

Fußball: Nationale Identität und Formen von Maskulinität in Costa Rica*

In diesem Beitrag werden vier Hauptthemen behandelt. Erstens werden Prozesse nationaler Identifikation während Fußballmeisterschaften untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass Fußball ein zutiefst nationalisiertes Ereignis ist; sie deuten aber auch an, dass nationale Identität nicht monolithisch konstruiert wird, dass sie sich verändert, kontextabhängig ist und sich je nach Zeiten und Umständen wandelt.

Zweitens werden Diskurse rund um den Fußball analysiert, die „Nationalstolz“ und Männlichkeitsgehebe verknüpfen, zum Beispiel wenn Fans über sich selbst und ihre Gegner mit Ausdrücken wie „Wir haben sie gefickt“ oder „sie haben uns gefickt“ sprechen. Die Diskussionen über Gender und Nation haben häufig die feminisierte Darstellung von Nationalität hervorgehoben; es gab aber auch immer Bemühungen, das maskulinisierte Bild von Nationalität zu erforschen, wozu sich gerade die Erzählungen im Zusammenhang mit Fußball anbieten.

Drittens werden die Bereiche Triumph und Niederlage, verbunden mit Stolz beziehungsweise Demütigung, näher betrachtet. Während der Weltmeisterschaft in Japan und Südkorea 2002 verschob sich der Tonfall der Erzählungen in Costa Rica, vom Triumph nach dem Sieg gegen China über Wiedergutmachungsforderungen angesichts des in der Vorrunde verlorenen Spiels gegen die Türkei bis zur Niederlage gegen Brasilien. Die Wechselfälle des Fußballs erlauben überbordendes Feiern, verlangen aber auch, dass bei einer Niederlage die Gefühle gebändigt werden.

Daraus ergibt sich viertens die Schlussfolgerung, dass nationale Identität und Männlichkeitsgehebe zwar mit Vorstellungen und Forderungen nach Achtung und Respekt zu tun haben, infolge einer Aushöhlung der gemeinsam repräsentierten und institutionalisierten Vorstellung und materiellen Basis aber

* Dieser Artikel erschien im Original unter dem Titel „Football: Forging Nationhood and Masculinities in Costa Rica“ in: *The International Journal of the History of Sport*, Bd. 22, Nr. 2, März 2005, S. 212-230. Er wurde nachgedruckt in: Wood, David, & Louise Johnson (Hg.): *Sporting Cultures: Hispanic Perspectives on Sport, Text and the Body* (London: Routledge 2008). Eine ausführlichere Interpretation der Rolle von Fußball in der Gesellschaft Costas Ricas findet sich in meinem Buch: Sandoval-Garcia 2006.

beide auch in einer Krise stecken. Fußball konstituiert einen privilegierten Raum, um Kontinuitäten und Brüche in der Art und Weise zu analysieren, wie nationale Identität und Maskulinität in dieser Krisensituation Ausdruck finden.

Ein populärer öffentlicher Bereich?

Am Morgen vor dem entscheidenden Spiel zwischen Costa Rica und den USA, das ersterem die Qualifikation für die Weltmeisterschaft 2002 in Japan und Südkorea sicherte, kam ein Mädchen in den Kindergarten, dessen Wangen mit der Nationalfahne bemalt waren. Nach den Qualifikationsspielen skandierte eine Gruppe von Kindern, ungefähr im gleichen Alter, „Olé, olé, olé, olé, ticos, ticos, ticos“, und schwenkte die Fahne von Costa Rica für die Autofahrer, die an der Kreuzung vorbei fuhren, wo sie feierten. Obwohl die meisten dieser Kinder noch nicht lesen und schreiben können, identifizierten sie sich selbst als Fußballfans und dadurch als Costaricaner. Am Tag nach dem Spiel rief der Präsident des Landes zu nationalen Feiern auf, öffentliche Bedienstete durften sich dafür frei nehmen. Der Unabhängigkeitstag von Costa Rica ist der 15. September, doch 2001 wurde der „nationale“ Tag auf den 5. September verlegt, den Tag, als sich Costa Rica durch den 1:0-Sieg über die USA für die Weltmeisterschaft 2002 qualifizierte.

Vier Jahre zuvor war Costa Rica in der Qualifikation für die Weltmeisterschaft 1998 in Frankreich nach einer Niederlage gegen Jamaika ausgeschieden. Nach dem entscheidenden Qualifikationsspiel wollten die Anhänger, die meisten davon Männer, das Ergebnis nicht glauben. Einige Jugendliche „widerriefen“ sogar ihre Nationalität: „Bei einem solchen Team ändere ich lieber meine Nationalität“, wird einer von ihnen in der Presse zitiert. Ein Foto in *La Nación*, der führenden Tageszeitung in Costa Rica, zeigt ein Plakat eines Fans, auf dem steht: „Ich bin Nica, wir sind Nicas“ (*La Nación*, 8. 9. 1997), d.h. „wir sind Nicaraguaner“. Angesichts der historischen Rivalität zwischen den beiden Nationen kann ein Costaricaner in seiner Verzweiflung kaum eine drastischere Maßnahme ergreifen, als sich selbst als „Nicaraguaner“ zu bezeichnen. Für einige Fans stellt eine Niederlage in einem Fußballspiel, also in einer der am stärksten „nationalisierten“ und „maskulinisierten“ kulturellen Praktiken, genau eine solche verzweifelte Situation dar (Sandoval-Garcia 2004: xiii).

Das war 2001 anders. Die Nationalmannschaft hatte sich bereits zwei Spiele vor dem Ende der Runde als Gruppenerste die Teilnahme am Weltturnier gesichert. Nachdem ich im Stadion gewesen war und die Medienberichte über dieses für ein Land, das sich nur zweimal für die Weltmeisterschaften qualifiziert hatte, epische Ereignis gelesen hatte, fragte ich mich, welche

andere Aktivität die Möglichkeit bietet, einen gemeinsamen Sinn für nationale Identität zu stiften – zwischen Menschen mit unterschiedlichem sozialen Hintergrund, die – abgesehen vom Fußball – im Alltag wenig Gemeinsamkeiten haben. Tatsächlich ist die Nationalmannschaft bekannt als „el equipo de todos“ („das Team aller“). Es ist nicht klar, wer „wir“ in diesem Slogan ist, aber er illustriert, was Robert Stam als „das Regime des fiktiven Wir“ beschrieben hat (zitiert nach: Morley 2000: 185).

Dieses gegenüber der Nationalmannschaft konstruierte Gefühl der Zugehörigkeit scheint auch mit dem zu korrespondieren, was Michael Billig (1995: 93) „banalen Nationalismus“ genannt hat, Formen nationaler Identifikation, welche nicht mit den Aufklärungs-Diskursen zusammenfallen, die den Aufstieg des europäischen Nationalismus im 18. Jahrhundert begleiteten. In diesem Zusammenhang ist wichtig zu fragen, in welchem Ausmaß diese alltäglichen kulturellen Formen als populäre Formen eines öffentlichen Raums interpretiert werden können. Das Konzept des populären öffentlichen Raums betont, dass das idealisierte Verständnis der Öffentlichkeit, wie es Jürgen Habermas formuliert, auf einer bedeutenden Anzahl von Ausschlüssen beruht. Nancy Fraser argumentiert, dass „das Problem nicht nur darin besteht, dass Habermas die liberale Öffentlichkeit idealisiert, sondern dass es ihm nicht gelingt, andere, konkurrierende, nicht-liberale und nicht-bourgeoise öffentliche Räume zu untersuchen“ (Fraser 1989: 113-115). Tatsächlich hat Habermas selbst diese Beschränkungen erkannt (ebd.).

Fußball ist vermutlich eine der wenigen öffentlichen Arenen, in denen die meisten Menschen glauben, die Möglichkeit, sich freizügig zu äußern, sei eine Voraussetzung für „praktiziertes Bürgerengagement“ („practical citizenship“ – Lister 1998: 77). Angesichts der Tatsache, dass bestimmte Eliten exklusiv über den größten Teil des kulturellen und symbolischen Kapitals verfügen, das erforderlich ist, um in die Politik einzugreifen (vgl. Bourdieu 1984), wird Fußball zu einem Ort, an dem – überwiegend – Männer sich frei fühlen, zu sprechen. Durch diese populären öffentlichen Räume werden Formen der Gesellschaftlichkeit und Subjektivität geschaffen. Diese sind wesentlich für die Bildung kollektiver Vorstellungen und möglicherweise sogar effektiver als die mit Politik oder Sozialisation verknüpften formalen Institutionen.

Menschen fühlen sich sowohl fähig als auch „autorisiert“, in der Öffentlichkeit über Fußball zu sprechen. Sie wissen Bescheid über Taktik und Ästhetik des Fußballs, aber es ist normalerweise sehr viel schwieriger für sie, Debatten etwa über Strukturanpassung zu folgen, vermutlich die wichtigste politische Veränderung in Lateinamerika in den vergangenen 20 Jahren. In Costa Rica finden die Ausscheidungsrunden für die Weltmeisterschaft im Männerfußball ein Jahr vor den allgemeinen Wahlen statt, wodurch die

Fußballarena zum besten Forum für die Kampagnen der Kandidaten wird. Doch nutzen die meisten Menschen die analytischen Fähigkeiten, die sie dem Verständnis von Fußball widmen, nicht in politischen Debatten.

