österreichs enorme Diskriminierung erfahren (...). Den Vereinen der ‚Jugo-Liga‘ sowie allen anderen Vereinen ist es, aufgrund der bei Amateurmansschaften festgelegten Beschränkung auf nur zwei ausländische Spieler zum Schutz des eigenen Nachwuchs, nicht erlaubt an den regulären Amateurligen teilzunehmen. (...) Am Beispiel der Tiroler Hobbyliga, welche sich fast ausschließlich aus Vereinen mit hohem Ausländeranteil zusammensetzt, wird ersichtlich, daß jene Ausgrenzung auch die Verbannung auf minderwertige Sandplätze beinhaltet, welche sich direkt neben Rasenplätzen, deren Benützung nur inländischen Mannschaften vorbehalten ist, befinden.“ (Fanizadeh et al. 1997:14, in: Leisser 2000:65)

Laut Leisser schafft unter anderem die zunehmende Entfremdung (Kluft zwischen Vereinen und Akteuren, ausgelöst durch fortschreitende Kommerzialisierung) Raum für Rassismus und Gewalt (Leisser 2000:22).

Außerdem wird Fußball manchmal als Ersatz für den Kampf zweier Nationen gesehen, vor allem wenn Nationalmannschaften aufeinander treffen. *„Neben den Gründen, die für die Entstehung von Nationalismus bereits (...) genannt wurden, ist in diesem Zusammenhang auch relevant, daß sich gerade in Europa, wo Fußball einen sehr hohen Stellenwert einnimmt, viele Menschen mit ihrer Nationalmannschaft identifizieren und eben nationale Identität auch von Leistungen im Fußball abhängig gemacht wird.“* (Leisser 2000:23)

Zur Entwicklung des Rassismus im englischen Fußball

Die Geschichte Schwarzer Fußball-Spieler in Groß Britannien geht über 100 Jahre zurück, gegen Ende des 19.Jahrhundert stieg die Anzahl Schwarzer Profis an, besonders

nach dem Zweiten Weltkrieg gab es einen großen Schub. Es kam zu den ersten Tourneen karibischer und afrikanischer Fußballteams.

Es gibt keine Berichte über rassistische Vorfälle, erst ab 1956 wurde Spott des Publikums und sogenannte ‚rassische‘ Spannungen dokumentiert.

Mit der steigenden Zahl der Schwarzer Spieler stieg auch die Zahl der rassistischen Vorfälle, Beleidigungen und Drohungen (Fuchs 1999).

1991 wurde ein Gesetz erlassen, welches zu einem Rückgang rassistischer Vorfälle führen sollte: *„Danach sind rassistische Beschimpfungen, das Absingen von ebensolchen Schmähgesängen sowie die berühmt-berüchtigten Dschungelgeräusche ein strafbares Delikt.“* (Beiersdorfer 1993:96, in: Fuchs 1999:101)

Fuchs beobachtet im englischen Fußball das Problem des „stacking“; das heißt dass Schwarze Spieler auf bestimmte Positionen fixiert sind.

Als besonders auffällig beschreibt sie die fast gänzliche Abwesenheit „Schwarzer Torhüter“, sowie die Überpräsenz Schwarzer Stürmer, das heißt Schwarze besetzen sehr selten die so genannten ‚denkenden‘ Positionen (Fuchs 1999:95).

„Unter stacking versteht man also die diskriminierende Rassentrennung und ethnische Platzzuweisung auf verschiedene Positionen des Spielfelds. Die Positionen, die eine besonders hohe Farbbarriere aufweisen, sind zentrale Positionen, die mit dem Spielausgang in enger Verbindung stehen.“ (Fuchs 1999:33)

7.5.1 Rassismus in den Stadien

In Österreich war zu Beginn der 70er Jahre ein Höhepunkt an rassistischen Vorfällen zu beobachten: Schmähgesänge wie „Zick Zack Zigeunerpack“ oder „Husch, husch, Neger in den Busch“ waren zu hören, Bananen wurden geworfen, aber auch antisemitische Ausschreitungen (seit wieder jüdische Vereine mitmachen konnten) wurden dokumentiert.

Inzwischen gibt es für solche Vorfälle harte Geldstrafen von der UEFA und die meisten Vereine haben eine Menge an Sicherheitsvorkehrungen getroffen. Dank Überwachungskameras, Zäunen und einer Vielzahl von Verboten gleichen die heutigen Stadien eher einem Gefängnis, als einem Ort der Geselligkeit und Kommunikation, urteilen Bale und Biermann (Bale 1991:64, Biermann 1995:46f, in: Leisser 2000:24).

Schulze-Marmeling geht sogar so weit rassistische bzw. negative Vorfälle direkt auf die Umgebung zurückzuführen:

„Laut Schulze-Marmeling ist menschliches Verhalten, darunter fällt auch Rassismus und Ausländerfeindlichkeit, mitunter auf die Umgebung des Menschen zurückzuführen, was den Beweis dafür liefert, daß die obig beschriebenen Fußballstadien, dieses negative menschliche Verhalten verstärken oder entstehen lassen.“ (Leisser 2000:24)

Nachzuvollziehen ob Rassismus im Fußball eher im Ab- oder Zunehmen ist, ist relativ schwierig, da man alle verschiedenen Dimensionen des Rassismus in Betracht ziehen muss. Man kann also nicht nur den offenkundigen Rassismus auf den Tribünen mit einbeziehen, sondern muss auch auf die institutionelle Ebene schauen, also auf Funktionärs-, Trainer-, Schiedsrichter-, Ordner- und Polizei-Ebene.

Selbst die FIFA (der Weltfußballverband), zu deren Aufgabenbereich auch die Bekämpfung von Rassismus zählt, wurde schon des Öfteren wegen rassistischen Verhaltens kritisiert, zum Beispiel wegen dem geringfügigen Einsatz Schwarzer Schiedsrichter bei WM-Spielen (Leisser 2000:29).

7.5.2 Antirassismus im Fußball

Inzwischen gibt es eine Vielzahl von antirassistischen Maßnahmen und Organisationen die sich mit Rassismus im Fußball beschäftigen.

Vor allem seit dem europäischen Jahr gegen Rassismus im Jahr 1997 hat sich einiges getan; alle Länder wurden zu Projektvorschlägen aufgerufen und eine eigene Kommission ins Leben gerufen.

„Weiters entschied das Europäische Parlament, alle Vereine, die sich dem Rassismus und der damit verbundenen Gewalt aktiv zur Wehr setzen, zu unterstützen und trat dafür ein, die Leistungen einer Mannschaft, eines Sportlers und eines Fanclubs alljährlich mit einem Sonderpreis für faires Verhalten zu würdigen. Jene Institution der Europäischen Union engagierte sich auch dafür, daß nach dem Europäischen Jahr 1997 für die Bekämpfung des Rassismus, (...) alljährlich ein Europäischer Tag gegen den Rassismus und für ‚Fair Play‘ im Sport eingeführt wird. (Sport und EU. Die Europäische Union und ihr Einfluß auf Sport. Handbuch des ASKÖ, 1997, S.73).“ (Leisser 2000:89)

In Kooperation mit der UEFA und dem afrikanischen Fußballverband gab es dann ein Spiel gegen den Rassismus“ zwischen „Europa“ und „Afrika“ ((Jäggi 1998:10).

Auch in den Stadien kam es zu zahlreichen Veränderungen, um den Fans und Spielern mehr Sicherheit zu garantieren. Genauere Überwachungen, härtere Strafen und Absperrungen sind nur ein Teil davon; doch gezielt antirassistische Aktionen gab es wenige. Ein Grund dafür ist, dass viele Vereine nicht kooperieren bzw. das Problem sogar leugnen.

Diese Lücke versucht die Organisation FairPlay zu füllen; deswegen möchte ich diese einer genaueren Analyse unterziehen.

8. Die Organisation FairPlay

Die Kampagne FairPlay wurde 1997 am Wiener Institut für Entwicklungsfragen und Zusammenarbeit (vidc) ins Leben gerufen, im Rahmen des EU- Jahres gegen Rassismus.

1999 wurde das europäische Netzwerk FARE (Football Against Racism in Europe) gegründet, wobei FairPlay für die Koordination zuständig ist.

Der Gründung gingen die Beobachtungen voraus, dass Rassismus im Fußball ein gravierendes Problem ist, unter dem migrantische Spieler und Spielerinnen in Europa stark leiden. Aber auch andere Formen der Diskriminierung wie Homophobie und Sexismus trüben die Welt des Fußballs. Der Schwerpunkt der Organisation liegt trotzdem auf Öffentlichkeits- und Bildungsprojekten zum Thema Rassismus; ein weiterer Programmpunkt ist der Bereich Sport und Entwicklung.



8.1 Methodik

8.1.1 Leitfaden- Interviews

Ich habe mich bei der Methodik für das Experteninterview entschieden, welches sich jedoch nicht wesentlich von einem Leitfaden-Interview unterscheidet. Der Unterschied besteht darin, dass man davon ausgeht, dass ExpertInnen im Gegensatz zu Laien über Sonderwissen verfügen, dass an „*sozial institutionalisierte Rollen* (Berufe, Dorfvorsteher, Heiler ect.) gebunden ist. Zudem wird der/die ExpertIn nicht als Einzelfall, sondern als **RepräsentantIn einer Gruppe bestimmter ExpertInnen betrachtet.**“ (Liebold/Trinczek 2002)

Es handelt sich dabei normalerweise um offene, durch Leitfaden gestützte Interviews, bei denen im Vorhinein wichtige Fragestellungen und Themenebereiche strukturiert werden.

Der Leitfaden sollte jedoch flexibel eingesetzt werden, damit durch den Interviewten oder die Interviewte neue Inhalte einfließen können.

Leitfaden gestützte Experteninterviews geben Einblick in Wandlungsprozesse und Strukturzusammenhänge; außerdem klären sie im Idealfall über Interessengruppen auf und zeigen implizite Regeln von Organisationen oder Institutionen.

Liebold und Trinczek fassen die Vorteile treffend zusammen:

„ Experteninterviews ermöglichen damit eine privilegierte Problemsicht. Sie repräsentieren mit ihrem in einen Funktionskontext eingebundenen Akteurswissen kollektive Orientierungen und geben Auskunft über ein funktionsbereichsspezifisches Wissen. (...)

Durch die Prinzipien der Prozesshaftigkeit, Kommunikation und Flexibilität bieten Experteninterviews Erkenntnischancen qualitativen Zuschnitts.“ (Liebold/ Trinczek 2002)

Etwas heikel kann beim Experteninterview der Balanceakt zwischen Strukturierung und Offenheit werden; um neue Erkenntnisse zu gewinnen ist es wichtig als InterviewerIn einen offenen Gesprächsfluss zuzulassen.

Außerdem sollte der Interviewer oder die Interviewerin ein gewisses Grundwissen mitbringen, um von dem oder der Befragten als gleichwertige KommunikationspartnerIn wahrgenommen zu werden.

Liebold und Trinczek weisen darauf hin, dass trotz allem nicht darauf vergessen werden darf, dass es sich auch bei einer Expertin oder einem Experten um die Perspektiven und Relevanzstrukturen eines Gesellschaftsmitglieds handelt, deren Wissen immer auch im Zusammenhang mit ihrem Erfahrungshintergrund gesehen werden muss.

8.1.2 Qualitative Inhaltsanalyse (Philipp Mayring)

Als Analysetechnik habe ich die Qualitative „Inhaltsanalyse“ von Philip Mayring gewählt; wobei ich bei der Analyse des Interviews auch das Werk von Christiane Schmidt heranziehen werde.

Die Grundsätze der qualitativen Inhaltsanalyse sind die Einbettung des Materials in den Kommunikationszusammenhang und ein systematische Vorgehen bei welchem die Bildung von Kategorien im Vordergrund steht.

