

Sexobjekt Sportler

JOËL LUC CACHELIN

Tennistraining, zweimal in der Woche. Er ist sich bewusst, dass er nicht besonders gut spielt. Die Matches im Interclub gehen ohne Satzgewinn verloren. Die Pubertät hat erst gerade begonnen. Die Blicke der anderen verunsichern, lassen erröten.

Wenn ich diese Zeilen schreibe, hege ich die Absicht, mich Zeile um Zeile um Zeile dem Sexobjekt Sportler zu nähern. Ich will es umschreiben, es umgarnen, es aus seinem Objektstatus befreien und beschreiben, wie uns Sportler heute als Sexobjekte dienen. Ich blättere der Spurensuche wegen in meinem gymnasialen Grammatikbuch, welches mich heute zum ersten Mal interessiert – „Verstehen, Reden, Schreiben“ (1995). Und ich lerne, dass das Verb, dem Bindungsvermögen chemischer Elemente ähnlich, über die Fähigkeit verfügt, Satzglieder an sich zu binden. Oder: Ein Subjekt antwortet auf die Fragen „Wer oder Was“. Die Objekte ihrerseits antworten ihrem Casus entsprechend auf die Fragen „Wessen“, „Wem“, „Wen“ oder „Was“ und „Worauf“. Das Sexobjekt ist trotz seinem Objektstatus ein Subjekt. Als solche Subjekte verhalten wir uns dann auch, wenn wir selbst aktiv Sport treiben. Sport ist auch politisch, die SP fordert in ihrem Positionspapier eine sportliche Bevölkerung: Sport fördert die Gesundheit; Sporttreiben kann sehr viel Spass machen; Sport kann Lebensqualität bedeuten, auch sinnstiftend sein; Sport kann intergrationsfördernd sein, Sport verbindet; Sport kann persönlichkeitsbildend wirken; Sport kann die eigene Leistungsfähigkeit, nicht nur die körperliche, steigern und Sportlerinnen, Sportler, Sportteams können Identifikationsfiguren sein (2001). Diese Gründe könnten salopp in die Bereiche „Du willst nicht dick werden“, „Du willst Spass haben“ und „Du willst jemand sein“ *geclustert* werden, aber so was tut man nicht. So wie ich Nein sage, wenn ich wie heute Morgen telephonisch von einem *Fräulein* angefragt werde, ob ich nicht auch manchmal das Gefühle hätte, „drü vier Kilos“ zu viel auf die Waage zu bringen. Nein! Nun, die aktiven Sportler werden sich in einem oder vielmehr in mehreren dieser Punkte wiederfinden. Im Jahre 2003 gaben 61.9% der Schweizer Bevölkerung an, Sport gemacht zu haben, sozial erwünschte Antworten eingeschlossen – wobei 46.7% derselben Grundmenge regelmässig Sportanlässe besuchen (BfS, 2005). Noch weniger Kalorien werden verbrannt, wenn der Sport ferngesehen wird, 1.5 Millionen Schweizer verfolgten das Baragespiel Türkei-Schweiz, was einem stolzen Marktanteil von 66% entsprach (SF, 2006). Sobald wir in die Rolle der Zuschauenden schlüpfen, machen wir das Subjekt Sportler zum Objekt. Es rennt, kämpft und

schwitzt, während wir sitzend und diskutierend aus Distanz gebannt gaffen. Erst als Objekt erhält er die Möglichkeit, als Fluchtpunkt sexueller Begierde zu gelten. Den Status zu erreichen, um den Puls in die Höhe zu schlagen, Erregung auszulösen. Gewiss sind wir auch im lokalen Turnverein Zuschauende, erleben Objekte, aber das in diesem Text zu Beobachtende lässt sich besser zeigen, wenn sich der Text mit denjenigen Sportlern beschäftigt, welche uns medial täglich begegnen, welche tausendfach in unseren Medien multipliziert werden. Nur die Multiplizierten werden in ihren Dimensionen vereinfacht, öffentlich zu Objekten erkoren und eben medial vervielfältigt.

Er träumt von einem Kuss mit Martina Hingis unter reifen Apfelbäumen. Auch sie verharrt in der Pubertät. Und doch hat sie im WTA Ranking ihre Zugehörigkeit zur Weltspitze wöchentlich zu beweisen. Ihr Deutsch ist nicht perfekt, ihre Haut noch unrein, ihre Frisur nicht konstant.