Dieser populäre öffentliche Bereich bietet Kriterien, die wir nutzen können, um kollektive Erinnerungen zu systematisieren. Während politische Geschichte zum Beispiel Kriege als Gründungsereignisse für nationale Identität betrachtet, organisieren Fußballfans Geschichte um „epische Ereignisse“ im Fußball. Im Fall Costa Ricas heißt das, Geschichte wird geteilt in vor und nach Italien '90, der ersten Weltmeisterschaft, an der die Nationalmannschaft teilnahm. Weltmeisterschaften werden so Wendeereignisse, um die herum Brüche und Kontinuitäten organisiert werden, und solche Brüche werden als historisch erinnert. In der Tat lautet einer der häufigsten Slogans, den die *Cheerleader* im Stadium vor dem Spiel, in dem sich Costa Rica qualifizierte, benutzten: „Heute wird Geschichte geschrieben. Costa Rica wird zum Weltcup in Japan und Korea (*sic*) fahren.“

Die Repräsentation von nationaler Identität durch Sport und insbesondere durch Fußball könnte zudem die Tatsache widerspiegeln, dass andere Formen, Nationalbewusstsein zu repräsentieren, in den vergangenen Jahren weniger bedeutsam geworden sind. Formale Ikonen nationaler Identität, wie etwa traditionelles Essen, mündlich überlieferte Geschichten, Gründungsväter und ähnliches haben im Alltag an Bedeutung verloren. Gleichzeitig hat Sport einen intensiven Prozess der Internationalisierung und Globalisierung erfahren, wodurch er zum augenfälligsten Spielfeld transnationaler Praktiken und Institutionen geworden ist (Bairner 2001: 11). Der gefeierteste Schlachtruf während der Qualifikationsrunden war „Si se puede“ („Wir können es schaffen!“), ein Ausdruck, den einflussreiche Persönlichkeiten aus den unterschiedlichsten Kreisen verwenden. Selbst der Präsident der Republik unterstrich nach dem Sieg von Costa Rica über Mexiko, dass ein solcher Sieg ein „Beispiel dafür ist, was *ticos* können“.²

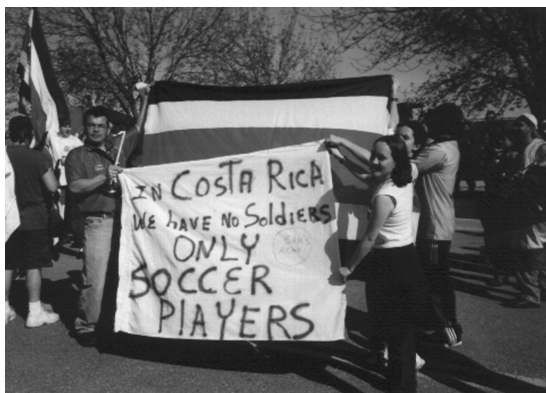
Diese „historischen“ Ereignisse werden als nationale Geschichte erinnert und zunehmend in eine globale Arena eingefügt. Globalisierung höhlt den Nationalstaat nicht nur aus, vielmehr könnte ohne eine globale Arena, in die die Nation eingeschrieben wird, auch das Gefühl nationaler Zugehörigkeit nicht entstehen. Bei Fußballturnieren werden die Nationalmannschaften gerade dadurch bedeutsam, dass es einen globalen Kontext gibt, in dem Nation Sinn ergibt (King 2000; Klein 1997), und Weltmeisterschaften sind eine der wichtigsten institutionellen Gelegenheiten, durch die die Nation sich in die globale Arena einprägt (und sinnvoll wird).

Dennoch kann die Identifikation von Fußballkulturen als populäre Formen des öffentlichen Bereichs als „kultureller Populismus“ gekennzeichnet

werden, weil populäre Kultur unkritisch gefeiert wird, ohne sich um Ideologien oder Machtbeziehungen in Fußballkulturen zu kümmern (McGuigan 1997). Die Annahme, dass Fußball eine Form des populären öffentlichen Raums in Lateinamerika ist, ist ein Versuch, die These zu überwinden, nach der die Popularität des Fußballs einfach eine Manipulation als Folge einer vorherrschenden ideologischen Macht darstellt. Fußball wird zu einem populären öffentlichen Bereich nicht in einer feierlichen Art und Weise, sondern als Resultat der Exklusivität, um die herum die sogenannte seriöse Politik üblicherweise institutionalisiert ist. Doch dieses Etikett „kultureller Populismus“ macht uns das Ausmaß klar, in dem dieser populäre öffentliche Bereich ein Ort für die Reproduktion des hegemonialen Diskurses über nationale Identität und Verschiedenheit sein kann.

So zeigt Abb. 1 eine Gruppe von Fans, die ein Poster mit der Aufschrift hochhalten: „In Costa Rica haben wir keine Soldaten, SONDERN NUR FUSSBALLSPIELER“ (Hervorhebung im Original). Das spielt auf die Abschaffung der Armee an, eine der mächtigsten Ikonen nationaler Identität in Costa Rica.³ Um seine Unterschiedlichkeit zu betonen, hat Costa Rica immer wieder auf seine Stabilität in einer höchst unbeständigen Region verwiesen, besonders während der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Der Verfasser des Posters nahm es mit in die USA, in der Absicht, Politik und nationale Identität von Costa Rica durch Fußball zu veranschaulichen. Dieses Beispiel illustriert auch *Abb. 1*

das Ausmaß, in dem offizielle Bilder von nationaler Identität, wie das Fehlen von Militär, von einfachen Klassen verinnerlicht wurden. Tatsächlich sind die überzeugendsten Bilder von nationaler Identität jene, denen es gelingt, komplizierte Diskurse in Populärkultur zu übersetzen.



(Mit freundlicher Genehmigung von Patricia Fumero)

Die Rassifizierung des „Anderen“

Jegliche optimistische Interpretation des Fußballs als eines populären öffentlichen Bereichs, der neue Formen von Staatsbürgerschaft in von Ausschluss

geprägten Nationen ermöglicht, wird gedämpft durch seine Rolle als eines Ortes, wo rivalisierende nationale Teams als ein „Anderes“ repräsentiert werden, und dies besonders durch die Artikulation von rassifizierten und sexualisierten Bildern (Pickering 2001; Clarke 2003). Die Spieler von Trinidad und Tobago zum Beispiel wurden während des Spiels in San José als *negros* (Schwarze) und als *hijueputas* (Niggersöhne von Huren) bezeichnet. Das ist interessant, denn obwohl die Hälfte des Teams von Costa Rica entweder braun oder schwarz ist, sind in diesem Zusammenhang die anderen die *negros*. Die Fans betrachteten die Spieler von Costa Rica nicht als Schwarze, obwohl der berühmteste Spieler von Costa Rica, Pablo Wanchope, der früher bei Manchester City und beim spanischen Club Málaga spielte, schwarz ist. Schwarz zu sein kennzeichnet den anderen, nicht einen selbst, und bestätigt, dass die Fixierung auf „Rasse“ nicht so sehr auf die äußere Erscheinungsform zielt als vielmehr auf die Einbettung in eine ideologische Repräsentationsarbeit. Sie dient weniger der Reflexion über jene, die einer Rasse zugeordnet werden, sondern stellt vielmehr eine Projektion der Gefühle und Ängste der Produzenten solcher Bilder dar.

Ein weiteres wichtiges Beispiel, das diese Prozesse der Konstruktion von Anders-Sein illustriert, ist die Repräsentation der Mannschaft der USA. Da die meisten US-Spieler weiß sind, war eine rassische Stereotypisierung kein Thema. Tatsächlich war eines der am stärksten prägenden Selbstbilder Costas seit dem 19. Jahrhundert das einer weißen Bevölkerung. Weiß zu sein wird allgemein als erstrebenswert betrachtet und es gab sowohl verschiedene Initiativen, die Bevölkerung „weiß zu machen“ als auch Bestrebungen, die *mestizos* als weiß darzustellen. In diesem Zusammenhang war der häufigste Beiname für das US-Team „Hurensöhne“, eine Beleidigung, mittels derer Männer in Costa Rica wie in Lateinamerika insgesamt männliche Ehrbarkeit unterhöhlen.⁴ Als die US-Mannschaft aufs Feld kam, wurden die Schreie „Hurensöhne“ zu einem Chor, während die Stimme über die Stadion-Lautsprecher die Fans aufforderte zu „zeigen, dass wir ein Land der Kultur sind, Freunde, die zur Weltmeisterschaft fahren“.