Der erste Arbeitsschritt ist die Bestimmung des Ausgangsmaterials; hier wird genau festgelegt welcher Material- Corpus analysiert wird.

Des Weiteren werden die Entstehungssituation und die Form beschrieben.

Die nächsten Schritte bestehen aus der Fragestellung der Analyse, der Bestimmung der Analysetechnik (Zusammenfassung, Explikation oder Strukturierung) und der Bestimmung der Analyseeinheiten.

Bei der Analyse mittels Kategorien geht man dann folgenderweise vor: zuerst werden Kodiereinheiten festgelegt, danach wird paraphrasiert und selektiert.

Die so neu entstandenen Aussagen werden zu einem Kategoriensystem zusammengestellt. In der Endphase kommt es dann zu einer Rücküberprüfung am Ausgangsmaterial.

Auch Christiane Schmidt arbeitet mit einem Kategoriensystem, wobei sie betont, dass es bei jeder Kategorie eine ausführliche Beschreibung der inhaltlichen Ausprägung sowie einen theoretischen Unterbau geben muss.

8.1.3 Bildanalyse nach Erwin Panofsky

Die Bildanalyse findet parallel zur Inhaltsanalyse statt- vor allem in der Kategorie „Methoden“. Um die Bilder zu analysieren richte ich mich nach Panofsky Erwin, der eine Methode der Ikonologie entwickelte, die auf drei Phasen basiert.

Um die Ikonologie als Methode anwenden zu können, ist es wichtig mit bestimmten Themen und Vorstellungen vertraut zu sein- weiters braucht man laut Panofsky allerdings die so genannte „synthetische Intuition“, also die Fähigkeit intuitiv seine geistigen Fähigkeiten als Korrektiv bei der Analyse einzusetzen.

Es muss also klar sein, dass bei dieser Art der Analyse, die eigenen Wertvorstellungen und Erfahrungen- zusammengefasst ‚die subjektive Ausrüstung‘, den Analyseprozess beeinflussen. Panofsky hat die ikonologische Methode folgenderweise in einer synoptischen Tabelle zusammengefasst:

Gegenstand der Interpretation	Akt der Interpretation	Ausrüstung für die Interpretation	Korrektivprinzip der Interpretation (Traditionsgeschichte)
I Primäres, oder natürliches Sujet- (A) tatsächlich, (B) ausdruckschaft-, das die Welt künstlerischer Motive bildet	<i>Vor- ikonische Beschreibung (und pseudo-formale Analyse)</i>	<i>Praktische Erfahrung</i> Vertrautheit mit Gegenständen und Ereignissen)	<i>Stil-</i> Geschichte (Einsicht in die Art und Weise, wie unter wechselnden historischen Bedingungen <i>Gegenstände</i> und <i>Ereignisse</i> durch <i>Formen</i> ausgedrückt wurden
II Sekundäres oder konventionales Sujet, das die Welt von <i>Bildern, Anekdoten</i> und <i>Allegorien</i> bildet	<i>Ikonographische Analyse</i>	<i>Kenntnis literarischer Quellen</i> (Vertrautheit mit bestimmten <i>Themen</i> und <i>Vorstellungen</i>)	<i>Typen-</i> Geschichte (Einsicht in die Art und Weise, wie unter wechselnden historischen Bedingungen bestimmte <i>Themen</i> oder <i>Vorstellungen</i> durch <i>Gegenstände</i> und <i>Ereignisse</i> ausgedrückt wurden.
III Eigentliche Bedeutung oder Gehalt, der die Welt >symbolischer< Werte bildet	<i>Ikonologische Interpretation</i>	<i>Synthetische Intuition</i> (Vertrautheit mit den <i>wesentlichen Tendenzen des menschlichen Geistes</i>), geprägt durch persönliche Psychologie und >Weltanschauung<	Geschichte <i>kultureller Symptome</i> oder >Symbole< allgemein (Einsicht in die Art und Weise, wie unter wechselnden Bedingungen <i>wesentliche Tendenzen des menschlichen Geistes</i> durch bestimmte <i>Themen</i> und <i>Vorstellungen</i> ausgedrückt wurden)

Die erste Stufe nennt er die „vor- ikonographische Beschreibung“ – in diesem Teil werden anhand des Alltagswissens und praktischer Erfahrungen Formen beschrieben und interpretiert, indem Formen und Farben identifiziert und ihr Charakter wahrgenommen wird.

Diese Interpretationen werden kontrolliert indem der historische Kontext mit einbezogen wird.

In der zweiten Phase, der „ikonographischen Analyse“, wird eine zweite Bedeutung durch Hineinversetzen in den Künstler gesucht, um zu erkennen, was dieser bewusst impliziert hat.

Außerdem werden Anekdoten, Bilder und Allegorien identifiziert um die Analyse zu vervollständigen.

Im dritten Teil, der „ikonologischen Interpretation“ wird dann versucht, die eigentliche Bedeutung zu finden, indem man alle zugrunde liegenden Prinzipien ermittelt, wie Grundeinstellungen der Nation, Klasse, Epoche, ect.

Die Interpretation kann dann über die bewusste Absicht des Künstlers hinausgehen (Panofsky 2006).

8.1.4 Beschreibung des Datenmaterials

Das Datenmaterial setzt sich aus einer Vielzahl von Texten und Bildern zusammen, die sich auf der Homepage, auf Stickern und Plakaten, in Flyern und Broschüren der Organisation FairPlay finden.

Den Hauptbestandteil macht jedoch das Interview mit Michael Fanizadeh aus.

Das Interview dauerte etwa zwischen 90 und 100 Minuten und fand in einem Besprechungsraum der VIDC- Räumlichkeiten statt. Mein Interviewpartner war extrem freundlich und wirkte von Beginn gesprächsfreudig. Der Einstieg gelang problemlos mein Gegenüber schien sehr viel Interviewerfahrung zu besitzen.

Nach wiederholtem Lesen und Paraphrasieren kristallisierten sich dann vier Kategorien heraus, nämlich die Kategorie „Tätigkeitsbereiche und Ziele“, „Fußball, Gesellschaft, Entwicklung“, „Methoden“, sowie die Kategorie „Partizipation und Widerstand“.

8.2 Tätigkeitsbereiche und Ziele

Die zentrale Fragestellung dieser Arbeit lautet: **Auf welche Art und Weise nutzt FairPlay Sport bzw. Fußball für gesellschaftspolitische Zwecke und im Konkreten Antirassismus- Arbeit?**

Um dieser Frage nachzugehen, habe ich versucht herauszufinden in welchen Bereichen die Organisation tätig ist und welche Ziele sie verfolgt.

An dieser Stelle ist es bedeutend hervorzuheben, dass es laut Fanizadeh Diskriminierung nicht als so genanntes „single-issue“ gibt; das heißt Themen wie Rassismus, Sexismus und Homophobie sind durchaus miteinander verbunden.

Wenn also schwulenfeindliche Parolen anstatt rassistischen Sprüchen in Stadien gebrüllt werden, wurde das Ziel eindeutig verfehlt.

Es geht auch darum,

„dass auch junge Leute lernen- okay, das ist einfach kein Kavaliersdelikt, sondern es ist eben ein bedeutsamer Übergriff wenn du jemanden rassistisch beschimpfst und es geht immer darum, dass wir versuchen dann auch zu übersetzen, dass es nicht um die Schlägerei geht sondern um subtilere Formen, das es auch da drum geht, warum arbeiten keine Leute mit Migrationshintergrund in den Bereichen.“
(Fanizadeh 2007)

Als weitere Ziele der Organisation nennt Fanizadeh das Umdeuten eines Ortes und das Fahren eines neuen Diskurses in diesem Raum.

Auf der FairPlay- Homepage werden die **Ziele** folgendermaßen formuliert:

- *„Initiierung eines breiten- und medienwirksamen Engagements gegen Rassismus und Diskriminierung zur Stärkung des öffentlichen Bewusstseins;*
- *Schaffung eines Problembewusstseins in der Fussball- Community (Funktionäre, Spieler, Trainer, Fans und Sportjournalisten) für antirassistische und antidiskriminatorische Inhalte im Sport;*
- *Förderung einer differenzierten Reflexion des Phänomens Fußball auf nationaler und europäischer ExpertInnenebene und dadurch Aufzeigen von positiven Strategien gegen offene und alltägliche Diskriminierung innerhalb und außerhalb der Fußballstadien;*
- *Aktive Partizipation marginalisierter Gruppen (MigrantInnen, Jugendliche, Fans)“*
(<http://fairplay.vidc.org>, 18.4.2008)

Das Feld des Fußballs wurde neben anderen Gründen deswegen gewählt, weil es um gesellschaftspolitische Arbeit zu leisten und Projekte durchzuführen, Strukturen braucht- und Sportvereine und dadurch Strukturen, Betreuer und Betreuerinnen gibt es (fast) überall.

„Und das ist so der Grund warum Sport sich einfach ganz gut eignet, und das sieht man auch im Nord- Süd- Kontext besser. Um so Austauschgeschichten zu organisieren müssen- es gibt halt Sportstrukturen, es wird viel Geld in Sportstrukturen gesteckt auch in, in fast allen Ländern der Welt. Wenn man das in Relation setzt was sonst oft in zivilgesellschaftliche Strukturen gesteckt- an Zeit, Engagement, ehrenamtlichen Engagement, ja aber auch tatsächlichen Ressourcen, finanziellen, dann wird dann da halt viel Geld investiert.“ (Fanizadeh 2007)

8.2.1 Homophobie und Sexismus

Wie schon etwas weiter oben erwähnt, ist Diskriminierung ein Problem, dass selten alleine auftritt: (nicht nur) in den Fußballstadien kommt es zu homophoben und sexistischen Äußerungen und Übergriffen.

Rassistisches Denken ist Teil der Grundhaltung eines Menschen und darf nicht isoliert betrachtet werden:

„Die beim Rassismus zu beobachtende Mythologisierung bzw. ‚Naturalisierung des Sozialen‘ ist für die gesamte Ideologie des Rechtsextremismus kennzeichnend, so das es nicht schwer ist, von rassistischen Einstellungen gleichsam geistige Brücken zu schlagen zu rechtsextremen Ideologemen wie organische Staatsauffassung, sexistische Sicht der Stellung der Frau ect. ect.“ (Jäger 1992:23)

Der Ansatz für eine und Anti- Homophobie- Kampagne sieht gänzlich anders aus, als bei Antirassismus- Kampagnen, weil es keine ‚geouteten‘ schwulen Profifußballer gibt. Erschwerend kommt dazu, dass es kaum Fußballvereine gibt, die bei einer Riesenkampagne gegen Homophobie partizipieren.

FairPlay ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass es viele verschiedene Diskriminierungsformen gibt, der Hauptfokus in der Kampagnenarbeit bleibt aber auf Rassismus, weil alles andere den Rahmen und vor allem die Zeit, die zu Verfügung gestellt wird, sprengen würde (Fanizadeh 2007).

Eine Möglichkeit, Sexismus entgegen zu wirken, ist es zum Beispiel die vielen Seiten einer Frau darzustellen- in der Präsentation nach außen sind Fanizadeh manche Mittel in der entwicklungspolitischen Szene zu plump:

„Wir versuchen auch jetzt nicht aus dem Kontext zu treten. Also Klassiker wären jetzt, was weiß ich, Frauen die in den Anden, da gibt's so einen Film, wo in irgendwelchen traditionellen Kleidungen mit irgendwelchen traditionellen Schuhen usw. dieses alte Fußball spielen, das es in den Anden schon ewig gibt; viel länger als den modernen Fußball.

Und der kommt in der entwicklungspolitischen Szene super an, und dieser Film wird glaub ich ständig irgendwo gezeigt, also der ist bei BAOBAB, dieser Entlehnstelle zu beziehen- und das ist genau nicht das Bild, das wir vermitteln möchten!