„Das Leben jedes Menschen ist ein Weg zu sich selber hin, der Versuch eines Weges, die Andeutung eines Pfades. Kein Mensch ist jemals ganz und gar er selbst gewesen; jeder strebt dennoch, es zu werden, einer dumpf, einer lichter, jeder wie er kann“ (HESSE, 1974, S. 8). „Der Mensch ist ja keine feste und dauernde Gestaltung [...], er ist vielmehr ein Versuch und Übergang, er ist nicht anders als die schmale gefährliche Brücke zwischen Natur und Geist“ (HESSE, 1974a, S. 80). Ja, wir streben danach, das zu werden, was wir schon immer sind. Aber die Wege sind lang und die Umwege zahlreich. Wir wollen identisch mit uns selbst werden. „Die Identität ist ein exaktes, spezifisches Phänomen, das eingegrenzt und dessen genauer Platz in der vielgestaltigen, riesigen Fabrik des Individuums bestimmt werden muss“ (KAUFMANN, 2004, S. 50). Ich-Werden ist ein Prozess. Und nach Wegfall der göttlichen Vorhersehung, der Standeszwänge, kurz aller Verpflichtungen und Vorschriften, immer weniger Geschenck. „Das Ich tut sich schwer, sich zu finden. [...] Im Aufeinandertreffen auf sich wird es sich selbst unsicher. Es gerät in eine wilde Gegend. Ein Durcheinander von Selbst, Sich, Ich: Es brodeln und gärt. Es zirpt im Ichmeer“ (GROSS, 1999, S.9 f.). „Der historische Prozess der sozialen Differenzierung vergrößert unaufhörlich die Zahl und Verschiedenheit der möglichen Rollen und in noch größerem Umfang die punktuellen Identitäten, die mit ihnen assoziiert werden können“ (KAUFMANN, 2004, S. 75). „Die Steigerung der Erlebens-, Handlungs-, und Lebensmöglichkeiten, die Optionssteigerung, ist der augenscheinlichste Vorgang der Modernisierung“ (GROSS, 1994, S. 14). Die Anker, an denen wir uns auf unserer Reise durch das Lebensmeer halten, die Pflöcke, welche wir im Vorwärtsgehen einschlagen, die Punkte, an denen wir uns in Zuständen der Unsicherheit orientieren, zerfallen in zahlreiche Änkerchen, wandeln sich zu unsichtbaren Pflöckchen und explodieren in unzählbare Pünktchen. So muss der Mann im Mond das Gefühl haben, dass wir Menschen, zumindest wir verwöhnten der westlichen Luxusgesellschaften, wie augenlose Ameisen im Labyrinth Erde herumirren.

Ja, „wir leben im Jahrhundert des sich selber bezweifelnden, sich beobachtenden, ichjagenden Ich“ (GROSS, 1999, S. 11). Wir sehnen uns nach Orientierung, Geborgenheit und Halt. Wir suchen nach Gemeinsamkeiten und Ergänzung. Wir suchen nach uns selbst, indem wir das Andere suchen und finden. „Die Identität ist eine Umhüllung, die Selbstgewissheit verleiht“ (KAUFMANN, 2004, S. 59). Das Andere und Ferne, das Unbekannte und Unnahbare wird zum Spiegel unserer nicht artikulierbaren Seiten. Auch dieser Text reiht fremde Gedanken aneinander, ist Collage, wird zu Neuem und Eigenem, ist gleichzeitig Teil und Ausdruck meiner Identitätsarbeit. Die Verbreitung von Identifikationsmöglichkeiten verläuft selektiv. Zumindest die Medien transportieren in ihrer Meinungsbildungs- und Multiplikationsfunktion keine Pickelgesichter. Keine Übergewichtigen. Keine Hässlichkeiten. Kein Elend. Glänzen soll es. Um sich in sich selbst spiegeln zu können. Um sich durch Spiegel und Selbstspiegelung unendlich zu reproduzieren. „Bim Coiffeur bin i gsässe vor em Spiegel, luege dry. Und gseh dert drinn e Spiegel wo ar Wand isch vis-à-vis. Und dert drin spieglet sech dr Spiegel da vor mir. Und i däm Spiegel widerum dr Spiegel hindefür. Und so geng wyter, s'isch gsy win e länge Korridor. I däm my Chopf gwüss hundertfach vo hinden und vo vor. Isch ufgreit gsy i eire Kolonne, z'hinderscht isch dr Chopf. I ha ne nümme gchennt, so chly gsy win e Gufechnopf. My Chopf, dä het sich dert ir Wyti, stellet öich das vor. Verloren ir Unäntlechkheit vom länge Korridor. I ha mi sälber hinde gseh verschwinde, ha das gseh. Am heiterhälle Vormittag und wi we nüt wär gsche“ (MATTER, 1973). Das Objekt muss auf die Fragen „Wessen“, „Wem“, „Wen“ oder „Was“ und „Worauf“ bzw. zu „Wem“ antworten können. Es muss multiplizierbar, transportierbar und imitierbar sein. Wollen Menschen zu Objekten werden oder sollen sie vielmehr zu solchen gemacht werden, so müssen sie vereinfacht werden. Die Reduktion des Subjektes ist Grundlage seiner Objektwerdung.