Noch interessanter waren die Geschehnisse in einer Bar in der Nähe der Universität von Costa Rica (der wichtigsten Institution für höhere Bildung), wo Studenten auf dem Weg waren, um sich das Spiel zwischen den Vereinigten Staaten und Costa Rica, das in Kansas City ausgetragen wurde, anzuschauen. Die US-Mannschaft traf in der zweiten Hälfte und gewann. Nach dem Spielende waren die Studenten aufgebracht über das Ergebnis und begannen, in Richtung des Fernsehers in der Bar „Hurensöhne“ zu rufen und zu gestikulieren. Kurze Zeit später begannen sie, Plastikbecher auf eine kleine Gruppe US-amerikanischer Austauschschüler zu werfen, die zufällig

anwesend waren. Nahezu die Hälfte der costa-ricanischen Studenten war weiblich. Glücklicherweise reagierten die US-Studenten nicht, denn nach einigen Stunden des Biertrinkens hatte sich ein Arsenal an Flaschen angesammelt, die das Rohmaterial für einen größeren Kampf hätten liefern können.

Zwei wichtige Schlussfolgerungen können aus den Spielen gegen das US-Team gezogen werden. Erstens gab es, abgesehen von „Hurensöhnen“, was eine gängige, allgemeine Beleidigung ist, keine spezifische kulturelle Form, um die Konfrontation mit den USA auszudrücken. Dieses Fehlen ist höchst bemerkenswert in Zentralamerika, wo die US-Politik seit dem späten 19. Jahrhundert eine beherrschende Macht ist. Zweitens, und möglicherweise wichtiger, bestätigt dieses Beispiel, wie schwierig es ist, zwischen organisiertem Rowdytum und spontaner Gewalt zu unterscheiden. In diesem Fall waren gewaltsame Reaktionen nicht beschränkt auf, sagen wir, Leute von der Arbeiterklasse mit geringer formaler Bildung. Wie Les Back, Tim Crabbe und John Solomon (1999: 423) im Fall von England betont haben, scheinen vielmehr Gewalt und Stigmatisierung des anderen in Fußballkulturen stärker kontextabhängig und beherrschend zu sein als bislang angenommen. In der Tat gehörten die meisten Studenten, die in der Bar versammelt waren, zur Mittelklasse und waren normalerweise nicht gewalttätig oder „unzivilisiert“. Dieser und andere Fälle legen möglicherweise die Vermutung nahe, dass Gewalt oder Stigmatisierung in den Formen der Gesellschaftlichkeit und Subjektivität breiter sozialer Schichten tief verwurzelt und nicht beschränkt sind auf den Arbeiterklassen-„Mob“. Diese Formen der Stigmatisierung werden unter bestimmten Umständen aktiviert oder mobilisiert und folgen nicht notwendig einem strukturellen Muster, das vermuten ließe, symbolische und physische Gewalt seien unter Fans aus der Arbeiterklasse endemisch. Vielmehr ist es notwendig, sich „die Bandbreite der *sportlichen Zusammenhänge, in denen Prozesse der Rassifizierung stattfinden*“ anzuschauen (Back u.a. 2001: 34; Hervorhebung im Original).

Das dritte Beispiel für die Repräsentation des Anderen bezieht sich auf Honduras, Costa Ricas bedeutendsten Fußballrivalen während der vergangenen Jahrzehnte. Honduras führte 2001 nach der ersten Phase der Qualifikationsrunde für die Weltmeisterschaften und galt als das Team, das sich am ehesten für Japan und Südkorea 2002 qualifizieren würde. Das erste Spiel zwischen Costa Rica und Honduras fand 2001 in San José, der Hauptstadt von Costa Rica, statt. Nur wenige Honduraner konnten nach San José anreisen, weil die Bustickets sehr teuer waren. Als sie im Stadion ankamen, warfen die Costaricaner allen möglichen Abfall auf sie, auch Essen und Plastikbecher. Doch die Beleidigung, die am stärksten bejubelt wurde, war, sie als „Indianer“ zu bezeichnen, was einen Mangel an „Zivilisation“

implizierte, ein Attribut, das Costaricaner in Zentralamerika ausschließlich für sich selbst beanspruchen. Der Ausdruck „Indianer“ wurde ergänzt durch Schreie wie „uh, uh, uh“, die mit den stereotypen Bildern nordamerikanischer Ureinwohner assoziiert werden, ein Bild, das möglicherweise Hollywood-Filmen entstammt, die indianische Gemeinschaften im Kampf mit Cowboys zeigen. Einige Monate später musste Costa Rica in Honduras antreten. Ein Leitartikel in der honduranischen Tageszeitung *La Tribuna* bezog sich auf die beleidigenden Bemerkungen der Costaricaner:

„Dies ist unser Tag und unsere Stunde. Und es ist nicht Weihnachten, nicht der 15. September (Unabhängigkeitstag) und nicht der 1. Mai. Es ist nicht mehr und nicht weniger als der Tag, an dem Costa Rica kommt, um Rache zu nehmen dafür, dass sie im letzten Spiel in San José (Hauptstadt von Costa Rica) nur ein mageres Unentschieden geschafft haben. Und das ist noch nicht alles. Sie kommen, um sich für 50 Jahre ohne einen einzigen Weltmeisterschafts-Qualifikationssieg gegen Honduras, – nicht dort (in Costa Rica) und schon gar nicht hier (in Honduras) – zu rächen. Und wir sind bereit. Bereit uns der ‘ticos’ anzunehmen, im Hotel, auf den Straßen, in den Zügen und Bussen, in jedem ‘catracho’ (honduranischen) Platz, in dem wir auf sie treffen, und im Stadion. Und im Stadion werden wir sie respektieren, wie es das Gesetz verlangt. Wie immer werden wir jedem beweisen, dass ‘catracho’ Fußball, das heutige Paradigma für zentralamerikanischen Fußball ist. Teilweise und nicht überraschend sahen wir beim letzten Spiel in San José einige ‘ticos’ in die Fernsehkameras rufen, ‘Indianer, heute werden wir euch schlagen’. Die Wahrheit ist, dass wir als alte Fußballhasen nicht überrascht waren, obwohl es schon befremdlich war, diese Art von Wut zum Beginn eines neuen Jahrtausends ansehen zu müssen. Wir erinnern uns an die Rufe ‘uh, uh, uh’, als unsere Mannschaft in San José aufs Spielfeld kam, in Anspielung auf Indianerstämme in Nordamerika. Meine Herren, wir sind Indianer, und wir sind stolz darauf. Und ebenfalls Schwarze. Wir sind stolz auf beides, auf eine Rasse, die heute unsere Brüder aus Costa Rica besiegen wird.“ (*La Tribuna*, 30. Juni 2001)

Bei unserer Ankunft in Tegucigalpa, der Hauptstadt von Honduras, fürchteten einige Anhänger von Costa Rica, sie seien gefährdet, weil die Fans von Honduras in San José schlecht behandelt worden waren. Andere argumentierten, die honduranischen Fans seien durch *la chusma* (den Mob in Costa Rica) beleidigt worden, nicht durch Leute wie sie, die die Anhänger des gegnerischen Teams respektierten. Diese Kommentare werfen ein Licht auf die soziale Differenz zwischen dem „Mob“, der ausländische Fans beleidigt, und jenen Costaricanern, die nach Honduras fahren: „In Costa Rica ist es der ‘Mob’, der zu den Spielen geht, nicht die gebildeten Leute“, sagte einer der Anhänger.

Ein Überblick über diejenigen, die im selben Bus wie ich nach Honduras fahren, zeigte, dass die meisten Unternehmer im Dienstleistungssektor

waren, in Bereichen wie Transport oder Handel. Einige arbeiteten freiberuflich, andere im öffentlichen Sektor, und manche waren Pensionäre. Viele Reisende kamen aus den Provinzen, und für viele bedeutete die Reise ins Ausland vorrangig, die Nationalmannschaft zu begleiten. Das könnte die Folge davon sein, dass sie nicht vertraut waren mit der Vorstellung, aus eigenen Stücken ins Ausland zu fahren; dementsprechend ist gängige Praxis, sich Gruppenreisen anzuschließen, insbesondere in Touren, die aus Anlass von Fußballspielen organisiert wurden. Sie waren keine Touristen, sondern Anhänger der Nationalmannschaft.

Die Spannung zwischen den Anhängern von Honduras und Costa Rica macht eine Reihe von Aspekten deutlich. Erstens bestanden jene Anhänger von Costa Rica, die nach Honduras fuhren, auf der Unterscheidung zwischen sich und „dem Mob“, was die Wandelbarkeit von Identitäten illustriert. Einerseits gilt während Fußballspielen, dass „la selección es el equipo de todos“ („Das Nationalteam sind wir alle“), unabhängig von Klassen- und anderen Unterschieden; auf der anderen Seite gehören „Wir“ und „der Mob“ zu verschiedenen sozialen Klassen. Die Unterscheidung zwischen diesem „Wir“ und „dem Mob“ wird möglicherweise konstruiert auf der Basis einer öffentlichen Vorstellung, nach der Costa Rica eine Mittelklassen-Nation ist. Dementsprechend gibt es unterschiedliche Antworten darauf, wer dieses „Wir“ ist. Manchmal ist es inklusiver, aber im Zusammenhang mit unserer Reise nach Tegucigalpa zogen die Fußballanhänger einen Trennstrich zwischen sozialen Klassen, indem sie unterschieden zwischen denen, die als Störenfriede gelten, und denen, die in der Lage sind, sich im Zaum zu halten. Kurzum, „das Regime des fiktiven Wir“ (zitiert nach Morley 2000: 185) verändert sich in Zeit und Raum. Ich werde auf diesen wechselhaften Charakter des „Wir“ weiter unten zurückkommen.