Wenn wir jetzt Frauenfußball nehmen- also das geht ja momentan ganz gut, weil die bester Kickerin in Österreich ist ja aus Brasilien, die Rosalia. Da versuchen wir natürlich die Rosalia als weiblichen Ronaldo, sag ich jetzt mal zu verkaufen. Verkaufen ist das falsche Wort, darzustellen eben- wie eine normale Kickerin eben. Sie hat immer Sport betrieben, hat immer gekickt mit ihren Brüdern, (...) professionalisiert hat's sie's dann in der Schule und auf der Universität und das hat überhaupt nichts mit irgendwie archaischen Dingen zu tun- und das versuchen wir halt zu vermitteln. Und wir versuchen damit auch eine andere Sicht (ich mein auf Brasilien gibt's vielleicht eh eine andere Sicht aber halt auch auf Brasilien eine andere Sicht zu vermitteln, oder auf diese Fußballerin, die ja eine schlaue Frau ist: und genau das will man auch vermitteln, das sie eine super Fußballerin aber auch eine schlaue Frau in einem ist.“ (Fanizadeh 2007)

8.2.2 Exkurs: Nord- Süd- Beziehungen

Ein weiterer Arbeitsbereich der Organisation Fairplay ist die Entwicklungszusammenarbeit.

Wie man auf der FairPlay Homepage nachlesen kann, war

„die FairPlay- Kampagne unter den Ersten, die innovative Verbindungen zwischen dem Fußball und der entwicklungspolitischen Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit herstellten und den Ansatz „Sport und Entwicklung“ nachhaltig verankerten.“
(<http://fairplay.vidc.org>, 14.4.2008)

1997 thematisierte FairPlay den Handel mit afrikanischen Fußball- Talenten, 2004 machte die Organisation bei einem HIV/Aids- Aufklärungsprojekt mit und auch auf theoretischer Ebene leistet FairPlay mit diversen Publikationen seinen Beitrag. 2005 gab es die „Kick Poverty“- Stadionaktion gegen Armut und kurz darauf ein Dialogforum namens „Sport und Entwicklung“.

Im Großen und Ganzen scheint die Entwicklungszusammenarbeit eher punktuell zu sein und scheint nur einen Bruchteil der Arbeit auszumachen.

Angesprochen auf die Entwicklungszusammenarbeit bleibt auch Michael Fanizadeh's Aussage etwas vage:

„Im internationalen Kontext (...) kann Sport dazu beitragen, (...) emanzipatorische Projekte zu forcieren; kann Sport dazu beitragen Diskriminierungen abbauen zu helfen oder in Konflikten zu mediieren.

Oder bei traumatisierten Menschen jetzt im Flüchtlingslager oder was weiß ich , wenn's um den Süden geht kann Sport helfen, die Jugendlichen, die jetzt einfach schreckliche Erlebnisse gehabt haben aus diesem tristen Alltag rauszuholen, ihnen aber über den Sport natürlich schon- also es geht nicht nur darum eine Stunde zu kicken- sondern ist es möglich ihnen faktisch zu zeigen: das macht schon Sinn als Team zu agieren- Sport ist immer auch verbunden trotz allem mit Bildung.“

(Fanizadeh 2007)

Der Schwerpunkt in der Entwicklungszusammenarbeit liegt also auf Vermittlungstätigkeiten und Bildungsarbeit. Für das Jahr 2008 hat sich die Organisation einiges vorgenommen:

“Im Europäischen Jahr des Interkulturellen Dialogs 2008 versucht FairPlay-vidc interkulturelle und antirassistische Ansätze und Methoden mit entwicklungspolitischen Fragenstellungen und Themen zu verbinden. Es gilt das Interventionsfeld Sport zur gesellschaftlichen Transformation zu nutzen. Die globale Faszination speziell des Fußballs gepaart mit seinen einfachen und international gültigen Regeln machen ihn in der Tat zu einer gemeinsamen Sprache, welche enge Grenzen der Kultur, Sprache, ethnischen Herkünften und Religion potentiell transzendieren kann. Gerade im Jahr der UEFA EURO 2008 und der Olympischen Spiele in Peking gilt es an das Potenzial des Sports für die Schaffung einer gerechteren Welt und einer Gesellschaft frei von Diskriminierung zu erinnern.“ (<http://fairplay.vidc.org>, 14.4.2008)

In der Praxis der Anti-Rassismus- Arbeit und Entwicklungszusammenarbeit scheinen sich laut Fanizadeh die Geister auch zu scheiden:

„Da simma genau glaub ich in dem Problem drinnen: es gibt da nur die zwei Fraktionen. Die eine Fraktion, die sagt (was weiß ich): „Fußball ist das Wichtigste auf der Welt“ und deshalb alle völlig aus den Augen verlieren, dass das eben auch nur ein Mikrokosmos ist. Okay, das ist auch schwierig, aber du hast auf der anderen Seite Leute, die sagen: Ihh Sport oder Ihh Fußball und was hat das eigentlich mit Entwicklungszusammenarbeit zu tun?

Und das ist natürlich deshalb problematisch, weil wir so wie wir Sport definieren und das ist in dem Fall Fußball als Arbeiten- das ja einfach nur ein Teil der Gesellschaft ist, das ist jetzt weder was besonders Gutes noch was besonders Schlechtes, noch was besonders Wichtiges oder sonst irgendwas, es ist halt Teil der Gesellschaft; und es bekommt dadurch etwas Bedeutung weil's eben ein populärkultureller Teil der Gesellschaft ist.“ (Fanizadeh 2007)

„Die Entwicklung des Fußballsports kann als Lupe für den Zustand kapitalistischer Gesellschaften und globalisierter Welt betrachtet werden. Sie macht gesellschaftliche Verhältnisse sichtbar und offenbart Dinge, die ansonsten nicht zum Vorschein kommen.“ (Dembrowsky/Bott, in Kreisky/Spitaler 2006:230)

Unter dem Begriff Entwicklung, der von meinem Interviewpartner als durchaus problematisch gesehen wird, versteht Fanizadeh im weitesten Sinne „empowerment“.

Vor allem im Nord-Süd- Kontext geht es darum partnerschaftliche, emanzipatorische Projekte ins Leben zu rufen, die von den Menschen dort selbst entwickelt werden.

Es geht darum Bewusstsein und Selbstverantwortung zu schaffen und auf keinen Fall darum jemanden oder eine Region von oben herab zu entwickeln.

Sport eignet sich besonders gut dafür, weil er über seine eigentliche Bedeutsamkeit hinaus strahlt; „es beteiligen sich viele Menschen, man erreicht viele Menschen und man kann halt Sport als Vehikel dann verwenden um Gesellschaftspolitik zu betreiben- es wird sowieso Gesellschaftspolitik im Sport betrieben, immer schon und das versuchen wir halt seit Jahren auf der Diskursebene zu verankern- das ist was Anti- Rassismus betrifft wesentlich leichter, was unser Kerngeschäft ist seit 10 Jahren, weil da können wir ganz gut mit den Vorurteilen leben und arbeiten, dass die Leute glauben Fußball ist besonders schlimm und deshalb muss man da was machen.

(...) Wir versuchen dort Hegemonien zu verschieben, mehr oder weniger gelingt uns das auch, also das heißt es geht eigentlich nur darum (...) den Raum zu öffnen, zu sagen wir versuchen eine anti-rassistische in dem Fall Hegemonie herzustellen, Rassismus wird nicht mitgenommen....und versuchen sie so selber zu bewegen aktiv gegen Rassismus vorzugehen, wenn es vorkommt und versuchen diese Orte zu besetzen, das heißt wir haben eine Umdeutung eines Orts vorgenommen.“
(Fanizadeh 2007)

8.2.3. Der Raum der Entwicklung

„Es gibt kein Soziales, das nicht zu anderem in Beziehung steht, und es gibt kein Soziales, das nicht irgendwo ist. Da-Sein und In-Beziehung-Stehen sind zwei grundlegende Dimensionen von Raum, sie bezeichnen die beiden grundlegenden ontologischen Formen, wie Raum wirkt.

Das Da-Sein spricht die Verortung des Menschen an, die wesentlich zu Mensch und Gesellschaft gehört, das In-Beziehung-Stehen weist auf die Verwobenheit mit anderen hin, die ebenso grundlegend für Mensch und Gesellschaft ist. Dies begründet die Räumlichkeit von allem Sozialen.“ (Novy 2002:59)

Im Gesellschaftlichen muss Raum immer als Beziehungsraum gesehen werden und als Raum, in dem soziale und politökonomische Kräfteverhältnisse verändert werden können. Zentraler Punkt Novy's Konzept von Raum ist, dass dieser produziert wird und somit wandelbar ist.

Der Arbeit von FairPlay scheint eben dieses Konzept zugrunde zu liegen. Fanizadeh formuliert als eines der primären Ziele der Organisation die Umdeutung und Neubesetzung des Ortes.

„Wir glauben, dass ist deshalb bedeutsam, weil dieser Ort eben medial vermittelt wird, das heißt, wir erreichen damit andere Leute und (...) schaffen damit erst mal gar nichts in der Bewusstseinsbildung aber die Hoffnung ist natürlich schon, dass wenn du Orte umdeutest, dass es dadurch auf langfristiger Ebene zu einer Nicht-Akzeptanz jetzt von Rassismus zum Beispiel kommt.“ (Fanizadeh 2007)

8.2.4 Das Stadion als Ort der Erinnerung

Wie oben schon kurz erwähnt, sind Fußballstadien Orte, wo man „Community-Bildung“, soziale Übergangsprozesse und Lagerbildungen beobachten könne. In Stadien kommt es zu einer Verknüpfung von Körperlichkeit, Identität und Sozialität- es werden gemeinsame Erinnerungen und Identitätspunkte geschaffen bzw. erlebt.

„Unter kulturellem Gedächtnis versteht Huber den spezifischen Interaktionsrahmen welcher ‚Handeln und Erleben‘ steuert und ‚von Generation zu Generation zur wiederholten Einübung und Einweisung ansteht.“ (Assmann 1988, in Huber 2002:26)

Schafft man es also, einen solchen Ort neu zu besetzen und umzudeuten, ist ein großer Schritt in der Anti-Rassismus Arbeit getan.

„Das Ziel ist schon einen Raum zu bespielen. (...) Wir haben gesagt, wir wollen natürlich in den einen Ort, wo's auch tatsächlich Menschen gibt, die weder besonders gut noch besonders schlecht sind und wir versuchen in diesem einen Raum einen Diskurs zu fahren.

Besonders da ist es schon wichtig in die Stadien zu kommen, zu sagen wir wollen dorthin wo der Fußball ist!“ (Fanizadeh 2007)

Da Fußball allerdings nicht nur in den Stadien stattfindet (sondern auch im Amateurbereich zum Beispiel), gibt es, wie in den nächsten Kapiteln beschrieben wird, neben der Arbeit in den Stadien weitere Methoden und Arbeitsbereiche, wie die Arbeit im Jugend- und Schulbereich.

8.3 Methoden von FairPlay

8.3.1 Der Einsatz von Bildmaterial

Der Einsatz von Bildern ist ein zentrales Mittel vieler NGO's. Sie werden genutzt um Aufmerksamkeit zu erwecken, zu schocken, Mitleid zu erregen; sie sollen Inhalte verdeutlichen und/ oder Emotionen auslösen.

Bilder werden fast immer schneller betrachtet als geschriebener Text und auch schneller verarbeitet.