Das Tennis hat er längst aufgegeben. Unsicherheit wird zum Alltag. Fragen ersetzen Antworten. Das Intime wird persönlich. Niemand, der spürt, was im Innersten geschieht. Niemand, der seine Tränen sieht. Niemand der helfen kann.

Im Spiegeltheater „Anleitung zum Aufbau der Persönlichkeit – Erfolg garantiert“ am Ende des Steppenwolfes wird das Spiel mit dem Inneren mit sich folgenden Schachpartien verglichen. „Er hielt mir einen Spiegel vor, wieder sah ich darin die Einheit meiner Person zerfallen, ihre Zahl schien noch gewachsen zu sein. Die Figuren waren aber jetzt sehr klein, so gross etwa wie handliche Schachfiguren, und der Spieler nahm mit stillen, sicheren Fingern einige Dutzend davon und stellte sie neben dem Schachbrett auf den Boden“ (HESSE, 1974, S. 245). Anders als Schachspieler haben wir nicht die Möglichkeit, unsere Leben als aufeinanderfolgende, konsequenzenlose Schachpartien zu konzipieren. Trotzdem *zerfallen* wir. Und erst in Ruhepha-

sen und Zeitlosigkeiten nehmen wir uns die Zeit, um Strategien des Handelns zu entwickeln. Ansonsten haben wir zu handeln, nicht nachzudenken. KAUFMANN (2004, S. 178) spricht von UKO-Identitäten, welche unmittelbar, kontextabhängig und operativ gebildet werden müssen. Wir sind niemals fix, in Eisstarre versetzt oder in Stein gemeißelt. Auch wenn sich etwas in unserem Inneren mit sich ansammelnder Lebenserfahrung stabilisiert, tiefgefroren wird, so müssen wir doch immer spontan entscheiden und handeln. „Dann strich er mit heiterer Gebärde über das Brett, warf alle Figuren sachte um, schob sie auf einen Haufen und baute nachdenklich, ein wählerischer Künstler, aus denselben Figuren ein ganz neues Spiel auf, mit ganz anderen Gruppierungen, Beziehungen und Verflechtungen. Das zweite Spiel war dem ersten verwandt: es war dieselbe Welt, dasselbe Material, aus dem er es aufbaute, aber die Tonart verändert, das Tempo gewechselt, die Motive anders betont, die Situationen anders gestellt“ (HESSE, 1974, S. 247). Als Künstler müssen *wir alle* unsere kognitive, emotionale, motivationale und körperliche Identität finden (FALTERMAIER, 2002, S. 65). Die körperliche Dimension nimmt in unserer Bilderwelt einen zentralen Stellenwert ein, zumal diese von innen, als Teil unserer Identität, *und* von aussen, als Abstraktion von Objekten der Begierde, auf den Liebes- und Sexmarkt wirkt. Auch hier agieren wir als Einzelkämpfer. „Die Diversifikation, das Schrumpfen, Deregulieren und Entwerten der traditionellen Familie und das Vervielfältigen der Beziehungs- und Lebensformen betrifft auch die Sexualität“ (SIGUSCH, 2005). Auch in ihr werden die vorgegebenen Parours zu offenen, weiten Feldern. „Jeder steht einem noch vor einigen Jahrzehnten undenkbaeren Angebot von sexuellen Möglichkeiten gegenüber und muss sich dazu irgendwie verhalten“ (SCHULZE, 2005, S. 70). „Kein Zweifel, die alte Lustmaximierungsmoral und die noch ältere Ehe- und Versorgungsmoral sind in eine individuelle, zu gestaltende und zu verantwortende Moral transformiert worden, deren deklarierte Kriterien Geschlechtssymmetrie, Liebessymmetrie und daneben noch HIV-Prävention sind“ (S. 39). Für die Jugendlichen des Westens existieren keine Verbotstafeln mehr. Stattdessen locken Einladungen an allen Ecken. Die Transsexuellen, Bisexuellen, Homosexuellen, Objektsexuellen, Asexuellen und SM'ler¹ sind dauerhaft auf Stimmenfang. Gerade gestern informierten Dominas und Sklaven im SF-DOK zur *Primetime* über „das Geschäft mit Lust und Peitsche“ (MATZNER, 2006). Ist die Verbreitung des SM in Realität und Virtualität Reaktion auf eine Gesellschaft, welche durch Geschwindigkeit und Druck gezeichnet ist? „Eine Sache macht mir dabei Angst, fuhr sie fort, und zwar dass es überhaupt keinen körperlichen Kontakt mehr gibt. Die Leute tragen alle Handschuhe und benutzen irgendwelche Geräte. Nie kommt die Haut des einen mit der des anderen in Berührung, sie küssen sich nicht, sie