Entgegen den Erwartungen gewann Costa Rica in Honduras zum ersten Mal in der Geschichte der Qualifikationsspiele. Aber auch in kultureller Hinsicht gab es einige Überraschungen. Die Honduraner gratulierten den Anhängern von Costa Rica auf der Straße, ein deutlicher Kontrast zum feindseligen Empfang für die Anhänger von Honduras in San José. Am Ende erwiesen sich die „unzivilisierten“ Indianer als zivilisierter als die weißen Mittelklasse-Costaricaner. Tatsächlich waren die Costaricaner überrascht über diese freundliche Begrüßung. Nach dem Sieg und noch im Stadion sangen Costaricaner „Honduras también puede“ („Honduras kann es auch“), eine Variante ihres beliebtesten Schlachtrufs während der Qualifikationsrunde. Dies war auch eine Art und Weise, das Team von Honduras zu unterstützen, obwohl es vorher erniedrigt worden war. Die Unterstützung für Honduras sollte keine Solidarität mit Honduras schaffen, sondern zeigte vielmehr

Costa Ricas Feindseligkeit gegenüber Mexiko, dem stärksten Nationalteam in Zentralamerika und der Karibik. So riefen denn auch während des letzten Spiels gegen Mexiko, bei dem Costa Rica bereits qualifiziert war, die Fans „Honduras, Honduras“, um die Chancen Mexikos zu verringern, des Teams, das letztendlich Honduras schlug und sich damit das letzte Ticket für die Endrunde der Weltmeisterschaft holte.

Fußball, nationale Identität und männliche Respektabilität

Debatten über Gender und Nation haben die feminisierte Darstellung von nationaler Identität unterstrichen (Yuval-Davies 1997). Bis vor kurzem wurde die Analyse der gegenseitigen Beziehung zwischen Maskulinität und nationaler Identität weitgehend vernachlässigt, aber Fußball bietet sich als einer der Schlüsselbereiche für eine derartige Analyse an. Wie Joane Nagel festgestellt hat, „geht die Kultur und die Ideologie der hegemonialen Maskulinität Hand in Hand mit der Kultur und der Ideologie des hegemonialen Nationalismus. Maskulinität und Nationalismus passen gut zusammen, und die moderne Form der westlichen Maskulinität entstand ungefähr zur gleichen Zeit und an den gleichen Orten wie der moderne Nationalismus“ (Nagel 1998: 207; auch Nagel 2003).

Respektabilität scheint einer der Wege zu sein, durch die nationale Identität und Maskulinität verbunden sind, und sowohl Niederlage als auch Sieg im Fußball sind mit ihr verknüpft. Beverly Skeggs argumentiert, sie bestimme, „wie wir sprechen, zu wem wir sprechen, wie wir die anderen einordnen, was wir lernen und wie wir wissen, wer wir sind (oder nicht sind). Respektabilität ist normalerweise ein Problem derjenigen, von denen angenommen wird, dass sie sie nicht haben“ (Skeggs 1997: 1). Sie wird durch unterschiedliche Faktoren geformt, vor allem durch Klasse, Gender, Rasse und Nationalität und ihre vielfältigen Ausprägungen.

Gespräche in Stadien, Bars und anderen öffentlichen Plätzen liefern hierzu einige Einblicke. Als Mexiko das erste Tor im Spiel gegen Costa Rica in Mexiko-Stadt schoss, war die häufigste Reaktion in einer Bar, die von Männern aus der costa-ricanischen Arbeiterklasse besucht wurde, „nos la van a meter“ („Wir werden bestimmt gefickt“). Doch als Costa Rica schließlich gewann, erklärten die Fernsehkommentatoren den Sieg im Azteken-Stadion als *hombrada* („Mannestat“). Am Tag nach dem Sieg war Vatertag, und der Kommentar im Fernsehen hielt fest, dass „no se puede pedir más“ („Besser konnte es nicht gehen“), soll heißen, der Sieg über Mexiko war das beste Geschenk zum Vatertag.

Ähnlich war 2001 nach der Niederlage gegen die Vereinigten Staaten in Kansas City in der Mittelklasse-Bar, die von den Studenten besucht wurde, der am weitesten verbreitete Ausdruck „nos la clavaron“ („sie haben uns gefickt“) und „nos metieron el baguette“ („wir sind gefickt worden“). Das heißt, beide Gruppen von Männern, die zu verschiedenen Generationen und sozialen Gruppen gehören, stimmen überein in der zentralen Bedeutung von männlicher Respektabilität als Bedeutungsträger für Sieg oder Niederlage. Einige Monate später, als Costa Rica die USA schlug und sich für die Weltmeisterschaft qualifizierte, sangen einige Fans beim Verlassen des Stadions „Ganamos, vencimos, picha y huevos les metimos“ („wir haben gewonnen, wir haben sie erobert, wir haben sie in den Arsch gefickt“).

In beiden Fällen wird der Schlag gegen die männliche Respektabilität ausgedrückt als homosexueller Akt, und wenn das Team der Fans gewinnt, „dringen sie ein“ in die gegnerischen männlichen Fans. Ein Sieg oder eine Niederlage wird von den Fans also als homosexuelle Penetration betrachtet. Zu penetrieren oder penetriert zu werden ist ein wichtiger Bedeutungsträger männlicher Respektabilität. Deren schwerste Bedrohung ist, penetriert zu werden, umgekehrt wird der Gegner durch Penetration feminisiert. Der Körper wird zum Träger männlicher Respektabilität und die Überschreitung der Grenzen des Körpers ist eine der wichtigsten Formen, Macht auszuüben oder durch Gegner herab gewürdigt zu werden.

Die Frage, warum Bezüge auf Homosexualität unter vermutlich heterosexuellen Fans so bedeutsam sind, muss weiter untersucht werden. Eine erste, vorläufige Antwort könnte sein, dass dies die Folge des homosozialen Charakters von Fußballritualen ist, die hauptsächlich in Rivalitäten zwischen Männern in lokalen, regionalen und nationalen Begegnungen bestehen. Als Teil dieses homosozialen Bereichs sind Fußball und möglicherweise andere Räume wie Bars einige der wenigen öffentlichen Orte, wo physischer Kontakt zwischen heterosexuellen Männern erlaubt ist. Sowohl auf dem Rasen als auch auf den Rängen ruft physischer Kontakt keine Homophobie hervor, noch ist sie Gegenstand von Zensur. Physischer Kontakt beeinträchtigt nicht die männliche Respektabilität, weil das Stadion eine homosoziale Arena ist, wo Männer mit anderen Männern teilen können, was sie für ideales männliches Verhalten und Praktiken halten. Mehr noch, das Raster, durch das Fußball verstanden wird, hebt hauptsächlich, wenn auch nicht ausschließlich, darauf ab, was Männer „tun“, und nicht so sehr darauf, was sie „sind“ (Rowe 1999: 132).

Bilder, die mit männlicher Respektabilität assoziiert werden, beziehen sich auch auf Formen der Feminisierung. So erklärte zum Beispiel Cuathemoc Blanco, ein mexikanischer Spieler, im Fernsehen, dass er sich als Frau

kleiden werde, falls Mexiko gegen Costa Rica in San José verlieren sollte. Die Möglichkeit einer Niederlage war gleichbedeutend mit einer Feminisierung. Sein Versprechen wurde in Costa Rica verbreitet, und als er das Feld betrat, erscholl es von der Menge: „travesti, travesti, travesti“ („Transvestit, Transvestit, Transvestit“). Einige Fans von Costa Rica hatten sogar Plakate gemalt, die ihn aufforderten, sich wie eine Frau zu kleiden. Obwohl sie zu verschiedenen Teams gehören, teilen Blanco und die costa-ricanischen Fans die Männlichkeitscodes, die auch anderswo in Lateinamerika zu finden sind.