„Darüber hinaus werden Bilder als Einheit erlebt und gedanklich für gewöhnlich weniger analysiert als sprachliche Mitteilungen. Es werden weniger Gegenargumente entwickelt, eben weil Bilder die gedankliche Kontrolle sozusagen unterlaufen.“
(Pichlhöfer 1999:24)

Problematisch bei dem verwendeten Bildmaterial ist, dass oft mehrdeutige Inhalte und Klischees transportiert werden- sei es beabsichtigt oder unbeabsichtigt. Michael Fanizadeh ist sich dieser Problematik durchaus bewusst:

„Also diese Bilder waren uns total wichtig. Und die waren am Anfang in der Organisation sehr zentral. (...) Es gibt bei uns auch eine starke Kritik, gab's immer, an der traditionellen Entwicklungszusammenarbeit. (...) Klassiker ist ja, was weiß ich, das arme Kind und ich rufe auf zu Spenden. Und das Bild, das ich vermittele ist: der arme, entrechtete, geschundene Kontinent Afrika- und das wollen wir natürlich nicht. (...) Die Bildsprache die wir versuchen- ob's uns gelingt muss dann wer anderer beurteilen- wir versuchen in der ganz normalen Fußball- Ästhetik zu sein. Also wir versuchen eher zu zeigen, die Leute gibt's auch, die sind ganz normaler Teil von diesem ganzen Business.“ (Fanizadeh 2007)

Bei FairPlay wurde also die Grundsatzentscheidung gefällt, keine Probleme darzustellen, sondern Erfolgsgeschichten- um rassistische und rechtsextreme Inhalte nicht zu reproduzieren: „**Es gibt bei uns kein Bild über rechtsextreme Fans**“.

(Fanizadeh 2007)

Die Bilder sollen positive Inhalte transportieren, wie die folgenden zwei Bilder dies tun: Auf dem ersten Bild sieht man drei Hände, die gemeinsam eine rote Karte halten auf welcher steht: „Zeig Rassismus die rote Karte“.

Die Hautfarben der drei Hände unterscheiden sich voneinander und lassen vermuten, dass es sich hier um Menschen verschiedener Herkunft bzw. mit verschiedenen kulturellen Hintergründen handelt.

Auf dem oberen Rand des Bildes befindet sich das FairPlay Logo (ein Fußball umgeben von einem dreifarbigen Reifen) und der Kampagnen-Name: „FairPlay. Viele Farben. Ein Spiel.“



Die rote Karte kennt wahrscheinlich jeder, der schon mal von Fußball gehört hat: sie ist das Symbol für den Ausschluss eines Spielers oder einer Spielerin.

Hier wird die Symbolik passend in den Anti-Rassismus- Kontext übertragen:

Es geht um den Ausschluss von Rassismus.

5

Das Bild vermittelt ein Gefühl von Gemeinsamkeit, das Nebeneinander verschiedener Farben zieht sich durch das gesamte Bild (die Schrift, die Hände,...) und transportiert so ein positives Bild eines Miteinanders; von unterschiedlichen Menschen die gemeinsam an einem Strang ziehen- auf dem Bild indem sie gemeinsam die rote Karte halten.

⁵ FairPlay. Viele Farben. Ein Spiel, Echo 7/2006, Wiener Institut für Entwicklungsfragen und Zusammenarbeit

FOOTBALL AGAINST RACISM IN EUROPE



fare

WWW.FARENET.ORG English/Deutsch/Italiano/Francais.

6

Auch das zweite Bild ist im Rahmen der ganz normalen Fußballästhetik.

Das Bild ist in schwarz/ weiß gehalten und zeigt die Umrisse von zwei Fußballern im Zweikampf um einen Ball

Nur das Spiel mit den Farben schwarz und weiß deutet dezent auf die Rassismus-Thematik hin, erst durch den Titel „Football Against Racism in Europe“ am oberen Rand der Bildes bekommt man Klarheit, worum es eigentlich geht.

Intuitiv würde ich sagen, dass das Bild sehr positiv wirkt und einen eher an die verbindenden Elemente von Sport denken lässt.

In der Vergangenheit gab es jedoch Bilder, die zwar in die Kategorie der normalen Fußballästhetik fallen, deren Inhalte jedoch durch den Einsatz bestimmter Farben und Symbole mehrdeutig sind.

Das eine betrifft das Cover einer Fanzine- Ausgabe, das zweite Bild gab es in Sticker-Form zur FARE Action Week.⁷

⁶ www.farenet.org, 24.4.2008

Auf dem ersten Bild, dem Fanzine- Cover sieht man im Vordergrund einen Mann, der die Hände über den Kopf gehoben hat, um zu klatschen. Etwas weiter hinten kann man andere Männer erkennen, die Fahnen schwenken und offensichtlich etwas schreien.



8

⁷ FARE (Football Against Racism in Europe) ist ein europäisches Netzwerk, welches 1999 von FairPlay mitgegründet wurde. FairPlay ist zentrale Koordinationsstelle.

„FARE ist langfristiger Social Responsibility Partner der UEFA. In diesem Kontext wurde FARE von der UEFA damit beauftragt, sowohl bei der UEFA EURO 2004TM in Portugal als auch bei der UEFA EURO 2008TM in Österreich und der Schweiz ein Antirassismus- und Fanbetreuungsprogramm umzusetzen.“
(www.fairplay.vidc.org, 25.5.2008)

Die besprochene Fanzine- Ausgabe, sowie der Sticker sind eigentlich FARE- Materialien zur Aktionswoche. Da FARE aber von FairPlay koordiniert wird, habe ich mich entschieden die Bilder in die Analyse mit einzubeziehen; auch weil man das Fanzine auf der FairPlay- Homepage bestellen kann.

⁸ Fanzine zur FARE Aktionswoche, Echo 7/2007, Wiener Institut für Entwicklungsfragen und Zusammenarbeit

Das Bild zeigt schreiende (möglicherweise jubelnde) Menschen, Fahnen, Feuer und Rauch.

Die Farben sind eher düster: auf dem Bild finden sich neben der Farbe Weiß für die Schrift mehrere Rot- Abstufungen, sowie verschiedene Schwarz- Töne.

In drei schwarzen Kreisen sieht man drei verschiedene Botschaften: „amtsbekannter anti-rassist“, „amtsbekannte anti-rassistin“ und „fight racism celebrate football“.

In dem in weiß gehaltenen Text daneben, erfährt man, dass sie die Badges (Aufstecker) darstellen, die es zu jedem Fanzine gratis dazugibt.

Das zweite Bild, ein Sticker ist dem vorigen Bild sehr ähnlich. Es ist in den gleichen Farben (weiß, schwarz, Rot-Töne) gehalten, nur am oberen Rand gibt es einen bunten Streifen. Man kann klatschende, mit Fahnen wedelnde Menschen, vor allem Männer, erkennen. Vor der Gruppe ist ein Tuch gespannt. Ganz rechts im Bild sieht man einen zur Gänze ausgestreckten Arm, der mit einem ebenfalls gestreckten Zeigefinger auf etwas oder jemanden zu zeigen scheint.



Auf beiden Bildern kann man auf den ersten Blick nur Männer erkennen, es wirkt außerdem als trügen alle ihr Haar sehr kurz.

9

Der Einsatz bestimmter Farben und Symboliken vielfache Auswirkungen; es werden Assoziationen geweckt und bestimmte Bedeutungszusammenhänge aktiviert.

„Die Sinngebung der Betrachter ist durch die durch die Medien vorgegebenen Bedeutungsmuster schon vorbestimmt und beruht auf einer gewissen Konformität. Betrachter können gar nicht anders, als diese Schemata zuerst einmal zu akzeptieren, und dann ihr eigenes Bewusstsein affirmativ oder kritisch einbinden zu können.“
(Pichlhöfer 1999:46)

⁹ Sticker, FARE Action Week 2007 zur Entnahme am Wiener Institut für Entwicklung und Zusammenarbeit

Bei der Analyse der Bilder darf also nicht außer Acht gelassen werden, dass die Assoziationen die in mir geweckt worden sind, keine Allgemeingültigkeit besitzen. Ein Betrachter oder eine Betrachterin aus einem anderen sozialen und historischen Umfeld, würde in den Bildern womöglich ganz andere Dinge erkennen.

Da die beiden Bilder natürlich im Fußball-Kontext betrachtet werden müssen; stellen die Menschengruppen vermutlich eingefleischte Fußballfans dar, die ihrem Team zujubeln.

Die relativ gut erkennbaren Männer im Vordergrund der Bilder tragen alle ihr Haar sehr kurz- und lassen deswegen Erinnerungen an rechtsradikale Fans aufkommen, da die rechtsextreme Szene für kahl- rasierte Köpfe bekannt ist.

Die Farben (rot, schwarz, weiß) erinnern an die NS- Zeit, denn die Reichsflagge des Dritten Reichs bestand aus genau diesen drei Farben. Die anderen Elemente der Bilder, wie die Fahnen, der Rauch und das Feuer wirken insgesamt sehr bedrohlich. Dazu kommen die aggressiven Gesichtsausdrücke, die die Stimmung des Bildes ebenfalls beeinflussen.

Ich möchte nicht darüber urteilen, ob ein Einsatz solcher Bilder in der Antirassismus-Arbeit sinnvoll ist- dazu fehlt mir das Fachwissen. Ich beobachte aber, dass diese Bilder nicht unbedingt in die Kategorie der Bilder mit positiven Inhalten passen und in Betrachtung der anderen Bilder sieht man, dass diese deutlich aus der Reihe fallen.

Da bei FairPlay eine Grundsatzentscheidung gefallen ist; nämlich die, keine Bilder mit rassistischen oder rechtsextremen Bilder zu verwenden, stellt sich die Frage, ob FairPlay die oben gezeigten Bilder anders beurteilen würde und sie deswegen verwendet, oder ob es einen anderen Grund für den Bruch mit der positiven Linie gibt.

8.3.2 Der Einsatz von Idolen

Sportler und Sportlerinnen verfügen über positive Imagewerte und einen hohen Bekanntheitsgrad- dies hilft beim Einstieg in das politische Feld oder gesellschaftspolitischen Engagement. Trotz des leichten Einstiegs halten sich die Engagements der Sportler und Sportlerinnen in Grenzen- dies liegt einerseits an der Konstruktion des ‚unpolitischen‘ Sports, aber auch an dem Risiko, das man eingeht, wenn man sich zu einer politischen Haltung bekennt. SportlerInnen fürchten an Sympathie zu verlieren oder ihren Geschäftsbedingungen zu schaden (Pinter/Spitaler, in: Kreisky/Spitaler 2004:159).

„Sport unterliegt in seiner öffentlichen Konstruktion gerne der normativen Vorstellung von einem außeralltäglichen, neutralisierten Raum, der bewusst soziale und politische Konflikte aus seinem Wirkungsbereich verbannt.“

(Marschik 2004, in: Kreisky/Spitaler 2004:159)

Genau hier setzt FairPlay mit einem gegenteiligen Konzept an, Fanizadeh erklärt im Interview, dass Fußball immer schon politisch ist und sich durchaus dafür eignet Gesellschaftspolitik zu betreiben:

„Man kann halt Sport als Vehikel dann verwenden um Gesellschaftspolitik zu betreiben- es wird sowieso Gesellschaftspolitik im Sport betrieben, immer schon und das versuchen wir halt seit Jahren auf der Diskursebene zu verankern.“

(Fanizadeh 2007)

Dank ihrem Bekanntheitsgrad ist die Arbeit mit Sportlern und Sportlerinnen also besonders effektiv; vor allem im Schul- und Jugendbereich kann dies nützlich sein.

In der Antirassismus- Arbeit ist besonders wichtig, dass die Jugendlichen einen Fußballer das erste Mal nicht als Star, sondern als Intellektuellen wahrnehmen. In Österreich (und auch einigen anderen europäischen Ländern) kommt zu der Rassismus-Problematik hinzu, dass es kaum Vorbilder mit *„ein gewagtes Wort: Migrationshintergrund“* gibt.

