Zeitschrift: Rosa : die Zeitschrift für Geschlechterforschung
Herausgeber: Rosa
Band: - (2013)
Heft: 46

Artikel: Rosa Trikots und harte Bälle
Autor: Guhl, Selina
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-631427

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Rosa Trikots und harte Bälle

von Selina Guhl

Fussball und die Farbe Rosa scheinen aufgrund kultureller Implikationen mit der Farbe und der Inszenierung einer spezifischen hegemonialen Männlichkeit im Fussball unvereinbar. Mediale Darstellungen können an der Konstruktion von geschlechtsspezifischen Rollenbildern mitwirken und beteiligen sich damit an Verknüpfungen von Geschlechterrepräsentationen mit der Farbe Rosa.

In der Welt des Fussballs ist immer noch ein spezifisches Männlichkeitsbild vorherrschend. Bourdieu fasst den Herstellungsprozess der Männlichkeit als einen Wettbewerb auf.[1] In einem Spiel wie dem Fussball entsteht Männlichkeit durch einen kompetitiven Akt, bei dem sich die Spieler auf dem Rasen messen. Auf den Tribünen verschmelzen die Zuschauer und Zuschauerinnen zu einem Kollektiv. Im Rausch des «Wir-Gefühls», das Gefühl, eine Einheit zu sein, werden spezifische Vorstellungen bezüglich der Geschlechterbilder im Fussball reproduziert. Diese Vorstellungen verlaufen entlang dem Konzept der «hegemonialen Männlichkeit», der Konstruktion einer Männlichkeit, die sich distinktiv gegenüber Frauen, als auch Männern, welche dem konstruierten Bild nicht entsprechen, verhält. Die Abgrenzung gegenüber anderen Männern kommt im Fussball hauptsächlich durch die Betonung der Heterosexualität zustande. Homosexuelle können nicht Fussball spielen, so das gängige Klischee. Dass das Verhalten auf dem Fussballfeld und auf der Tribüne durchaus homoerotische Tendenzen aufweist, wird von den Akteuren im Fussball ignoriert. Vielmehr stellt die Forderung, offen gegenüber Homosexualität zu sein, für zahlreiche Fans und Fussballspieler ein Angriff auf die letzte «Bastion der Männlichkeit» dar.[2]

Rosa im Fussball

Das im Fussball konstruierte Männlichkeitsbild scheint mit der Farbe Rosa nicht vereinbar zu sein. Trägt ein Fussballspieler Rosa, wird ihm die mediale Aufmerksamkeit sicher sein, denn «richtige» Männer tragen kein Rosa, so die Meinung vieler Fussballspieler und -Fans. Die Gründe für diese abwehrende Haltung liegen in den kulturellen Implikationen, welche hinsichtlich dieser Farbe bestehen. Die Farbe Rosa wird häufig mit den Attributen «weiblich» und «homosexuell» verknüpft, also mit Begriffen, die auf jene Gruppen hinzielen, welche im Fussball marginalisiert und ausgegrenzt werden. Trägt ein Spieler die Farbe Rosa, wird er diesen Gruppen zugeordnet und ausserhalb der hegemonialen Männlichkeit platziert.

Konstruktion von Geschlechterbildern

Als populäres Medium verfügt der Film über die Möglichkeit eine breite Masse anzusprechen. Der Rezipient tritt in die Verhandlung mit den im Film visualisierten Inhalten und decodiert dessen Bilder und Aussagen. Ein Film kann zwar kulturelle Praxen, Normen und Werte darstellen, er zeichnet jedoch nie die Realität ab, vielmehr ist es eine «mediale Rekonstruktion der Realität.»[3] Und in dieser Rekonstruktion können Bedeutungen ausgehandelt und damit die geschlechtsspezifischen Identitäten neu besetzt werden. Die kulturellen Zuschreibungen auf die Farbe Rosa erfahren in einem Film entweder eine Reproduktion, im Sinne einer Fortführung der herrschenden Stereotypen oder sie werden im Sinne einer Dekonstruktion neu ausgehandelt. Ein Beispiel für die Reproduktion, als auch für den Versuch einer Dekonstruktion stereotyper Vorstellungen bezüglich der Farbe Rosa und Fussball, ist der Film MÄNNER WIE WIR.