Eine weitere Möglichkeit, Respektabilität zu konstruieren, besteht darin, Geschichten zu erzählen. Während der Fahrt von San José nach Tegucigalpa begannen einige Fahrgäste, Witze zu erzählen. Zwei junge Männer, die in der Nähe des Fahrers saßen, nutzten das Busmikrofon, um die anderen Fahrgäste zu fragen, ob sie daran interessiert seien, Witze zu erzählen. Ein junger selbstständiger Mittelklassemann erwies sich als der beste Geschichtenerzähler. Eineinhalb Stunden lang erzählte ein Fan nach dem anderen Geschichten über Homosexuelle. Die Geschichten wurden schließlich abgebrochen, als andere Fahrgäste aufgrund ihrer offenkundigen Homophobie protestierten. In vertrautem Kreis erzählten sie Geschichten über ihre eigenen sexuellen Erfahrungen mit Prostituierten. Wir hatten über Nacht in Nicaragua gehalten und einige von ihnen gaben mit ihren sexuellen Erfahrungen an. Zwei von ihnen gingen in einen Nachtclub in Managua und luden später einige Frauen ins Hotel ein. Der Teil ihrer Geschichte, der die größte Begeisterung hervorrief, bestand darin, dass sie die sexuellen Geschehnisse mit der Videokamera aufgenommen hatten. Möglicherweise interessanter als der Wahrheitsgehalt dieser Geschichten ist die Genugtuung, die die Erzähler durch das Erzählen erlebten, und der Umstand, dass die Geschichten weitere Erzählungen von ihren Zuhörern hervorriefen. Wie Walter Benjamin schrieb, macht der Erzähler „was er erzählt ... zur Erfahrung derer, die seiner Geschichte zuhören“ (1980: 443). Die Möglichkeit, sich zum Beispiel an die Namen der Frauen zu erinnern, die in exklusiven Nachtclubs in San José arbeiten, war eine der Episoden, die besonders genossen wurden.

Diese Verbindung zwischen Fußball und Maskulinitäten existiert auch in der Werbung. Coca-Cola, der offizielle Sponsor der Nationalmannschaft von Costa Rica, veröffentlichte zwei Hochglanzseiten in *La Nación*, die besondere Aufmerksamkeit verdienen. Die erste Anzeige vom 1. 7. 2001 lautete: „Am 12. Juni gingen 22 Jungen. Jetzt kehren 22 Männer zurück“ (Abb. 2). Die Anzeige bezieht sich auf die U20-Nationalmannschaft, die sehr gut bei der U20-Weltmeisterschaft in Argentinien abgeschnitten hatte. Bei einer solchen Gelegenheit wird Fußball zum Übergangsritual, durch das

Abb. 2

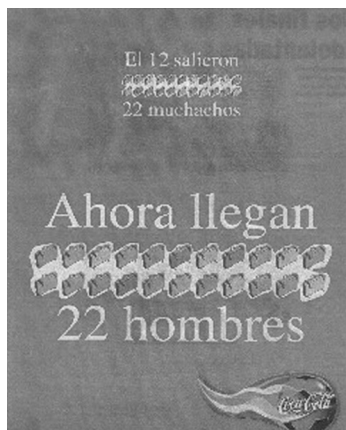


Abb. 3



heterosexuelle Maskulinität konstruiert wird. Ein Auswärtssieg wird interpretiert, als schaffe er maskuline Identität.

Die zweite Anzeige, wiedergegeben in Abb. 3, zeigt eine mathematische Formel, in der Gehirn plus Herz plus „Eier“ gleich Nationalteam sind. Unter dieser „arithmetischen Definition“ steht: „Costa Rica, ich trage Dich in meiner Seele und jeden Tag liebe ich Dich mehr“ (*La Nación*, 1. 7. 2002: D13).

Während im ersten Beispiel Fußball ein Übergangsritual für die Konstruktion von Maskulinität ist, ist im zweiten Fall Männlichkeit, dargestellt durch ein Paar „Eier“, eine Voraussetzung für Erfolg im Fußball. Mit anderen Worten, die Beziehung zwischen Maskulinität und Fußball ist in diesen Anzeigen wechselseitig. Als unbeabsichtigte, aber wesentliche Folge führen diese Darstellungen subtil Schlüsselbilder hegemonialer Maskulinität in den öffentlichen Bereich ein. Diese Anzeigen suggerieren, das, was in einem stärker umkämpften Milieu Gegenstand von Kontroverse wäre, sei tatsächlich Common Sense. Weder Coca-Cola noch McCann Erickson, die Werbeagentur, die die Anzeigen entworfen hat, betrachteten diese Bilder als beleidigend. Vielmehr sahen sie

sie als Möglichkeit, sich an der nationalen Begeisterung nach den Siegen im Ausland zu beteiligen.

Die Vorherrschaft hypermaskuliner Bilder und Verhaltensweisen im und um den Fußball ist ein historischer Prozess, der bis vor kurzen wenig Aufmerksamkeit erfahren hat. Es ist auch wichtig zu bedenken, dass traditionelle Formen hegemonialer Maskulinitäten durch andere Faktoren in Frage gestellt worden sind, wie etwa durch feministische Bewegungen, die Einbeziehung von Frauen in bezahlte Beschäftigung und die wachsende Zahl von Frauen mit höherer Bildung (Connell 2006; hier zitiert aus Connell 1995: 77). In jüngster Zeit flossen in Costa Rica die Anliegen von Frauen in Gesetze ein,

die sich zum Beispiel gegen häusliche Gewalt und sexuelle Belästigung bei der Arbeit richten. So stieg die Zahl der gemeldeten Fälle häuslicher Gewalt in Costa Rica von 5.023 im Jahr 1996 (als die entsprechende Gesetzgebung in Kraft trat) auf 15.336 im Jahr 1997 und auf 43.929 im Jahr 2001 (PEN 2001: 126). Das ist eine ernst zu nehmende Herausforderung für hegemoniale maskuline Verhaltensweisen, verbunden mit Gewalt und verschiedenen Formen von Belästigung, die bis vor kurzem als „natürlich“ galten, und setzt solchen Verhaltensweisen Schranken. Dieser Prozess wurde als Teil einer Krise hegemonialer Maskulinitäten beschrieben. In diesem Zusammenhang könnten einige Fans Fußball als einen Bereich betrachten, wo diese Beschränkungen weniger wirksam sind, und dies könnte eine Erklärung sein, warum Fußball immer noch ein relativ freier Bereich für die Reproduktion von „Maskulinisierung“ ist.⁵

Unter einem methodologischen Gesichtspunkt zeigen diese Beispiele, die aus Unterhaltungen, Geschichten und Anzeigen entnommen wurden, eine Kontinuität zwischen Diskursen, die in den Medien ablaufen, und eher interpersonellen Formen, Maskulinitäten zu repräsentieren. Das soll nicht heißen, alltägliche hypermaskuline Bilder seien Folge öffentlicher Diskurse, aber sie illustrieren die sich überschneidenden und gegenseitig verstärkenden Beziehungen. Die Dekonstruktion von Diskursen, ein Interesse, das sich oft in literarischer Kritik findet, und die Analyse von Alltagsleben, die eher in der Ethnologie und anderen Sozialwissenschaften zu finden ist, müssen Hand in Hand gehen, wenn man die Entstehung von Bildern von Maskulinität und nationaler Identität im Fußball verstehen will.

Repressive Entsublimierung

Der homosoziale Charakter von Fußball schließt Frauen nicht aus. Untersuchungen zeigen, dass die zunehmende Kommodifizierung von Fußball das Interesse der Mittelklassen an Fußball geweckt hat, sowohl bei den Spielen als auch in den Medien. Diese Einbeziehung brachte mit sich, dass die Zahl von weiblichen Zuschauern wuchs (Guillanotti 1999). Normalerweise wird nicht diskutiert, ob eine derartige weibliche Präsenz den homosozialen Charakter von Fußball verändert (vgl. Rodríguez 2005).

Zu dem eindrucksvollsten Material, das im Internet zirkulierte, nachdem Costa Rica sich qualifiziert hatte, gehörte eine Serie von etwa sieben Fotos, auf denen jungen Frauen in engen Tops Bier über die Brüste gegossen wurde. Die Komposition der Bilder legt nahe, dass es sich weniger um eine spontane Aktion als vielmehr um ein öffentliches Spektakel zur Unterhaltung von

Männern handelte. Gleichzeitig schienen die Frauen, die daran teilnahmen, die Veranstaltung zu genießen.

Ist dies eine Geste der Emanzipation oder der Unterdrückung von Frauen im Rahmen von Fußballfesten? Einerseits scheinen diese Bilder einen Generationenwechsel hinsichtlich der Art und Weise zu zeigen, wie Frauen ihre Körper und Sexualität ausdrücken können. Es gab eine um Verführung herum aufgebaute Feierstimmung, die zum Beispiel während der Qualifikation für Italien im Jahr 1990 nicht bestanden hatte. In diesem Sinne könnten die Bilder als Ausdruck von Veränderung aufgefasst werden. Auf der anderen Seite können dieselben Bilder interpretiert werden als Kontinuität, definiert durch den männlichen Blick, der das Ausschütten von Bier über Brüste in ein maskulines Spektakel verwandelt. Dieses Tun, ein verbreitetes Ritual während des sogenannten „spring break“ (kurze Semesterferien im Frühling) in den Vereinigten Staaten, kann verstanden werden als Metapher für Ejakulation. Pierre Bourdieu (2005) hielt fest, dass „maskuline Dominanz, die Frauen als symbolische Objekte konstruiert, deren Sein (*esse*) ein wahrgenommenes Sein (*percipi*) ist, den Effekt hat, sie in einem permanenten Zustand körperlicher Unsicherheit, oder präziser, symbolischer Abhängigkeit zu halten“ (hier zitiert aus: Bourdieu 2005: 66).