Wenn also eine Fußball- Größe wie Thierry Henry über gesellschaftspolitische Probleme spricht, und welche Erfahrungen er gemacht hat, wandelt er sich von einem Fußballer zu einem Intellektuellen- die Tatsache, dass er als Schwarze Person darüber spricht steigert dies in im Blick auf seine Vorbildwirkung noch (Fanizadeh 2007).

8.3.3 Die Einbindung der Medien und der Fans

Im Sport wird immer wieder nach Anknüpfungspunkten für die Legitimierung kultureller Differenz gesucht. Vor allem die Medien spielen dabei eine nicht zu vernachlässigende Rolle.

Die Gatekeeper- Theorie wurde vom Psychologen Kurt Lewin entwickelt und besagt, dass Journalisten im Prozess der Nachrichtenselektion eine entscheidende Rolle spielen. Sie werden dabei von ihren persönlichen Interessen, der Beziehung zur Redaktion, ihrem Alltagswissen und Wahrnehmungseigenarten beeinflusst.

Ein Journalist ist maßgeblich an der Konstruktion von Medienrealität beteiligt; obwohl Journalisten darauf Rücksicht nehmen, was das Zielpublikum lesen möchte, bestimmen sie durch ihre Auswahl gleichzeitig was das Publikum zu interessieren hat (Grittmann, 2002, in: Huber, 2004:49)

Schwier beschreibt wie sich dies auswirkt:

„Nationalistische Bilder und Stimmungen gehören auch heute (noch) zum festen Repertoire des Mediensports, der bei ‚unseren‘ Athleten und Mannschaften vermeintliche nationale Charaktermerkmale und Eigenheiten zu entdecken sucht, deren Kontrahenten nicht selten in stereotyperweise Weise porträtiert und seinen Konsumenten suggeriert, daß sie- unabhängig von Alter, Bildung, Geschlecht und sozialer Lage- unter dem mythischen Banner der Nation zusammengehören.“ (Schwier 2000, in: Huber 2004:121)

Selbst oder gerade gut gemeinte Artikel transportieren immer wieder rassistische Inhalte, mein Interviewpartner Fanizadeh hat auch in diesem Bereich schon einige Erfahrungen gesammelt:

„Ich kann mich erinnern aus der Sportzeitung, das ist jetzt schon ein paar Jahre her, das hab ich lange auch in Vorträgen verwendet, also ein klassisches Beispiel für Rassismus:(...)Da war eben ein Foto- Shooting von den damaligen Kickern vom GAK Erik Akoto und Akwuegbu. Okoto ist aus Ghana und spielt in Togo und Abuegbu ist Nigerianer und die wollten eigentlich positiv, also die kamen neu in die Mannschaft und die wollten eigentlich positiv was Nettes, eine nette persönliche Story über die machen.

Und dann haben sie die halt tanzen lassen, die waren halt junge Burschen, die halt auch so blöd sind, dass sie getanzt haben für die Kamera (...)- die Burschen sind sich nicht immer sehr bewusst was sie da tun, das kann man auch nicht voraussetzen.

Und dann haben sie eine Geschichte gemacht eben über „Rhythmus liegt denen im Blut“ und so weiter- und das ist natürlich ganz fürchterlich, weil das eigentlich die Stereotype erst recht transportierte. (...) Dort hat man dann sehr direkt Kontakt aufgenommen und hat gesagt: gut gemeint, schlecht gemacht!“ (Fanizadeh 2007)

In der Medienarbeit ist es ganz wichtig, die Journalisten und Journalistinnen in die Arbeit einzubinden.

Bei Tagungen oder Projektstarts werden also Sportreporter und Reporterinnen geholt und in die Kampagnenarbeit integriert um ihre Abwehrhaltung zu verringern.

Heute ist die Kampagne so etabliert in Österreich, dass der Zugang zu den Journalistinnen und Journalisten sehr leicht ist und diese relativ häufig über die Kampagne berichten. Da hat sich sehr viel getan in den letzten Jahren und das kann man al Teil des Erfolgs von FairPlay sehen und der Konfrontation mit den Aktivitäten der Organisation (Fanizadeh 2007).

Gezielte Schulungen, Angebote oder Workshops gibt es trotz der Erkenntnis, welche Schlüsselfigur Journalistinnen und Journalisten innehaben, jedoch nicht.

Dies liegt laut Fanizadeh daran, dass bei einem Workshop eh nur die Menschen auftauchen würden, die schon sensibilisiert auf die Rassismus- Thematik sind, und nicht diejenigen, die eine Schulung nötig hätten (Fanizadeh 2007).

Eine weitere Zielgruppe sind neben der Einbindung der Fußballer und Fußballerinnen, der Vereine, der Medien und vielen weitem natürlich die **Fans**.

„Fans zuhören und mit ihnen zusammenzuarbeiten, partnerschaftlich und gleichberechtigt, das ist es, was Fanarbeit für uns bedeutet. Fanarbeit bedeutet, für uns Räume zu schaffen und Partei zu ergreifen für eine positive, lebendige Fankultur in all ihren Spielarten und all ihrer Vielfältigkeit.“
(<http://fairplay.vidc.org>, 23.5.2008)

FairPlay und FARE möchten alle aktiven Fangruppen unterstützen, die antirassistische Projekte organisieren wollen; vor allem in Regionen, wo die Vereine und Verbände nicht partizipieren wollen.

8.4 Partizipation & Widerstand

8.4.1 Finanzierung

FairPlay wird von einer Vielzahl von Organisationen finanziell unterstützt, unter anderem der Europäischen Kommission und der UEFA. Auch der ÖFB und die Österreichische Bundesliga, sowie die Sektion Sport im Bundeskanzleramt, die Stadt Wien und die EZA zählen zu den Förderern der Organisation.

Die Förderungen der EU waren 1999 daran gebunden, dass die verschiedenen Kampagnen in Europa sich zusammenschließen- so kam es zu der Geburt von FARE und folglich der Aktionswoche.

An der **Aktionswoche** gegen Rassismus und Diskriminierung, die immer im Oktober stattfindet, beteiligen sich mittlerweile 38 Länder und etwa 700 Organisationen.

Die Partizipation reicht von Schulen, Zentren und Clubs bis zur UEFA Championsleague; jedes Spiel wird in dieser Woche unter das Motto: „united against racism“ gestellt.

„Der Ansatz war immer so ‚wir können ja nicht gleichzeitig überall sein‘. (...) Es geht um die Aktivierung der ‚Community‘“. (Fanizadeh 2007)

Die Aktionswoche brachte der engagierten Organisation dann sogar einen Preis- den so genannten „Charity- Award“, welcher FairPlay damals eine Million Euro eintrug, die in ein dreijähriges Organisationsprogramm investiert wurden.

Seitdem ist auch die UEFA dabei und ist inzwischen zum wichtigsten transnationalen Förderer geworden. In der Nord- Süd- Arbeit tritt auch die FIFA als Sponsor ein.

Einer der bekanntesten Förderer der Kampagne ist wohl Nike- eine vermeintlich schwierige Situation, wenn man an internationale Mechanismen denkt, und zum Beispiel die Sportartikelproduktion und die Rolle von Nike.

Fanizadeh meint dazu, dass man immer abwägen muss ob man ohne die Geldmittel von Nike die gleichen Projekte durchziehen könnte oder nicht.

„Man muss es immer abwägen(...): Nike ist Vorreiter bei diesen Corporate Social Responsibility- Projekten, wie sie jetzt heißen. Nike hat ein großes Problem gehabt, oder hat es immer noch nur ist es besser verschleiert und besser im Griff würde ich sagen.

(...) Was man nicht zulassen darf ist, dass Nike zum Beispiel einen Einfluss drauf hätte, wie die Kampagne sich organisieren muss.

Man muss auch drauf Einfluss nehmen, dass Nike nicht über uns Werbung betreibt, und uns nicht als Werbeträger betrachtet.

(...) Das ist selber eine fragliche Entscheidung, die man halt irgendwann trifft, wobei man auch klar sehen muss, dass bloß weil das Geld sauberer aussieht von UEFA oder sonst wo, das sind ähnliche Mechanismen. Das ist überhaupt glaub ich die Frage, die sich eine NGO oder eine Kampagne immer stellt, wie sie das machen. Also ich find, ich hab persönlich meine Haltung jetzt auch klar: also ich find solange ich nicht eingeschränkt werde bei meiner Kritik, kann ich das Geld annehmen, aber das werden andere sich anders sehen.“ (Fanizadeh 2007)

8.4.2 Evaluation/ Kritik

Um sich vor Kritik zu schützen, ist es hilfreich seine Arbeit zu evaluieren. Gerade in dem relativ neuen Arbeitsfeld- dem Sport- werden gerne Ergebnisse gesehen um die Sinnhaftigkeit der Arbeit dokumentieren zu können.

Als die EU noch als Hauptförderer von FairPlay auftrat gab es laut Fanizadeh laufend Evaluationen, inzwischen seien die Evaluationen aber themen-bezogener geworden.

Es gab zum Beispiel ein Osteuropa- Projekt, bei dem es in Polen um Rechtsextremismus und Antisemitismus ging; in der Slowakei um die Förderung von Roma und Jugendlichen und am Balkan und Slowenien um Nationalismus. Bei diesen Projekten trat Nike mit einem Artikel als Sponsor auf und hat deswegen auch einen Evaluator gestellt

Im Fall von Nike und den Projekt am Balkan sah die Evaluation also folgendermaßen aus:

Nike schickte mehrere EvaluatorsInnen vor Ort, die dann beobachteten, wie gearbeitet wird und die Interviews mit den Jugendlichen führten.

Nike meldete dann, dass die lokale Bevölkerung nicht genug in die Projekte eingebunden wurde und dass man sich für die Durchführung der Projekte und Workshops mehr Zeit nehmen müsste (Fanizadeh 2007).

Fanizadeh meint, dass sie durch die Evaluierung der Arbeit sehr viel gelernt hätten. Ich frage mich jedoch, worauf ein Evaluator bzw. eine Evaluatorsin von Nike das Hauptaugenmerk legt und ob die Kritik inhaltlich möglicherweise das Ziel verfehlt.

Hilfreich wären wahrscheinlich Rückmeldungen von anderen Organisationen der Antirassismus-Szene und ein Austausch darüber, ob die Herangehensweise und die Methoden eigentlich (noch) sinnvoll sind.

Im Kapitel 5.2.2. über Anti-Rassismus wurde schon thematisiert, dass ein Hauptziel des Politischen Anti-Rassismus die Schaffung von Allianzen ist.

Da FairPlay jedoch als die „exotische Abteilung“ gilt, einen völlig anderen Ansatz hat als die meisten anderen Organisationen und außerdem professioneller ist, gibt es auf dieser Ebene kaum Kooperationen.

Nur zu der Organisation ZARA, mit der es ein wissenschaftliches Projekt über Migration im österreichischen Fußball gibt, ist die Beziehung ganz gut (Fanizadeh 2007).

Von der Organisation ZARA, deren Schwerpunkt auf der Dokumentation von Rassismusfällen liegt, wurde entgegen anfänglicher Bedenken jetzt anscheinend eine Idee übernommen.

2007 bemerkte Fanizadeh im Interview, dass FairPlay keine Rassismusfälle dokumentiert: **„Also, die Dokumentation liegt bei ihnen, wir dokumentieren nicht-ich traue mich da nicht wirklich drüber. Wenn was vorkommt, schreiben wir’s zwar auf, aber nicht systematisch.“** (Fanizadeh 2007)

Inzwischen scheint sich dies geändert haben, auf der Homepage wurde eine Servicestelle zur Berichterstattung eingerichtet:



Rassismus melden!

Ich möchte einen rassistischen Vorfall aus dem Fussballbereich melden wie zB eine rassistische Beschmierung, Beschimpfung/Beleidigung Diskriminierung, in Stadien oder auf dem Fussballfeld, usw.