¹ SM: Sado-Maso.

streifen sich nicht, sie streicheln sich nicht. Für mich ist es das genaue Gegenteil von Sexualität“ (HOUELLEBECQ, 2003, S.182). Die Sexualisierung des Alltags ist stillschweigend alltäglich geworden. Die Erlebnisgesellschaft (vgl. SCHULZE, 2005) mit ihren Angeboten in Sport, Musik und Film ist wesentlich auch eine Sexgesellschaft. Wir werden gar zur Perversion aufgerufen: Habe Mut, dich deiner Sexualität zu bedienen! Die SexliberalisiererIn, *PerformerIn* und VorreiterIn Madonna übersetzt Kant 1997 als: „Express yourself, don't repress yourself“. „Im Kern ist das normale Sexualleben pervers und das Perverse normal“ (SCHULZE, 2005, S. 75) „Im Zeitalter des Rasens der Zeit, der passgenauen, designten sexuellen Befriedigung und der flexiblen Konkurrenz ist dieser intensive Lustgewinn, der jederzeit abrufbar aus einer von der Person weitgehend konfliktfrei praktizierten ‚grossen‘ Perversion gezogen werden kann, konkurrenzlos, jedenfalls auf sexuellem Gebiet“ (S. 79). Pervers scheint es heute, Perversionen nicht auszuleben und durch Verzicht stillzustehen. „Jenen aber, die die Perversion denunzieren, ist offenbar nicht bewusst, dass sie das wünschen, was sie so laut verleugnen und verfolgen. Sie reagieren so abwertend, weil sie dunkel ahnen, dass sie all das, was die Perversen erleben oder krankhaft tun müssen, vom sexuellen Rausch bis hin zum lebensbedrohlichen Ich-Zerfall, selbst erleben oder täten, wenn in ihrem bisherigen Leben nur eine Weiche anders gestellt worden wäre“ (S. 80). „Nicht das, was man früher Unkeuschheit oder Wollust nannte, gilt als Sünde, sondern umgekehrt das Versäumen erotischer Gelegenheiten“ (SCHULZE, 2005, S. 64). Das Internet schafft Begegnungszonen für jede Art der Perversion, auch für diejenigen, welche strikt als Missbrauch abgelehnt werden müssen. Die medial ausgeschlachtete Geschichte der zwei Männer, die sich verabredeten, um den Penis des einen gemeinsam zu verspeisen, ist dabei nur die Spitze des Eisberges. Die Wirkungen des Internets sind viel subtiler. Es bildet sich ein transparentes Labyrinth von *verlinkten* Märkten. Es bildet sich eine Parallelwelt, welche zumindest viel verspricht. Und um den Sport nicht ganz zu vergessen: Gilt nicht auch Sex als eigentlicher Sport, wenn auch Schach und Schiessen als Sport bezeichnet werden und wir der Definition des Harenberger Lexikons (1996) folgen: „Sport ist eine Sammelbezeichnung für alle als Bewegungs-, Spiel- und Wettkampfformen betriebenen körperlichen Aktivitäten“.²

Die Schwimmer konzentrieren sich vor dem Sprung ins helle Blau. Ihre Körper sind perfekt geformt, eng anliegendes Gummi umspannt ihre Köpfe. Die Prinzessinnen laufen auf dem Eis, ihre Röcke werden kürzer, ihre Ausschnitte tiefer. Er spürt und zeichnet seine Objekte auf, drückt sie aus und himmelt sie an.