Der männliche Blick als konstitutiv für dieses Spektakel ist nicht nur im Ereignis selbst präsent, sondern zeigt sich auch in der Art und Weise, wie die Fotos im Internet präsentiert wurden. Sie waren so komponiert, dass sie direkt den Betrachter ansprechen und Rhetorik durch Verführung ersetzen, wie es gängig ist in der heutigen Bildsprache der Werbung (González 1995: 41).

Einige Frauen, die sich an den Fußballfeiern beteiligten, schienen sich durch den männlichen Blick angesprochen zu fühlen, ein Prozess, der an das erinnert, was Herbert Marcuse vor langer Zeit „repressive Entsublimierung“ genannt hat – also dass sexuelle Freiheit „ein Marktwert und ein Faktor gesellschaftlicher *mores* wird“ (1982: 94). Erotik wird sexualisiert und mehr noch genitalisiert. Das produziert „eine Erotisierung sozialer Dominanzbeziehungen“ (Lee Bartky, zit. nach Bourdieu 2005: 68). Diese Anrufung des Sexuellen (die natürlich nicht unwiderstehlich ist) zeigt die zentrale Rolle des weiblichen Körpers, um den herum ein Initiationsritual organisiert wird.

Stolz und Scham bei der Weltmeisterschaft 2002

Nachdem sich Costa Rica für die Weltmeisterschaft 2002 qualifiziert hatte, ging die öffentliche Aufmerksamkeit zurück, während die Mitglieder der Nationalmannschaft in den verschiedenen Meisterschaften anderer Länder mitspielten. Im Mai 2002 kam die Weltmeisterschaft wieder ins Blickfeld

der Öffentlichkeit. Einige Tage zuvor hatten rund 40.000 Besucher auf der Website der Tageszeitung *La Nación* (28. 2. 2002) ihren Kandidaten für den Sieg benannt, und schätzungsweise tausend Anhänger reisten nach Südkorea, um ihre Nationalmannschaft zu begleiten. Gleichzeitig signierten 125.163 Menschen eine riesige Nationalfahne, die als Teil von Coca-Colas Förderung für das Nationalteam nach Südkorea geschickt wurde, und *La Nación* veröffentlichte während der gesamten Weltmeisterschaft eine gesonderte Rubrik mit dem Titel „Puro Fútbol“ („reiner Fußball“).

Mit der zunehmenden Medienpräsenz expandierte auch der Umfang der Werbung in den Medien. Markenfirmen wie Coca-Cola, Kodak und McDonalds investierten im Zusammenhang mit der Weltmeisterschaft gewaltige Summen in Werbung. Das vorherrschende Thema in den Anzeigen war die Identifikation der Produkte mit dem Nationalteam. Werbung repräsentiert, vermutlich überzeugender und sichtbarer als andere Diskurse, nationale Identität durch Fußball. Dabei funktioniert eine doppelte Beziehung, weil die Werbebotschaft durch Bilder von Nationalität ausgedrückt und befördert wird und gleichzeitig Bilder nationaler Identität durch die Werbung ausgearbeitet werden.

Erzählungen über Fußballereignisse werden häufig als Geschichten über Triumph und Niederlage präsentiert. Triumph scheint mit Stolz und Ehre assoziiert zu werden, während Niederlage mit Scham und Entwürdigung verbunden wird. Ehre ist ein Medium und ein Unterscheidungsmerkmal, und die Angst, sie zu verlieren, hat Menschen stets getrieben, sie zu verteidigen. Wie oben erwähnt, ist Ehre sowohl ein Symbol von Nationalität wie von Maskulinität. Douglas Keller (2003: 5) stellt fest, dass Sport „die grundlegendsten Werte einer Gesellschaft (also Wettbewerb, Sieg, Erfolg und Geld) feiert und Unternehmen bereit sind, viel Geld zu bezahlen, damit ihre Produkte mit solchen Ereignissen in Verbindung gebracht werden“. Für viele Lateinamerikaner ist Fußball eine der wenigen kollektiven Gelegenheiten, sich als Sieger zu fühlen.

Während der Weltmeisterschaft in Japan und Südkorea trug das Team von Costa Rica drei Spiele aus. Im ersten schlug es China 1:0, das zweite endete unentschieden 1:1 gegen die Türkei, das letzte mit einer 2:5-Niederlage gegen Brasilien. Der Sieg über China wurde von viel Rhetorik begleitet. Im Internet wurde er in der Bildersprache homosexueller Penetration präsentiert (s. Abb. 4). Ein chinesisches Schriftzeichen nachempfundenes Bild zeigt zwei Personen bei der homosexuellen Penetration. Dazu kommt

Abb. 4



der Text „Wie schreibt man ‘Costa Rica hat uns geschlagen’ auf Chinesisch?“ Wie oben erläutert, könnte der homosoziale Charakter von Fußballkulturen die Häufigkeit des Rückgriffs auf homosexuelle Penetration als Symbol sowohl der eigenen Stärke als auch der Feminisierung des Gegners erklären.

Das dramatische Unentschieden in letzter Minute gegen die Türkei machte eine Änderung in der Form der Ruhmesgeschichten notwendig. Die journalistischen Berichte konstruierten die Geschichte einer Erlösung, nachdem das Spiel fast schon verloren war:

„Schrei es heraus! Der Schweiß strömt; unbeugsamer Glaube. Fäuste recken sich in Wut. Schließlich erschien Winston Parks, um unser Schicksal zu wenden, gerade als die Uhr unerbittlich auf unser Elend zulief. Die 85. Minute kam und mit ihr Hoffnung, Gerechtigkeit und neues Leben. Schrei es heraus, Winston! Tooooooor!“ (*La Nación*, 10. 6. 2002)

Es lohnt sich, auf die Intensität der Geschichte und vor allem auf die verwendeten Wörter zu achten: Schweiß, Glaube, Faust, Ärger, Bestimmung, Illusion, Gerechtigkeit, Leben. All diese Wörter haben eine starke emotionale Kraft, die im und durch Fußball ausgedrückt wird. Wieder ist Stolz bezogen auf Körperbilder: Schweiß, Fäuste, Pein. Der Text operiert mit einer Moral des sich Bemühens und einer nationalistischen Prosa. Diese Geschichte illustriert, wie ein Hindernis, das unüberwindbar schien, schließlich doch überwunden wurde. „Das Schicksal“ schien es nicht gut zu meinen mit Costa Rica, bis zu Winston Parks spätem Tor. Die Story ist eine Erlösungsgeschichte.

Auch Radio und Fernsehen berichteten ausführlich über die Weltmeisterschaftsspiele. Zum ersten Mal wurden die Ausstrahlungsrechte exklusiv an jeweils nur einen Sender und einen Fernsehkanal vergeben. Von Anfang an konstruierte Radio Reloj, der Sender, der die Rechte hatte, ein kollektives „Wir“: „*Viva Costa Rica* heute und immer“. „Hier sind jetzt vier Millionen *ticos* dabei“. Der Sprecher unterscheidet nicht zwischen den Kommentatoren in Südkorea und den Zuhörern; vielmehr unterstellt er, dass die gesamte Bevölkerung von Costa Rica die Übertragung verfolgt.

Im Spiel Costa Rica gegen die Türkei erzielte die Türkei zuerst ein Tor, wodurch sich der Tonfall der Geschichte änderte: „Jetzt müssen wir unsere Jungs unterstützen. Singen wir *Mi Linda Costa Rica*, was wir brauchen, ist ein Tor.“ Gegen Ende des Spiels bekräftigt der Sprecher seine Unterstützung für die Nationalmannschaft: „Wir applaudieren unseren Jungs, egal wie das Endergebnis aussehen wird... Costa Rica war das bessere Team.“ Kurz vor Spielende erzielte Costas Mannschaft den Ausgleich. Der Sprecher wurde ekstatisch: „Gerechtigkeit ... *viva* mein Mutterland, *Viva*

Costa Rica. ... Costa Rica hat es verdient, wir haben es verdient.“ Was als wiederkehrende Tendenz auftaucht, ist der nicht hinterfragte Gebrauch von „Wir“ als Kennzeichen für Costaricaner. Wie Tim Edensor festhält, wird durch Ressourcen wie „Wir“ die Nation naturalisiert, „aufgesogen in einem Alltagsverständnis davon, *wie die Welt ist*, und mit moralischen Werten ausgestattet, die das Nationale über andere soziale Gruppierungen erhebt“ (2002: 11; Hervorhebung im Original).

Brasilien's Sieg bedeutete für Costa Rica das Aus bei der Weltmeisterschaft. Durch eine Niederlage mit nur einem oder zwei Toren Unterschied hätte Costa Rica noch etwas Stolz retten können, aber das Spiel endete 5:2 für Brasilien. Der Sprecher behauptete, „wir leiden, weil wir vergeben, weil wir alles andere gut machen“. Es überrascht, wie Vergebung, ein zentrales Element christlicher Religion, die in Lateinamerika so vorherrschend ist, als ein Hindernis für den Sieg gesehen werden kann.