Für Rückfragen bitte vollständigen Namen und Telefonnummer angeben

Wann? Wo? Wer war beteiligt?:

„Die Servicestelle
fungiert auch als
Instrument des

Monitoring und der Dokumentation von rassistischen Vorfällen im Fußballkontext.

Berichte über Rassismus werden dokumentiert und an die verantwortlichen Stellen (Bundesliga, ÖFB, UEFA, Klubs etc.) weitergeleitet.“

(<http://fairplay.vidc.org>, 25.5.2008)

8.4.3 Widerstand

Es ist „eine verbreitete Praxis unter rassismusverdächtigen oder rassistischen Organisationen, die Existenz des Rassismus ganz einfach zu leugnen.“ (Jäggi 1992:73)

Die Organisation hatte und hat wie die meisten innovativen Bewegungen natürlich nicht nur Fürsprecher, sondern auch mit Widerstand zu kämpfen.

„Also begonnen hat der Widerstand von Anfang an klassisch, also: es gibt keinen Rassismus im Fußball, es gibt keinen Rassismus im Sport- ihr bringt das Problem rein.

Das ist immer noch der Ausgangspunkt, also wenn man jetzt mit Freundinnen und Freunden redet, die jetzt in anderen Ländern mit solchen Kampagnen beginnen, ist das oft der erste Punkt: bei uns gibt's das Problem nicht.

Das haben wir trotzdem gebrochen, indem wir einfach belegt haben- es gibt das Problem. Die Sache ist; die Spieler haben immer gesagt, das Problem existiert, die Fans auch- und dann hat man aber die Funktionäre und Verbände und die Reihenfolge ist dann auch so: die Spieler haben uns immer unterstützt, also schon bei der Eröffnungspressekonferenz die wir gemacht haben 1997.

(...) Die österreichische Bundesliga hat ganz lang gebraucht, mittlerweile kooperieren wir mit ihnen. Natürlich gibt's genug Fans, die sagen ‚so ein quatsch, also die bringen die Politik ins Stadion‘ - das wäre auch so ein Klassiker.“

(Fanizadeh 2007)

Fanizadeh sieht diesen Widerstand und das Verhandeln mit Vereinen und Verbänden als Teil der Arbeit. Widerstand wird als Mittel zum Antrieb gesehen, denn gäbe es keinen Widerstand mehr, wäre eine Antirassismuserbeit nicht mehr nötig.

Das Hauptproblem ist, dass „Awareness- Raising“ nicht als bedeutende Aufgabe eingeschätzt wird (von der EU zum Beispiel die keine „Awareness- Raising“-Kampagnen mehr unterstützt).

9. Schlüsse/ Resümee

Am Ende dieser Arbeit möchte ich nun skizzieren mit welchen Fragestellungen und Erwartungen ich die Forschung begonnen habe. Ich ging davon aus, dass sich Sport und besonders Fußball wegen seiner Medienpräsenz, sehr gut dafür eignen würde gesellschaftliche Veränderungen im Bereich Rassismus herbeizuführen.

Meine grundlegende Fragestellung lautete folgendermaßen:

„Auf welche Art und Weise nutzt FairPlay den Bereich Fußball für gesellschaftspolitische Zwecke und im Besonderen für Antirassismus-Arbeit?“

Um auf diese Frage eine Antwort geben zu können, gab es einen ganzen Katalog von Fragen, der im Rahmen dieser Arbeit zuerst gestellt und beantwortet werden musste.

Welche Ziele hat die Organisation? Wer wird als Zielgruppe definiert? Welche Methoden werden eingesetzt? Wie wirksam sind die Kampagnen und wie wird dies überprüft? Was bewirkt der Einsatz von Bildern und Berühmtheiten? Wer partizipiert? Wer wird ausgeschlossen? Auf welche Probleme und Widerstände trifft FairPlay in der Praxis?

Am Anfang dieser Arbeit sah mein Konzept von Sport und Entwicklung dem der UN, die bei den Zielen von der Instrumentalisierung von Sport sogar die Erreichung von internationalen Vereinbarungen, wie den Millennium-Zielen nennt, ähnlich. Ich dachte Sport eigne sich als Instrument für jeden Aspekt von Gesellschaftspolitik.

Dass dies die Möglichkeiten sprengen würde, merkte ich relativ schnell. Selbst bei einer Einschränkung auf einen Teilbereich wie Antirassismus hat man als Organisation schon mit sehr vielen Hürden zu kämpfen.

Ich bin allerdings davon überzeugt, dass sich Fußball als Rahmen für Bewusstseins-schaffende Kampagnen anbietet. Sowohl im theoretischen Teil, als auch im Interview mit Michael Fanizadeh kristallisierte sich die gewaltige Bedeutung von Raum bzw. von Orten der Erinnerung, Orten wo Gemeinsames erlebt wird, heraus.

Die oben aufgeworfenen Fragen zu beantworten ist nicht unbedingt einfach. Die Ziele und die Methoden der Organisation sind klar definiert und ausformuliert. Bei der Frage nach der Zielgruppe wird es schon komplexer.

Auf den ersten Blick würde man meinen, die primäre Zielgruppe wären die Fans. Wenn man jedoch in die Überlegung mit einbezieht, wie viele verschiedene Akteure die Rassismus- Thematik beeinflussen wird das Feld schon größer. Die Partizipation der Vereine und Verbände, sowie die Mitwirkung der Sportler und Sportlerinnen hat FairPlay größtenteils erreicht. Doch wie sieht es zum Beispiel mit den Medien, den Journalisten und Journalistinnen aus? Trotz ihrer unwiderlegbaren Rolle in der Verbreitung von stereotypen Vorstellungen und Klischees sind sie zu einem überwiegenden Teil nicht als Zielgruppe definiert. Sie werden genutzt und gebraucht um über die FairPlay- Kampagne zu berichten. Was außerhalb dieses Rahmens, zum Beispiel bei der Kommentierung eines Fußballspiels geschieht, wird zwar kritisiert - aber es gibt keinerlei Ansätze, hier gegen Missstände vorzugehen. Es spielt dabei natürlich eine Rolle, dass es nicht ganz einfach ist alle bedeutenden Akteure auch zu erreichen. Fanizadeh hat es im Interview erwähnt: gäbe es Workshops für Journalisten und Journalistinnen würden wahrscheinlich nur diejenigen kommen, die schon sensibilisiert auf das Thema Rassismus sind.

Eine weitere Frage ist die Frage nach der Wirksamkeit der Antirassismus- Kampagnen. Wie die meisten Projekte in der entwicklungspolitischen Szene lässt sich diese Frage kaum beantworten.

Ich möchte an dieser Stelle noch einmal an die acht Voraussetzungen für die Wirksamkeit von Sozialmarketing-Kampagnen nach Leisser erinnern und erörtern, inwieweit FairPlay diese erfüllen konnte:

Trotz einer laut Fanizadeh guten Beziehung zu den Medien und der Ausstrahlung von Fernsehspots und Präsenz in einigen Tageszeitungen, kann wohl nicht von einer Monopolstellung über einen längeren Zeitraum hinweg gesprochen werden. Auch an der Erfüllung des zweiten Faktors, der Kanalisierung durch eine günstige öffentliche Grundstimmung, wage ich zu zweifeln.

Im Bezug auf die Supplementierung, also dem Gebrauch anderer Kommunikationsmittel neben den Massenmedien, kann man meiner Meinung nach von einer optimalen Nutzung sprechen. Das Angebot von FairPlay reicht von Workshops und Informationsveranstaltungen, über Schulungen, Fußballturniere und Schulaktionen bis zur oben beschriebenen Aktionswoche.

Der Faktor der Antriebskraft ist stark von der Zielgruppe abhängig; die Zielgruppe ist in diesem Fall jedoch schwer zu definieren: sind es alle StadionbesucherInnen und Fußballfans? Oder eher Jugendliche (bei der Aktionswoche etwa)?

Oder gar die Gesamtheit der Gesellschaft? Wie auch immer die Antwort ausfällt; es ist offensichtlich, dass die Zielgruppe sehr heterogen zu sein scheint und die Botschaft der Kampagne dementsprechend unterschiedlich aufgenommen wird- man kann also von einer zum Teil gegebenen Erfüllung sprechen.

Konkrete Anleitungen und Handlungsmöglichkeiten wurden auch zum Teil gezeigt, ebenso die Möglichkeiten diese auch umzusetzen, wie zum Beispiel die Möglichkeit rassistische Vorfälle auf der Homepage von FairPlay zu melden.

Die restlichen Voraussetzungen, nämlich Angemessenheit (also Fähigkeit der Einrichtung) und Zugänglichkeit sowie die Distanz-Konstellation empfinde ich als vollständig erfüllt: vor allem im Bezug auf die Distanz-Konstellation wurden die Energie und Kosten des Zielempfängers auf einem Minimum gehalten; und die Möglichkeit mitzumachen (zum Beispiel durch das Zeigen der Roten Karte gegen Rassismus) sehr leicht gemacht.

Insgesamt lässt sich also eine positive Bilanz ziehen, trotzdem lässt sich Erfolg in diesem Bereich sehr schwer messen.

Als ein weiterer Maßstab für Erfolg könnte man den Bekanntheitsgrad einer Organisation bzw. Kampagne nehmen- daran gemessen, lässt sich FairPlay wohl als sehr erfolgreich einschätzen. Trotzdem finde ich, dass die Evaluierungen der Organisation zum Teil mangelhaft sind.

Besonders kritisch finde ich, dass zum Beispiel der Förderer Nike als Evaluator eingesetzt wurde- ich denke, dass Nike auf andere Aspekte bei den Projekten achtet, als es zum Beispiel ein externer Berater oder eine externe Beraterin tun würde.

Offen bleibt meiner Meinung nach auch- obwohl sowohl mein Interviewpartner und die Informationen auf der FairPlay- Homepage besagen, dass auch außerhalb der Stadien gearbeitet wird- wie eine Antirassismus- Arbeit außerhalb der Fußballstadien funktionieren kann. Auch die Arbeit im Bezug auf die Nord- Süd- Beziehungen findet nur punktuell statt und überschreitet meines Erachtens die Kapazitäten der Organisation. Ich fände es spannend bei diesem Punkt anzusetzen, und Überlegungen zu beginnen, wie die Medienpräsenz des Sports auch für andere Bereiche, vor allem für den Bereich der Entwicklungszusammenarbeit, effektiv eingesetzt werden könnte.

Ein Vorteil der Instrumentalisierung von Sport für bewusstseinsbildende Kampagnen ist auf jeden Fall, dass durch die Medienpräsenz Menschen erreicht werden können, die im Alltag nie mit der Thematik Rassismus konfrontiert werden würden.

Für eine gezielte Anti- Diskriminierungsarbeit in einem bestimmten Raum (in diesem Fall den Fußballstadien) ist die Instrumentalisierung des Felds des Sports optimal.

Der passive Sportkonsum ist sehr groß und ständig im Wachsen begriffen; sportliche Großereignisse werden live und im Fernsehen von Massen verfolgt.

Vor allem das Fernsehen hat große kommunikative Wirkung- Meinungen und Inhalte werden übernommen; erst recht wenn sie auch noch von Prominenten bzw. „Opinion Leader“ vertreten werden.

FairPlay trägt dazu bei, dass rassistisch Diskriminierte und nicht- Diskriminierte zusammenarbeiten und dass es zu einer Auseinandersetzung mit rassistischen Realitäten durch die entsprechende Konfrontation kommt (Johnston- Arthur/Görg 2003).

Im Großen und Ganzen glaube ich daran, dass Sport in der gesellschaftspolitischen Arbeit als Chance gesehen werden muss. In Teilbereichen wie dem Antirassismus wird er schon sehr erfolgreich genutzt und ich denke, dass dies genauso gut in andere Bereiche übertragen werden kann. Ausschlaggebend dafür wird auch sein, inwieweit Sport als Instrument für entwicklungspolitische Arbeit an Akzeptanz, Anerkennung und Bedeutung gewinnen wird.