² Vgl. die Sportdefinitionen im Beitrag vom MARCEL WÜRMLI in diesem Band.

Das Körperliche begegnet uns in allen Medien, in denen um uns geworben wird. Glänzende Haut, gerichtete Haare, gefärbte Augenlider, gebräunte Gesichter, optimierte Proportionen. Es wimmelt von Objekten, welche uns bezirzen. Und nach denen wir unbewusste Sehnsüchte entwickeln. Die Sportler reihen sich nahtlos in die Objektsammlungen unserer Gesellschaft ein. Sie erscheinen zum Wettkampf, in enge Kleider gewickelt und mit Markenzeichen versehen. Sie sind nicht, sie repräsentieren. Sie spielen und spielen sich minim verändernde Rollen. So überraschte die im Nebenamt als Modedesignerin Auszubildende Serena Williams am US-Open 2002 Gegnerinnen und Zuschauende als schwarze Katze im latexähnlichen engen Catsuit. Die Lohnsummen unserer sportlichen Sexobjekte widerspiegeln ihren gesellschaftlichen Status, ihren budgetierten Einfluss auf uns. Im März 2006 unterschreibt Roger Federer mit seinem Schlägerausrüster einen lebenslangen Vertrag über einen zweistelligen Millionenbetrag. Unsere *gesponserten* Sportler sind Figuren der medialen Welten, welche wir begehen. Die Repräsentationen des Realen sind unendlich geworden und wachsen aufgrund der zunehmenden Konvergenz der Medien immer mehr zusammen. Wir finden dieselben Gesichter, Muster und Marken in Videospielen und Zeitungen, im Fernsehen und im Internet. Und alles wird *verlinkt*, der Medienwechsel wird fließend, bis er unbewusst und unbemerkt werden wird. Wir kennen die Figuren dieser Welten nicht persönlich, aber ihre Attribute lernen wir auswendig. Innerlich nähern wir uns gewissen Figuren in stillen Stunden an, während wir andere als Identifikationshilfen bewusst ablehnen. Anlehnung und Ablehnung sind die zwei möglichen Spielzüge, welche in der Summe zur Stärkung des Ichs führen. Wir sind nicht fähig, uns gegen diese Prozesse zu wehren. Die Objekte fliegen als Magnete durch die medialen Räume, in denen sie anziehende und abstossende Kräfte wie natürlich bilden. Äusserlich zeigen die von uns getragenen Markierungen unsere Identifikationen. Marken und Objekte, welche wir mit uns tragen, sind „nichts mehr als ein Medium, über das wir mit anderen Menschen in Kontakt treten können“ (RUSHKOFF, 2006, S.53). Selbst das Markenlose wird zur Marke. Marken und Objekte kennzeichnen uns, werden zu Stigmata. Sie teilen uns in Gruppen ein. Diese sind so vielfältig und zahlreich wie die Marken und Objekte selbst. Sie unterscheiden sich hinsichtlich Dauerhaftigkeit, Stabilität, Grad der Verpflichtung, Sichtbarkeit. Innerlich werden die Objekte, unabhängig von einer äusserlichen Markierung, zu unseren Göttern. Sie weilen an unserer Seite, tauchen unverhofft auf und dienen in Momenten der Leere und Unsicherheit als vermeintliche Retter. Sie strahlen und leuchten, weil sie Objekte sind. Sie kennen keine Tiefenschärfe. Sie kennen keine Schwächen. Sie kennen keine Fehler. Im Objekt finden wir, was bei uns nicht ist. Fehlende Aspekte unseres Ichs oder aber das uns Ergänzende, das, was wir wollen, aber nicht sind und niemals sein werden. Auch im Sexobjekt. Sexobjekte sind flüchtige und kostenlose Spielzeuge. Sie sind nicht mehr als Gedanken, welche uns erregen und uns anschlies-

send zu uns selbst führen. Werden wir nicht im Moment des Orgasmus völlig zu uns selbst? Vergessen alle Möglichkeiten der Mutation und der Verwandlung?

In der Fülle der Objekte entdeckt er *sein* Objekt. Er erinnert sich an vergangene hoffnungslose, wertlos gewordene und einzelne verwirklichte Traum-szenen. Abbilder seines Objektes hängen als Fotokopien von Fernsehbildern gegenüber seinem Bett. Das Ich wehrt sich, erkennt Fragen als Antworten, ist stark geworden.