Eine Übertragung im Radio weist im Vergleich zu anderen Medienberichten einige Besonderheiten auf. Zum einen ist der dramatische Charakter der Geschichte selbst zu nennen, wobei die Berichterstattung oft dramatischer ist als das Spiel selbst. Darum sehen sich zumindest in Costa Rica Menschen das Spiel im Fernsehen an, während sie gleichzeitig die Übertragung im Radio hören. Radio ist in der Lage, ein Hör-Spiel zu konstruieren, das mit dem Fernsehen konkurrieren kann. Eine zweite Besonderheit ist der Eindruck von Kontinuität, der sehr viel größer ist als bei einem Spiel, das im Stadion verfolgt wird. Diese Eigenschaften verwandeln harmlose Ereignisse in spektakuläre Events. Eine andere Eigenschaft einer Radioübertragung ist die Möglichkeit, öffentliche Ereignisse wie Fußballspiele in intime Feiern umzuwandeln. Diese Verknüpfung zwischen national und häuslich nennt Orvar Lofgren (1995: 11) die „Nationalisierung des Familiären und die Domestizierung des Nationalen“. Das Nationale wird domestiziert, wenn es in die Konversation in der Familie einbezogen wird, oft als Teil der Betrachtung von Spielen. Umgekehrt wird das Familiäre durch Fußball eingeschrieben in die Geschichten der Nation.

Es gibt bestimmte diskursive Mechanismen, die entscheidend sind für dieses Zusammenspiel von Nationalem und Familiärem. Wie oben erwähnt, hat Gary Whannel (2002: 108-111) auf die Bedeutung des „Wir“ als kollektive und nationale Stimme und Akteur hingewiesen. Manchmal bezieht sich „Wir“ auf die Mitarbeiter des Senders, bei anderen Gelegenheiten umfasst „Wir“ sowohl die im Studio als auch die Zuhörer. Noch breiter schließt „Wir“ auch die gesamte Nation ein, die durch die Geschichten vom Fußball angesprochen wird. In einer Radioübertragung sind alle drei Formen miteinander verknüpft.

Als Schlussfolgerung

Analysen von nationaler Identität und Fußballkulturen haben bislang kaum die Präsenz von Bildern von Männlichkeit beachtet, weshalb dieser Beitrag versucht, diese strukturelle Leerstelle sichtbar zu machen. Respektabilität ist ein gemeinsames Anliegen von Geschichten zu Maskulinität und Nationalbewusstsein. Gleichzeitig sind Fußballmeisterschaften, Triumph und Niederlage häufig repräsentiert durch Bilder von Respektabilität, sei es in Begriffen von Stolz oder von Scham, wodurch Fußball eine wichtige Arena wird, in der sich die Symboliken nationaler Identität und Maskulinität austauschen. Aus dieser Sicht erfordern Ansichten, die Fußball als „Leidenschaft des Volkes“ beschreiben, einen gründlicheren Blick, weil „Volk“ immer ein selektives Konstrukt ist, das auf einer Reihe von Exklusionen gründet. In lateinamerikanischen Fußballkulturen ist das Konzept des Volkes sehr gendergeprägt und wird als solches unhinterfragt akzeptiert, selbst in akademischen Kreisen.

Sowohl nationale als auch maskuline Respektabilität scheinen eine Krise durchzumachen. Auf einer Seite haben nationale Vorstellungen ihre Anziehungskraft verloren. Demokratie und Gleichheit, zentrale Schlüsselwörter in den Geschichten über nationale Identität in Costa Rica, machen eine schwere Krise durch. Demokratie ist in der Kritik, seit politische Korruption zu einem gemeinsamen Anliegen sowohl in den Medien als auch im Alltagsleben geworden ist. Gleichzeitig hat die wachsende Kluft zwischen Arm und Reich die Vorstellung einer angeblich egalitären Nation unterhöhlt. Auf der anderen Seite wurde Maskulinität von unterschiedlichen Positionen aus kritisiert, wobei feministische Debatten und die jüngere Gesetzgebung die willkürliche Grundlage von männlicher Macht deutlich gemacht haben.

In diesem Zusammenhang erscheint Fußball als einer der wenigen Bereiche, in denen nationale Identität und traditionelle Maskulinität ihre eigenen Rituale durchführen können. Im Fußball ist erlaubt, was in anderen kulturellen Bereichen verboten ist. Zwei Beispiele, die untersucht wurden und die verbreitete Mechanismen in Fußballkulturen sind, sind die Feminisierung von Gegnern und die Verwendung von Homophobie in der Darstellung von Gegnern. Während Politik und kulturelle Ikonen von nationaler Identität gegenwärtig an Bedeutung verlieren, liefert der Fußball Bilder, Rituale und Formen materieller Kultur zur Darstellung nationaler Identität. Bei Fußballwettkämpfen kann nationale Identität gezeigt, aber noch wichtiger, sie kann gelebt werden.

Fußball ist ein Schlüsselbereich für die Reproduktion hegemonialer Maskulinitäten, doch gleichzeitig ist Fußball ein Feld, auf dem die Kommodifizierung des männlichen Körpers zunehmend hervortritt: Bis vor

kurzem war es für Fußballspieler undenkbar, ständig ihren Haarschnitt zu ändern oder in Anzeigen aufzutreten. Ob diese Veränderung von Männern in Objekte des Begehrens ihre historischen Privilegien verändern wird, ist eine Frage, die weiterer Untersuchungen bedarf.

Die zunehmende Dominanz schwarzer Spieler im Nationalteam könnte eine Gelegenheit bieten, die ethnische Vielfalt, die die Gesellschaft von Costa Rica kennzeichnet, sichtbar zu machen. Das würde bedeuten, dass sich akademische Debatten über Ethnizität und nationale Identität im Fußball in den öffentlichen Bereich verschieben müssten. Dennoch betrachten diejenigen, die über nationale Identität diskutieren, selten den Fußball als Analysebereich, trotz des Umstandes, dass Fußball ein Schlüsselbereich für nationale Identifikation darstellt.

Postskript

Dieser Beitrag basiert auf einer Fallstudie der Weltmeisterschaften 2002 in Korea und Japan. Seither sind acht Jahre vergangen, in denen zwei weitere Qualifikationen stattfanden. Die Nationalmannschaft von Costa Rica qualifizierte sich für Deutschland 2006, scheiterte aber für Südafrika 2010. Die Qualifikation für Deutschland begann die Mannschaft schwach, wurde dann aber stärker. Bei der Qualifikation für Südafrika war es anders herum, trotz eines sehr guten Starts wurde die Teilnahme nicht erreicht. Zwischen Deutschland 2006 und Südafrika 2010 fand die U20-Weltmeisterschaft 2009 in Ägypten statt und die Mannschaft von Costa Rica erreichte den vierten Platz, das beste Ergebnis bei Weltmeisterschaften, einem internationalen Turnier überhaupt.

Während dieser acht Jahre hat sich die Identifikation zwischen Fußball, Maskulinitäten und Nationalität intensiviert. Die Repräsentation von Costa Rica im Ausland gründet sehr stark auf Tourismus und Fußball. Wenn Tourismus eine Möglichkeit ist, von anderen anerkannt zu werden, besonders in Nordamerika und Europa, so ist Fußball ein Arrangement von Institutionen, Diskursen und Praktiken, die Costa Ricas Anhänger in einem breiteren Szenario verorten.

Die Mannschaft von Costa Rica spielte bei der Weltmeisterschaft 2006 unmittelbar nach der Eröffnungszeremonie gegen Deutschland, was eine Sichtbarkeit bedeutet, die in diesem Ausmaß nicht sehr häufig vorkommt. Vier Jahre später konnte sich die Mannschaft von Costa Rica bei der Entscheidung zwischen den besten Nicht-Platzierten aus der Qualifikation in Nord- und Zentralamerika und der Karibik (CONCACAF) sowie Südamerika (CONMEBOL) nicht gegen Uruguay durchsetzen.

Die Aussichten für das Team von Costa Rica, in Montevideo zu gewinnen, nachdem das Hinspiel in San José verloren worden war, waren sehr gering. Nach Rolando Fonseca, einem der erfahrensten Spieler der Mannschaft, „ist dafür mehr als Männlichkeit (*hombrada*)“ erforderlich, wie die führende Tageszeitung *La Nación* berichtet (17. 11. 2009). Notwendig sei darüber hinaus ein „Wunder“, sagte Fonseca, wie um eine besondere Hierarchie zu unterstreichen, in der nur Gott über der Maskulinität steht, was bestätigt, wie tief die wechselseitige konstitutive Beziehung zwischen Fußball und Maskulinitäten in Costa Rica – und anderswo möglicherweise ebenfalls – ist. Religion kommt erst ins Spiel, wenn alle anderen Möglichkeiten ausgeschöpft sind.