10. Bibliografie

- **Amesberger, Helga/ Halbmyar, Brigitte;** Rassismen. Ausgewählte Analysen afrikanisch- amerikanischer Wissenschaftlerinnen, Wilhelm Braumüller Verlag, Wien 1998
- **Anderson Benedict;** Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreiches Konzepts, Campus Verlag, Frankfurt/ New York 1996
- **Anderson, Benedict R. O’G;** Imagined communities, Verso Verlag, London 2006
- **Anderson Benedict;** Anderson, Benedict R. O’G.: Imagined communities : reflections on the origin and spread of nationalism, Verso Verlag, 2002
- **Arndt, Susan(Hg.);** AfrikaBilder. Studien zu Rassismus in Deutschland, Unrast, Münster 2001
- **Balibar, Etienne/ Wallerstein, Immanuel;** Rasse, Klasse, Nation – Ambivalente Identitäten. Argument Classics, Hamburg 1990
- **Back, Les/ Crabbe, Tim /Solomos, John;** The Changing Face of Football. Racism, Identity and Multiculture in the English Game, Berg Oxford/New York 2001
- **Bartz, Christina;** Sport – Medium des Fernsehens, in: **Schneider, Irmela/Hahn, Torsten/Bartz, Christina (Hg.);** Medienkultur der 60er Jahre. Diskursgeschichte der Medien nach 1945, Bd. 2, Wiesbaden 2003, S. 35-49
- **Beer, Bettina;** Körperkonzepte, interethnische Beziehungen und Rassismustheorien, Reimer, Berlin 2002
- **Bilings, Andrew C. ,Tyler Eastmen, Susan;** Selective representation of gender, Ethnicity and Nationality in American television coverage of the 2000 Summer Olympics, International review for the Sociology of Sport 37/(3–4): 351–370 35, London, Thousand Oaks, CA, New Delhi 2002
- **Blaschke, Ronny;** Im Schatten des Spiels. Rassismus und Randalen im Fußball, Verlag Die Werkstatt, Göttingen 2007
- **Bosshart- Pfluger Catherine, Jung Joseph, Metzger Franziska (Hrsg.);** Nation und Nationalismus in Europa. Kulturelle Konstruktion von Identitäten, Festschrift für Urs Altermatt, Verlag Huber, Frauenfeld 2002
- **Bowser, Benjamin (Hrsg.);** Racism and anti-racism in world perspective, Sage, Thousand Oaks, Cal 1995
- **Brunner, Markus;** The Unfinished State. Demokratie und Ethnizität in Nigeria, Institut für Afrika- Kunde im Verbund Deutsches Übersee- Institut, Hamburg 2002

- **Bundeszentrale für politische Bildung;** Fußball und (nationale) Identität, Grafstat-Unterrichtsmaterial Fußball-WM und Nationalbewusstsein, Aus: **Lars Plantholt:** "Tor für Deutschland!" Westdeutscher Nationalismus/Patriotismus im Kontext der Fußballweltmeisterschaften 1954 und 1974. (Magisterarbeit Philosophische Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität), Münster 2005, S. 21-25.
- **Burgmer, Christoph (Hg);** Rassismus in der Diskussion, Elefanten Press, Berlin 1999
- **Burkart, Roland;** Wirkungen der Massenkommunikation, Braumüller, Wien 1989
- **Claussen, Detlev;** Was heisst Rassismus? Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt 1994
- **Der Wiener am Ball;** Der Wiener Fußball-Verband informiert, Nr.5, Wien 2005/06
- **Dolic, Dubravko;** Die Fußballnationalmannschaft als „Trägerin nationaler Würde“? Zum Verhältnis von Fußball und nationaler Identität in Kroatien und Bosnien-Herzegowina, in: **Lösche, Peter/Ruge, Udine/ Stolz, Klaus(Red.):** Fußballwelten. Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft, Jahrbuch für Europa- und Nordamerika- Studien 5, Leske + Budrich, Opladen 2001, S.155-174
- **Dyck, Noel/ Archetti, Eduardo P (ed.);** Sport, Dance and Embodied Identities, Berg, New York 2003
- **Falcoz, Marc et Koebel, Michel :** Intégration par le sport: représentations et réalités, L'harmattan 2005
- **FairPlay. Viele Farben. Ein Spiel,** Echo 7/2006, Wiener Institut für Entwicklungsfragen und Zusammenarbeit, Wien 2006
- **Fanizadeh, Michael; Hödl, Gerald, Manzenreiter, Wolfram:** Global Players- Kultur, Ökonomie und Politik des Fußballs, Brandes & Apsel Südwind, Frankfurt 2005
- **Fanizadeh, Michael;** persönliches Interview, 19.Nov. Wien 2007
- **Fanzine zur FARE Aktionswoche,** Echo 7/2007, Wiener Institut für Entwicklungsfragen und Zusammenarbeit, Wien 2007
- **Fillitz, Thomas/ Gingrich, Thomas/ Rasuly-Paleczek (Hg.);** Kultur, Identität und Macht, IKO Verlag f. Interkulturelle Kommunikation, Frankfurt am Main 1993
- **Fuchs, Corinna:** Rassismus im Sport als Reflexion gesellschaftlicher Realität unter besonderer Berücksichtigung der Situation in den USA, Diplomarbeit aus Leibeserziehung am Institut für Sportwissenschaft an der Universität Wien, Wien 1999
- **Garland, Jon/ Rowe, Michael:** Racism and anti- racism in football, Basingstoke, Palgrave, 2001

- **Geulen, Christian;** Die Nation als Wille und Wirklichkeit. Historische Anmerkungen zu einer problematischen Unterscheidung, in: **Jureit Ulrike (Hrsg.);** Politische Kollektive. Die Konstruktion nationaler, rassistischer und ethnischer Gemeinschaften, Westfälisches Dampfboot, Münster 2001, S.68-80
- **Gilroy, Paul;** Das Ende des Antirassismus, In: **Diedrich Diederichsen (Hrsg.);** Yo! Hermeneutics, Berlin, Amsterdam: ID-Archiv 1992, S. 129-143.
- **Giulianotti, Richard/Bonnes, Norman/Hepworth, Mike;** Football, Violence and Social Identity, Routledge, London 1994
- **Goltermann, Svenja;** Identität und Habitus. Konzepte zur Analyse von ‚Nation‘ und ‚nationalem Bewusstsein‘, in: **Jureit Ulrike (Hrsg.);** Politische Kollektive. Die Konstruktion nationaler, rassistischer und ethnischer Gemeinschaften, Westfälisches Dampfboot, Münster 2001, S. 81-101
- **Gomes, Bea/ Schicho, Walter/ Sonderegger, Arno (Hrsg.);** Rassismus. Beiträge zu einem vielgesichtigen Phänomen, Mandelbaum Verlag, Wien 2008
- **Goonasekera, Anura (Hrsg.);** Mass media and cultural identity, Pluto Press, London 1999
- **Goonasekera, Anura/Ito, Youichi;** Mass media and cultural identity: ethnic reporting in Asia, Pluto Press, London 1999
- **Gottowik, Volker;** Konstruktion des Anderen, Reimer Verlag, Berlin 1997
- **Habermas, Jürgen;** Staatsbürgerschaft und nationale Identität., in (Ders.): Faktizität und Geltung, Suhrkamp, Frankfurt am Main 1990, S. 632-660
- **Hall, Stuart;** The Spectacle of the Other, in: **Hall, Stuart (ed.);** Representations: Cultural representations and signifying practices, Sage, London 1997, S. 223- 262
- **Hall, Stuart;** Ideologie. Kultur. Rassismus. Ausgewählte Schriften¹, Argument Verlag, Hamburg 1989
- **Heffele, Michael Ing.;** Der Fußballverein SK Rapid, seine Anhänger und Fans im Fokus von Rassismus, Nationalismus und Männlichkeit. Diplomarbeit an der Fakultät für Sozialwissenschaften der Universität Wien, Wien 2006
- **Hennig Eichberg;** Sport, Nation und Identität, Aus: **Klaus Heinemann und Manfred Schubert (Hrsg.);** Sport und Gesellschaften. (=Texte,Quellen, Dokumente zur Sportwissenschaft. 31) Schorndorf: Hofmann 2001, s. 37-61
- **Hess, Sabine/Lindner, Andreas;** Antirassistische Identitäten in Bewegung, edition diskord, Tübingen 1997

- **Huber, Martin;** Die Bedeutung heimischer Sportserfolge für die österreichische Identität. Der Mythos Cordoba und die Rolle der Medien im nationalen Identifikationsprozess; Diplomarbeit (Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften), Wien 2004
- **Hund, Wulf D.;** Die soziale Konstruktion natürlicher Ungleichheit, Westfälisches Dampfboot, Münster 1999
- **Interface (Hg.);** Widerstandsbewegungen. Antirassismus zwischen Alltag und Aktion, Verlag Assoziation A, Berlin/Hamburg 2005
- **Ito, Youichi;** Theories on the Mass Media and Ethnicity: How do the Mass Media Affect Ethnicity and Related Problems?, in: **Goonasekera, Anura/Ito, Youichi;** Mass media and cultural identity: ethnic reporting in Asia, Pluto Press, London 1999, S.11-30
- **Jacobs, Ronald;** Race, media and civil society, International Sociology 1999; 14; 355
- **Jäger, Uli;** Zum Beispiel Fußball, Lamuv Verlag, Göttingen 1998
- **Jäggi, Christian J.;** Rassismus. Ein globales Problem, Orell Füssli Verlag, Zürich 1992
- **Johnston-Arthur, Araba/ Görg, Andreas;** Campaigning against racism, In: Kurswechsel, Nr. 1, Wien 2000
- **Jureit Ulrike (Hrsg.);** Politische Kollektive. Die Konstruktion nationaler, rassistischer und ethnischer Gemeinschaften, Westfälisches Dampfboot, Münster 2001
- **Keim Marion;** Nation Building at Play. Sport as a Tool for Social Integration in Post-apartheid South Africa, Sport, Culture & Society, Vol. 4, Meyer & Meyer Sport, Oxford 2003
- **Knoch, Habbo;** Gemeinschaft auf Zeit. Fußball und die Transformation des Nationalen in Deutschland und England, in: **Lösche, Peter/ Ruge, Undine;** Fußballwelten. Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft, Jahrbuch für Europa- und Nordamerika- Studien 5, Leske + Budrich, Opladen 2002, S.117- 153
- **Koweindl, Martina/Krenn Martin;** Arbeiten gegen Rassismen: [Kunst im öffentlichen Raum Wien; eine Plakatserie entlang der Straßenbahnlinie D, Remaprint, Wien 2005
- **Kreisky Eva/Spitaler Georg;** Arena der Männlichkeit. Über das Verhältnis von Fußball und Geschlecht, Campus Verlag, Frankfurt/ New York 2006
- **Krauss, Werner;** Football, Nation and Identity: German Miracles in the Postwar Era, in: **Dyck, Noel/ Archetti, Eduardo P (ed.);** Sport, Dance and Embodied Identities, Berg, New York 2003, S. 197-215