MÄNNER WIE WIR[4]

Der homosexuelle Bäckersohn und Torwart Ecki wird nach seinem erzwungenen Outing aus der Fussballmannschaft FC Boldrup ausgeschlossen. Um seine Ehre zu verteidigen und das Stereotyp des Homosexuellen, der nicht Fussball spielen kann, zu widerlegen, kündigt Ecki an, innerhalb von vier Wochen ein rein schwules Fussballteam zusammen zu stellen und gegen den FC Boldrup anzutreten. Ecki reist nach Dortmund zu seiner Schwester, um dort sein Vorhaben in die Tat umzusetzen. In der als Komödie angelegten Filmproduktion werden entlang dem dichotomen Verhältnis von Hetero- und Homosexualität unterschiedliche Männlichkeitsbilder inszeniert. Eckis Ausschluss aus der Fussballmannschaft, wird mit der «Gefahr» begründet, welche von seiner Homosexualität ausgeht und greift damit zurück auf das Konzept der hegemonialen Männlichkeit, in

welchem Homosexuelle marginalisiert und ausgegrenzt werden. «Fussball ist Krieg und in den Krieg ziehen nur Männer»[5], wie es im Film heisst. Homosexuelle werden in dieser Definition von Männlichkeit nicht dazu gezählt, sie sind keine «richtigen» Männer. Die Vielfalt alternativer männlicher Identitätskonzepte wird im Film anhand der homosexuellen Fussballspieler in Eckis neuer Mannschaft aufgezeigt: Mit dem homosexuellen Türken, welcher sich als Lesbe versteht oder dem in einer Dreier-Beziehung lebenden Sadomaso-Clubbesitzer, werden die gängigsten Klischees inszeniert. Bei der Wahl der Trikot-Farbe für die homosexuelle Mannschaft setzt der Film auf die Verwendung der im Umfeld des Fussballs mit dem Attribut «homosexuell» besetzten Farbe Rosa. Zudem nennt sich das Team «Lattenknaller». Die Farbwahl und die Bezeichnung des Teams zeigen einen provokativen, ironischen und herausfordernden Umgang mit den stereotypen Vorstellungen gegenüber Homosexuellen im Fussball. Die kulturelle Konnotation der Farbe Rosa mit Homosexualität wird reproduziert. Indem das Team schliesslich gewinnt, wird die Farbe jedoch positiv aufgeladen.

Im Film MÄNNER WIE WIR werden stereotype Vorstellungen bezüglich Homosexualität und Fussball verwendet. Die visualisierten Identitäten zeigen jedoch ein breites Spektrum an unterschiedlichen Männlichkeitsbildern, die in der hyperbolischen Darstellung im Film den stereotypisierten Charakter dieser Identitäten entlarvt. In dieser überzeichneten und klischierten Darstellung zeigt sich das dekonstruktive Moment des Films, sodass heteronormative Konstruktionen hinterfragt werden können. Es fällt allerdings auf, dass im Kontext des Fussballs, die «Männlichkeit» zu wahren versucht wird. Die abwehrende Haltung gegenüber der Farbe Rosa verdeutlicht die Wichtigkeit der hegemonialen Männlichkeit im Fussball. Die Verknüpfung der Farbe Rosa mit Weiblichkeit und Homosexualität legitimiert das Hierarchisierungs- und Marginalisierungssystem auf dem die hegemoniale Männlichkeit im Fussball basiert.

Homoerotisch? – Spieler des türkischen Fussballclubs Galatasaray

Anmerkungen

[1] Vgl. Bourdieu 2005, 90.

[2] Meuser 2008, 114.

[3] Bechdolf 2007, 294.

[4] DVD: Männer wie wir. Deutschland 2004. Sherry Hormann (DVD: Buena Vista Home Entertainment).

[5] DVD: [00:16:10]

Literatur

DVD: Männer wie wir. Deutschland 2004. Sherry Hormann (DVD: Buena Vista Home Entertainment).

Bechdolf, Ute. Kulturwissenschaftliche Medienforschung. Film und Fernsehen. In: Göttsch, Silke und Albrecht Lehmann (Hg.). Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie, 2., überarb. Aufl. Berlin, 2007, 289-315.

Pierre Bourdieu. Die männliche Herrschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2005.

Meuser, Michael. It`s a Men`s World. Ernste Spiele männlicher Vergemeinschaftung. In: Klein, Gabriele und Michael Meuser (Hg.). Ernste Spiele. Zur politischen Soziologie des Fussballs, Bielefeld, 2008, 113-134.

Autorin:

Selina Guhl mag die Farbe Rosa nicht besonders, interessiert sich dafür aber umso mehr für die kulturellen Zusammenhänge zwischen menschlichem Handeln und der Konstruktion von Geschlechtsidentitäten. Sie studiert Populäre Kulturen, Gender Studies und Skandinavistik an der Universität Zürich.

selinaguhl@msn.com