Gleichzeitig wurde seit dem Unentschieden in Montevideo Ernüchterung zur vorherrschenden Haltung. Einen aufschlussreichen Einblick in diese Gefühlsstruktur liefert ein anonymes Text mit dem Titel: „Macht euch Sorgen um euer Land, nicht um die Nationalmannschaft“, der in Email-Listen verbreitet wurde. Bezug nehmend auf das Scheitern in der Qualifikation heißt es: „Es lohnt sich nicht, daraus ein Drama zu machen. Costa Rica ist nicht der Ball von elf Typen, die mehr Geld verdienen als die Mehrheit. ... Es gibt für das Land wirklich wichtigere Dinge, um sich Sorgen zu machen. ... Deshalb weint nicht um sie. Sorgt euch um das, was wirklich wichtig ist.“

Wie oben im Artikel erwähnt, fiel die Qualifikation für die Fußballweltmeisterschaft jeweils mit den Wahlen in Costa Rica zusammen. Das war auch 2008 so. Nach mehreren Jahren einer aktiven Mobilisierung wegen des zentralamerikanischen Freihandelsabkommens (CAFTA) mit den USA, die zum ersten Referendum in der Geschichte des Landes führte, steht der Gesellschaft in Costa Rica 2010 eine weitere Wahl bevor. Im Gegensatz zu aktiven sozialen Bewegungen, die sich gegen CAFTA wehren, ist diese Wahl charakterisiert sowohl durch eine tiefe Kluft zu jenen Sektoren, die eine weitere, die Ungleichheit vergrößernde Liberalisierung ablehnen, als auch durch eine fehlende politische Kreativität. Gleichzeitig hat die *Liberación Nacional*, die Partei, die den Präsidenten stellt, die besten Aussichten, an der Regierung zu bleiben, weniger aufgrund ihrer eigenen Stärke als vielmehr in Folge der Schwäche der Oppositionsparteien, die nicht in der Lage sind, Allianzen zusammen zu bringen. Das breite Spektrum von Bewegungen gegen CAFTA schaffte es nicht, eine gemeinsame Wahlplattform zu bilden, und sein Potenzial wurde in einer Anzahl kleiner politischer Parteien zersplittert.

Diejenigen, die hofften, dass nach der Nicht-Qualifikation für Südafrika 2010 das Interesse an Wahlen steigen würde, müssen feststellen, dass ein derartiger Optimismus nicht gerechtfertigt ist. Die Propaganda wird durch eine Politik beherrscht, die Ängste schürt und in der Unsicherheit der

gemeinsame Nenner ist. Paradoxerweise könnte zwei Jahre nach der breiten Mobilisierung gegen CAFTA die rechte *Partido Movimiento Libertario* die zweitstärkste politische Kraft nach der *Liberación Nacional* werden. Autoritärer Populismus treibt die Politik in Costa Rica an, und Akteure der Mitte und der Linken scheinen eher Zuschauer als Teilnehmer zu sein. Wenn sie auch die Wahlen nicht gewinnen können, haben sie doch dazu beigetragen, das politische Spektrum zu verändern. Ansichten, die früher als Teil eines rechten Repertoires galten, sind heute *Mainstream*. Parteien, die sich selbst als links vom Zentrum verorten, haben Schwierigkeiten, Antworten auf die Politik der Angst zu finden, ohne rechte Ansichten zu reproduzieren.

Insgesamt kann man sagen, dass sowohl im Fußball als auch in der Politik von Costa Ricas Gesellschaft der Teamgeist ebenso fehlt wie ein Script, um in diesen harten Zeiten erfolgreich zu sein.

Übersetzung aus dem Englischen: Uwe Hoering

Anmerkungen

- 1 „Ticos“ bedeutet „Costaricaner“ und wird verbreitet im Alltag verwendet.
- 2 „Si se puede“ („Wir können es schaffen“) wurde auch in Mexiko und Ecuador während der Qualifikation für die Weltmeisterschaft 2002 verwendet.
- 3 Die Armee wurde nach dem Bürgerkrieg 1948 durch die siegreichen Kräfte, die auch die Kommunistische Partei verboten und die Banken nationalisierten, aufgelöst. Die Armee wurde aufgelöst, damit sie sich nicht gegen die neue Regierung wenden konnte. Diese Entscheidung war sehr nützlich, weil das Bild einer friedlichen und demokratischen Nation durch die Vorstellung einer zivilen und unbewaffneten Polizei ergänzt wurde. Diese siegreichen Kräfte wurden später umgewandelt in die *Liberación Nacional*, die beständige Partei während der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts.
- 4 Übrigens wird „Hurensohn“ in Costa Rica als weniger beleidigend empfunden als zum Beispiel in Mexiko, wo es gezielter eingesetzt wird und als schwere Beleidigung gilt.
- 5 Burstyn 1999: 28; Beynon 2002: 75, 97; Whannel 2002: 20, 28

Literatur

- Bairner, A. (2001): *Sport, Nationalism and Globalization*. New York.
- Benjamin, W. (1980): „Der Erzähler“. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. II, Frankfurt a.M., S. 438-465 (Englisch: *Illuminations*. London 1993).
- Beynon, J. (2002): *Masculinities and Culture*. Buckingham.
- Billig, M (1995): *Banal Nationalism*. London.
- Back, L.; Crabbe T. & J. Solomos (1999): „Beyond the Racist/Hooligan Couplet: Race, Social Theory and Football Culture“. In: *British Journal of Sociology*, Bd. 50, Nr. 3., S. 419-442.
- Back, L.; Crabbe T. & J. Solomos (2001): *The Changing Face of Football: Racism, Identity and Multiculture in the English Game*. Oxford.
- Bourdieu, P. (1984): *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilkraft*. Frankfurt a.M. (Englisch: *Distinction*. London 1984).

- Bourdieu, P. (2005): *Die männliche Herrschaft*. Frankfurt a.M. (Englisch: *Masculine Domination*. Stanford, CA, 2001).
- Burstyn, V. (1999): *The Rites of Men: Manhood, Politics, and the Culture of Sport*. Toronto.
- Clarke, S. (2003): *Social Theory, Psychoanalysis and Racism*. London.
- Connell, Raewyn (Robert W.) (2006): *Der gemachte Mann: Konstruktion und Krise von Männlichkeiten*. 3. Aufl., Wiesbaden (Englisch: *Masculinities*. Cambridge 1995).
- Edensor, T. (2002): *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Oxford.
- Fraser, N. (1989): "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy". In: Calhoun, C. (Hg.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA., S. 109-142.
- Gonzalez, J. (1995): „Teoría del discurso publicitario: lo semiótico y lo imaginario“. In: ders. & A. Ortiz (Hg.): *El Sport publicitario. La metamorfosis del deseo*. Madrid, S. 11-52.
- Guillianotti, R. (1999): *Football: A Sociology of the Global Game*. Cambridge.
- Kellner, D. (2003): *Media Spectacle*. London.
- King, A. (2000): „Football Fandom and Post-National Identity in the New Europe“. In: *British Journal of Sociology*, Bd. 51, Nr. 3, S. 419-442.
- Klein, A. (1997): *Baseball on the Border: A Tale of Two Laredos*. Princeton, NJ.
- Lister, R. (1998): „Citizenship and Difference: Towards a Differentiated Universalism“. In: *European Journal of Social Theory*, Bd. 1, Nr. 1, S. 71-90.
- Lofgren, O. (1995): *The Nation as Home or Motel? Metaphors of Media and Belonging*. Unpublished Paper, Department of European Ethnology, University of Lund.
- Maguire, Joseph (1999): *Global Sport: Identities, Societies, Civilizations*. Cambridge.
- Marcuse, H. (1982): *Der eindimensionale Mensch*. 17. Aufl., Darmstadt & Neuwied (Spanisch: *El hombre unidimensional*, Barcelona 1972).
- McGuigan, J. (1997): „Cultural Populism Revisited“. In: Ferguson, M., & P. Golding (Hg.). *Cultural Studies in Question*. London, S. 138-154.
- Morley, D. (2000): *Media, Mobility and Identity*. London.
- Nagel, J. (1998): „Masculinity and Nationalism: Gender and Sexuality in the Making of Nations“. In: *Ethnic and Racial Studies*, Nr. 21, S. 242-269.
- Nagel, J. (2003): *Race, Ethnicity and Sexuality: Intimate Intersections, Forbidden Frontiers*. Oxford.
- PEN – Proyecto Estado de la Nación (2001): *El estado de la nación en desarrollo humano sostenible*. Nr. 8., San José.
- Pickering, P. (2001): *Stereotyping: The Politics of Representation*. London.
- Rodríguez, M.G. (2005): „The Place of Women in Argentinian Football“. In: *International Journal of the History of Sport*, Bd. 22, Nr. 2, S. 231-245.
- Sandoval-García, C. (2004): *Threatening Others: Nicaraguans and the Formation of National Identities in Costa Rica*. Athens, OH.
- Sandoval-García, C. (2006): *Fuera de juego. Fútbol, identidades nacionales y masculinidades*. San José.
- Whannel, G. (2002): *Media Sport Stars: Masculinities and Moralities*. London.
- Yuval-Davies, N. (1997): *Gender and Nation*. London.

Anschrift des Autors:

Carlos Sandoval-García

carlos.sandoval@ucr.ac.cr