- **Krockow, Christian von;** Sport, Gesellschaft, Politik: eine Einführung, Piper, München 1980 Verlag
- **Liebes, Tamar/Curran, James;** Media, ritual and identity, Routledge, London 1998
- **Leisser, Iris;** Rassismus im europäischen Fußball, Diplomarbeit aus Leibeserziehung, Institut für Sportwissenschaft der Universität Wien, Wien 2000
- **Lösche, Peter/Ruge, Udine/ Stolz, Klaus(Red.):** Fußballwelten. Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft, Jahrbuch für Europa- und Nordamerika-Studien 5, Leske + Budrich, Opladen 2002
- **Maarten van Bottenburg;** A Global Panorama of Sports, Chapter 1, aus: Global Games, University of Illinois Press, Urbana 2001, S.1-14
- **MacClancy, Jeremy;** Sport, Identity and Ethnicity, Berg, Oxford 1996
- **Markom, Christa/Weinhäupl Heidi;** Vortrag „Rassismen, Exotismen, Sexismen: „Fremde“ und der westliche Blick, Wien 2007
- **Marschik, Matthias;** Vom Idealismus zur Identität: der Beitrag des Sportes zum Nationsbewusstsein in Österreich (1945- 1950), Turia + Kant, Wien 1999
- **Matouschek, Bernd;** Böse Worte? Sprache und Diskriminierung. Eine praktische Anleitung zur Erhöhung der „sprachlichen Sensibilität“ im Umgang mit den Anderen, Grünen Bildungswerkstatt Minderheiten, Wien 1999
- **Michel, Paul (Hrsg.);** Symbole im Dienste der Darstellung von Identität, Lang, Bern/ Wien 2000
- **Metin, Mehmet;** Rassismus in der Sprache, Fischer Verlag, Frankfurt 1990
- **Metzger, Wolfgang;** Der Begriff des Gentleman und der Fairplay- Gedanke auf dem kritischen Prüfstand der modernen modernen englischen Industriegesellschaft des 20. Jahrhunderts, Universität Wien 2000
- **Müller, Sabine(Hrsg.); Blackness, transnational,** Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften, Innsbruck: Studienverlag 2006
- **Niven, David;** Race, Quarterbacks, and the Media: Testing the Rush Limbaugh Hypothesis, Journal of Black Studies 2005; 35; 684
- **Novy, Andreas;** Entwicklung gestalten. Gesellschaftsveränderung in der Einen Welt, Brandes & Aspel/ Südwind, Frankfurt 2002
- **Pichlhöfer, Harald;** Typisch Afrika. Eine semiotische Studie, Sonderzahl, Wien 1999
- **Pfister, Gertrud;** Wem gehört der Fußball? Wie ein englisches Spiel die Welt eroberte, in: **Kreisky Eva, Spitaler Georg;** Arena der Männlichkeit. Über das

Verhältnis von Fußball und Geschlecht, Campus Verlag, Frankfurt/ New York 2006, S.37-56

- **Poliakov, Léon/Delacampagne, Christian/Girard, Patrick;** Über den Rassismus. Sechzehn Kapitel zur Anatomie, Geschichte und Deutung des Rassenwahns, Klett-Cotta, Frankfurt 1984
- **Reitsamer, Rosa/Weinzierl, Rupert (Hg.);** Female Consequences. Feminismus Antirassismus Popmusik, Löcker, Wien 2006
- **Ronsbo, Henrik;** The Embodiment of Male Identities: Alliances and Cleavages in Salvadorean Football, in: **Dyck, Noel/ Archetti, Eduardo P (ed.);** Sport, Dance and Embodied Identities, Berg, New York 2003, S.157- 175
- **Sands, Robert R. (ed.);** Anthropology, sport and culture, Bergn & Garvey, Westpor 1999
- **Sarasin, Philip;** Die Wirklichkeit der Fiktion. Zum Konzept der *imagined communities*, in: **Jureit Ulrike (Hrsg.);** Politische Kollektive. Die Konstruktion nationaler, rassischer und ethnischer Gemeinschaften, Westfälisches Dampfboot, Münster 2001, S. 22-45
- **Simons, Herbert D.;** Race and Penalized Sports Behaviors, International Review for the Sociology of Sport, 2003; 38; 5
- **Schmuhl, Hans-Walter;** Rassen“ als soziale Konstrukte, In: **Jureit, Ulrike (Hrsg.);** Politische Kollektive. Die Konstruktion nationaler, rassischer und ethnischer Gemeinschaften, Westfälisches Dampfboot, Münster 2001, S.163- 179
- **Schulze, Hagen;** Staat und Nation in der europäischen Geschichte. Beck, München 1994
- **Skovmand, Michael (Hrsg.);** Media cultures: reappraising transnational media, Routledge, London 1992
- **Spitaler Georg;** Mediensport und symbolische Politik in Österreich- Populistische Artikulationen und die Ressource ‚authentischer‘ Vertretung, Dissertation (an der Fakultät für Sozialwissenschaften der Universität Wien), Wien 2004
- **Sütterlin, Christa;** Symbole und Rituale im Dienste der Herstellung und Erhaltung von Gruppenidentität, in: **Michel, Paul (Hrsg.);** Symbole im Dienste der Darstellung von Identität, Lang, Bern/ Wien 2000
- **Tanner, Jakob;** Nation, Kommunikation und Gedächtnis. Die Produktivkraft des Imaginären und die Aktualität Ernest Renans, in: **Jureit Ulrike (Hrsg.);** Politische

Kollektive. Die Konstruktion nationaler, rassistischer und ethnischer Gemeinschaften, Westfälisches Dampfboot, Münster 2001, S. 46- 67

- **Vester, Heinz-Günther;** Kollektive Identitäten und Mentalitäten, IKO Verlag f. Interkulturelle Kommunikation, Frankfurt am Main 1996
- **Womack, Mari;** Symbols and meaning: a concise introduction, Alta Mira Press, Oxford 2005

Methodik:

- **Beer, Bettina (ed.):** Methoden und Techniken der Feldforschung, Reimer, Berlin 2003
- **Brandhuber, Gabriele:** Reader des FF Seminars „Spring ins Feld“ 2003
- **Schmidt, Christiane:** Analyse von Leitfadeninterviews. In: Flick Uwe, Ernst von Kardorff, und Ines Steinke (eds.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg 2007, S. 447 – 456
- **Mayring, Philipp:** (2007) Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick Uwe, Ernst von Kardorff, und Ines Steinke (eds.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg 2007, S.468 – 475
- **Panofsky, Erwin:** Ikonographie & Ikonologie, Du Mont Literatur und Kunst Verlag, Köln 2006

Internetquellen:

- **www.vidc.at/fairplay**
- **www.farenet.org**
- **www.fifa.com**
<http://de.fifa.com/aboutfifa/marketingtv/factsfigures/tvdata.html> (Zugriff 4. 8.08), FIFA
- **DerStandard.at;** Interview Michael Fanizadeh, Die Fans waren sehr offen, 29.März 2007
- **Uni-giessen.de;** Prof. Dr. Jürgen Schwier, Sportsoziologie – Problemfelder und Forschungsschwerpunkte
- http://www.coe.int/T/DG4/Sport/Default_en.asp, Council of Europe
- **<http://www.qualitative-research.net/organizations/or-exp-d.htm>;** Liebold, Renate/Trinczek Rainer 2002

- **www.igkultur.at** IG Kultur Österreich; "Kulturarbeit und Politischer Antirassismus. Antirassistisches Positionspapier der IG Kultur Österreich". (Johnston-Arthur, Araba Evelyn/ Görg, Andreas) 2003
- **www.un.org/sport2005**
- **www.zara.at** (Rassismus- Report 2005/Österreich ZARA)
- **www.soziologie.uni-halle.de/langer/pdf/meth1/inhaltan.pdf** (Dr. Langer)
(Zugriff am 14.04.2008)
- **www.jochen-hippler.de** (Politikwissenschaftler)
- **Langenscheidt Fremdwörterbuch**, © Langenscheidt KG, Berlin und München
<http://services.langenscheidt.de/fremdwb/fremdwb.html>

ANHANG

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Themen Rassismus und Antirassismus und im Besonderen mit Rassismus und Antirassismus im Fußball. Zuerst werden die Geschichte und die Formen von Rassismus beleuchtet mit genauer Betrachtung der Konstruktion von Identität und kollektiver Identität. Des Weiteren wird die Rolle der Medien bei der Entstehung von Stereotypen und Rassismus dargestellt, sowie das Besondere im Feld des Fußballs; wie zum Beispiel die Ausnahmesituation im Stadion und der Einsatz von Symbolen und Ritualen als identitätsstiftendes Element.

Die Organisation „FairPlay. Viele Farben. Ein Spiel“ nutzt die Rahmenbedingungen im Fußball (Organisation, Reichweite, Medienpräsenz), um viele verschiedene Menschen mit antirassistischen Inhalten zu erreichen. Die Analyse der Organisation geschieht mittels der Betrachtung ihrer Tätigkeitsbereiche und Ziele, der eingesetzten Methoden sowie der Partizipation der verschiedenen Akteure.

Der Schwerpunkt von „FairPlay“ liegt in der Öffentlichkeitsarbeit und auf Bildungsprojekten; ein weiteres Ziel ist das Umdeuten des Raums. Das Stadion dient als Ort der Erinnerung; als Ort, wo „community building“ stattfindet, und soll als solcher neubesetzt werden, und zu einem Ort werden, der sich durch eine Nicht-Akzeptanz von Rassismus kennzeichnet.

Fußball eignet sich einerseits wegen seiner Reichweite und Popularität als Instrument für Antirassismus-Arbeit, ist aber gleichzeitig ein Feld wo es oft zu rassistischen Übergriffen oder Vorfällen kommt- auch deswegen ist es wichtig zu sehen, dass Fußball über seine eigentliche Bedeutsamkeit hinausstrahlt und genutzt werden kann um viele Menschen zu erreichen und als Vehikel verwendet werden kann um Gesellschaftspolitik zu betreiben (Fanizadeh 2007).

Abstract

The present thesis is dealing with the topics racism and antiracism and especially racism and antiracism in football. The analysis is being approached by focusing on the history of racism and its different forms of appearance, also regarding the role of constructing identities. Furthermore the thesis focuses on the role of the media and its influence on the development of stereotypes and racism.

Further, the thesis is dealing with the special circumstances in the field of football, like the atmosphere in a stadium during a game, fan-behavior and the adoption of signifying practices, symbols and rituals.

The organisation 'FairPlay. Viele Farben. Ein Spiel.' uses the framework of football, as the network, the reach and its presence in the media, to reach many different people with antiracist matters. The analysis of the organisation is being approached by focusing on the areas of operation and goals, the deployed techniques and the grade of participation of all different protagonists.

'FairPlay' puts its main focus on public relations work and education; another main goal is to reinterpret space. Stadiums often serve as places of remembrance, places where community-building happens; and as such 'FairPlay' tries to give it a new interpretation as a place that is characterised by not accepting any types of racism.

Football can be used as a tool for antiracism work because of its reach and its popularity but at the same time it is often being used as a stage for racist behavior. Thus it is important to recognize that football is more than just a game- it can be used to reach a lot of people and as a medium for social policies (Fanizadeh 2007).

Lebenslauf

Caroline Ijeoma Nwafor

Geboren am 22.05.1983 in Wien

Wohnort: Wien

Ausbildung:

2003 – 2009	Universität Wien Individuelles Diplomstudium „Internationale Entwicklung“ Spezialisierungen im Rahmen der Wahlfächer: Sozialpolitik, Migration und Integration, Armut & Armutspolitik
2003-2008	Universität Wien Studium “Kultur- und Sozialanthropologie”
2006- 2007	Universität Nice Sophia Antipolis (Austauschprogramm Erasmus)
1997 – 2002	Bildungsanstalt für Kindergartenpädagogik

Berufliche Tätigkeit:

2009	Kulturkontakt Austria Übersetzung eines wissenschaftlichen Texts (Französisch- Deutsch)
2005- 2008	Agip Austria

Praktikum und ehrenamtliche Tätigkeit:

2006	CARE Austria- Marketingabteilung
2005	Black Voice Europe Magazine (afro-österreichische Zeitschrift)

Kenntnisse:

Englisch fließend in Wort und Schrift
Französisch Fortgeschritten in Wort und Schrift
Spanisch (geringe Kenntnisse)
MS-Office