Im Wettbewerb der Medien um Aufmerksamkeit werden Menschen zu Objekten und Objekte zu Zahlen. Die Rückkehr von Martina Hingis wird medial inszeniert. „Im kränkelnden Frauen-Tennis ist Martina Hingis ein gefragter Schmetterling“ (VOGEL, 2006, S. 61). In wenigen Wochen werden nur noch Turniersiege und Krisen mehrere Fernsehminuten, mehrere Absätze in der Zeitung wert sein. Ansonsten wird ihr Leben durch wenige Bilder und Zahlenkombinationen, 6:0 6:0, in unseren Leben präsent sein. Es ist die notwendige Reduktion der Objekte. Die Zahlen markieren die Karrieren, die wir aus Sehnsucht oder Gewohnheit verfolgen. Wir schneiden Zeitungsartikel aus, besuchen *Homepages*, sind anwesend bei Übertragungen, um *dort*, in der Nähe unserer Objekte zu sein. Dort ist der Ort, wo wir uns selbst begegnen. „Die vielen Inhalte, die wir online aufsammeln, seien es Bilder, Filme, Musikdateien oder Texte, sind in Wirklichkeit unsere soziale Munition“ (RUSHKOFF, 2006, S. 53). Im Zeitalter der Kombinatorik kombinieren wir unsere Spuren, welche wir off- und online hinterlassen haben, um nicht zu vergessen, wer wir sind. Die Unendlichkeit der modernen Datenspeicherung ermöglicht es, unseren Weg permanent abzubilden, zu speichern und weiterzuleiten. Mit jedem Medienwechsel werden die Abbilder ungenauer, unschärfer, *verpixelter*. Es bilden sich Archive, welche unsere Wege und unserer Objekte dokumentieren. Sie wachsen zu unüberschaubaren Sammlungen an. Wir stöbern in ihnen in Zeiten der Einsamkeit. Wir teilen sie als Reproduktion der erlebten Zeiten mit unseren Freunden. „Der Mensch ist auf sie [die Freundschaft] angewiesen, damit sein Gedächtnis funktioniert. Sich an seine Vergangenheit zu erinnern, sie immer bei sich zu haben, ist vielleicht die notwendige Voraussetzung dafür, die Integrität seines Ichs zu wahren, wie man sagt. Damit das Ich nicht schrumpft, damit es sein Volumen behält, müssen die Erinnerungen begossen werden wie Topfblumen, und dieses Giessen erfordert den regelmässigen Kontakt mit Zeugen der Vergangenheit, dass heisst mit Freunden. Sie sind unser Spiegel; unser Gedächtnis; man verlangt nichts von ihnen, ausser dass sie von Zeit zu Zeit diesen Spiegel polieren, damit man sich darin anschauen kann“ (KUNDERA, 2004, S. 48). Auch das Sexobjekt Sportler dient als Zeuge. Indem es als Bild oder Erinnerung, als mediale Repräsentation, konstant bleibt, zeigt es die eigene Veränderung auf. Als Objekt ist es stets da, widersteht jedem Wind, jeder Richtungsänderung.

Bleibt da, starrt, wartet und fordert. Ermöglicht Fragen, Antworten und neue Fragen, indem der Blick des Objektes für das suchende Subjekt durchdringender ist, als es ein lebendiger Blick jemals sein wird. Weil das Objekt selbst gewählt, als Anhaltspunkt und *Eigenes* bestimmt wurde. „The face of you – My substitute for love“ (MADONNA, 1998).

Er sucht nach schneller körperlicher Befriedigung im endlosen Raum des Internets. Die Wege zum Höhepunkt sind bekannt und standardisiert. Im Moment des Erwachens blickt er in die Augen seiner Objekte. Wacht auf und ist für den Rand einer Sekunde endlos unglücklich. Ausatmen und die Augen sich trocknen spüren.

Wir sind einzigartige Gemische, welche Ideen, Bilder, Geschichten und Sehnsüchte vereinen. „Träume, Wünsche und Einbildungen durchwirken, aus einer andern Dimension einfallend, die Welt, in der wir normalerweise leben. [...] Wir alle stehen im Schnittpunkt mehrerer Realitäten, so abgehetzt und eingespannt wir auch in der eigenen sein mögen. [...]. Der Utopist kehrt die sonst übliche Wertung um. Er nimmt seinen Standort, mindestens als Reisender, in der utopischen Welt und findet, dass, von dort aus gesehen, die Alltags Erde ein recht phantastisches Gebilde, fast ein traumhafter Spuk und sicherlich kein Gegenstand vernünftiger Wünsche sei“ (FREYER, 2000, S. 12). Die Utopie wird, dieser Vorstellung nach, fragmentartig und in höchstem Masse individuell. Wir sind, was wir nicht sind. Das Andere, das was nicht ist, die persönlich (noch) nicht realisierten Möglichkeiten werden das Erstrebenswerte. Es findet sich nicht im Alltag, sondern kreist in hohen Bahnen darüber. Der Rausch schafft Zugang zu ihm, ist es phasenweise, und führt im Moment des Nüchternwerdens zur Vergrößerung der Distanz. Der offiziellen Statistik nach konsumieren 47.2% der männlichen Jugendlichen mindestens einmal pro Woche Alkohol, 36.3% haben schon gekifft und 3.6% haben Erfahrungen mit harten Drogen gesammelt (BfS, 2003, S. 8). Aber diese nackten Zahlen erzählen nichts über die Qualität der Rausche. Sie verschweigen das erbärmliche Gefühl beim Sichübergeben, die Tränen der rauschbedingten Verfärbung von Tatsachen und Emotionen, die Leere nach gebotenen und provozierten Absurditäten, die zunehmende nächtliche Gewalt alkoholisierter Jugendlicher an Unschuldigen, die Ernüchterung nach dem wiederholten Suff. Andere Süchte sind alltäglicher, heimlicher, intimer. Die Befriedigung der Lust im Internet weiter verbreitet, als es die Absenz in den öffentlichen Statistiken vermuten lässt. Aber das Verharren in dieser Traumwelt ist kurzfristig, oberflächlich und trügerisch. Die Erlösung ist keine. Der Durst nach Nähe verbleibt. „Im kommerziellen Bereich ist die Erotik ambivalent. Zwar ist jeder scharf auf sie, aber jeder hasst sie auch als Ursache seines Unglücks, seiner Frustrationen, seines Neids, seiner Komplexe, seiner Leiden“ (KUNDERA, 2004, S. 53). Überhaupt ist das Sexuelle aufgrund seiner Omnipräsenz und der modernen Pflicht zum Schmieden des eigenen Glücks häufig Quelle

der Unzufriedenheit. „Dieser Widerspruch zwischen Erotik und Zärtlichkeit erschien mir ganz eindeutig als eine der übelsten Schweinereien unserer Epoche, als eines der Dinge, die eine Zivilisation unerbittlich zum Tode verurteilt“ (HOUELLEBECQ, 2005, S. 82). „Du siehst ein Mädchen lächeln. Du liebst sie. Sie wird es nie erfahren. Das war eine schöne Minute“ (BEIGBEDER, 2002, S. 77). Die Sexualität ist heute „selbstop optimiert und selbstdiszipliniert, könnte wegen ihres hohen Anteils an Egoismen auch *Selfsex* genannt werden“ (SIGUSCH, 2005, S. 8). „Dazu passen die neosexuellen Selbstpraktiken, die sich mit grosser Selbstverständlichkeit inszenieren. Dazu passt auch der diskursive Lärm um die Potenzpille Viagra, der endlich die Dissoziationen von Angst und Sexualität verheisst, so dass ein selbstregulierter Designer- und Technosex ungestört performiert werden können“ (S. 41). *Selfsex* ist die Alternative zur unendlich wirkenden Suche von möglichen Partnern. Wir Jungen sind, glaubt man der NZZ am Sonntag vom 9. April 2006, „zu kalt, zu arrogant, zu kompliziert“ (BATTHYANY, 2006, S. 81). *Selfsex* ist ein Marktversagen des Sexmarktes, weil freiwillig Abstinenz beschlossen wird. Wir definieren uns als Autarke und zufrieden, nein, zufrieden sind wir trotzdem nicht.

Fanartikel schaffen künstliche Nähe. Identifikation eröffnen Gefühle der Maskierung und der Selbstsicherheit. Während Martina wieder da ist und sich mit Maria duelliert, singt er vor Freunden und Dosenbier in den Händen russische Liebslieder und die Mär von Martina und Maria.

Tagtäglich erleben wir Räusche. In Form des unbewussten, plötzlichen und nicht erzwungenen Versinkens in Gedanken, Ängsten oder Phantasien. Sei dies in der bewussten Suche nach Abstand, beim Abfahren der Autobahn mit 160 km/h, beim nicht enden wollenden Biertrinken, beim Aufgehen in den Worten unvergesslicher Literaten. Und immer trachten wir danach, uns selbst zu spüren. Objekte helfen, unser Ich sichtbar zu machen, ihm gegenüber zu treten und es wachsen, es sich entfalten zu sehen. Die Sportler sind widerstandslos Objekte geworden. Sei es Philippe Senderos: „Der sieht aus als käme er direkt aus dem Knast in Birmingham [...] Ich finde seinen Blick wirklich cool. Das Skeptische finde ich schön“ (ROTEN & ROSHANI, 2006). Oder eine *Beliebige* aus der Horde der blonden russischen Schönheits- oder Tennisköniginnen. Oder wie wäre es mit Fernando Alonso, für den *google* aktuell in 0.08 Sekunden 13.2 Millionen Treffer meldet. Sobald die Sportler mehr zu den Gewinnern als zu den Verlieren gehören, werden sie von den Mühlen der Medien gemahlen und zu eindimensionalen Profilen verarbeitet. *The winner takes it all*. Sie sind jung, schön und erfolgreich. Wie alle, die um unsere Gunst werben. Sie können sich nicht wehren gegen den Mechanismus, dass sie zu Objekten degenerieren, welche die *Anderen*, die Normalen, gewissermassen die Verlierer, als Identifikationsfiguren nutzen werden. Dankbar akzeptieren wir sie als Helden. Verraten tun wir dies niemandem. Die Objek-

te verbleiben als stille Reserven unseres Selbst in der dunklen Kammer des Innern. Sie wirken wie Drogen, indem sie unbewusst unser Selbstbild erweitern, die Möglichkeiten des Seins weiten, das Wirkliche schärfen und sichern. „How do you hide, when you're running from yourself?“ (GATTACA, 1997). Die Akzeptanz des Eigenen ist Bedingung der Vereinigung mit dem Fremden. Die Sehnsucht nach dem, was nicht ist, bleibt ewig bestehen. Die Objekte haben dann einen Sinn, wenn sie das Eigene nicht verdrängen. Solange sie als Laternen den Weg zum Ich markieren. Ansonsten drohen sie zu goldenen Kälbern zu werden, welche das wirklich Wichtige überschatten.

Er erkennt seine Spuren. Sie rühren aus der Vergangenheit und führen in die Zukunft. Und immer wird es sie geben, die Sportler und Sportlerinnen, welche Fluchtpunkt und Spiegel für ihn sind.

Quellen

BATTHYANY S. (2006). Das Herz im Tresor. NZZ am Sonntag vom 9. April 2006.

BEIGBEDER F. (2002). 39.90 (2. Aufl.). Reinbeck: Rowohlt.

Bundesamt für Statistik (2005). Die Freizeitgestaltung in der Schweiz. Die Situation im Jahr 2003. Gefunden am 4. April 2006 unter www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/dienstleistungen/publikationen_statistik/publikation_katalog.Document.63496.html.

Bundesamt für Statistik (2003). Schweizerische Gesundheitsbefragung 2002. Gefunden am 9. April 2006 unter http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/gesundheit/gesundheitszustand/determinanten/kennzahlen0/verhalten0/alkoholkonsum.ContentPar.0006.DownloadFile.tmp/Flash-Brochure-SGB_D.pdf.

FALTERMAIER T., MAYRING, PH., SAUP, W., STREHMEL, P. (2002). Entwicklungspsychologie des Erwachsenenalters (2. Aufl.). Stuttgart/Berlin/Köln: Kohlhammer.

FREYER H. (2000). Die politische Insel. Eine Geschichte der Utopien von Platon bis zur Gegenwart (2. Aufl.). Wien: Karolinger.

GATTACA (1997). New York: Columbia Pictures.

GROSS P. (1999). Ich Jagd. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- GROSS P. (1994). Die Multioptionsgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Harenberg Kompaktlexikon in 3 Bänden (1996). Dortmund: Harenberg Lexikon Verlag.
- HESSE H. (1974). Demian. Die Geschichte von Emil Sinclairs Jugend. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- HESSE H. (1974a). Steppenwolf. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- HOFER H./NEF, H. (1995). Verstehen – Reden – Schreiben (5. Aufl.). St.Gallen: Zollikofer AG.
- HOUELLEBECQ, M. (2003). Plattform (2.Aufl.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- HOUELLEBECQ M. (2002). Elementarteilchen (5. Aufl.). Köln: List.
- KAUFFMANN J-C. (2004). Die Erfindung des Ich. Eine Theorie der Identität. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- KUNDERA M. (2004). Die Identität (5. Aufl.). Frankfurt am Main: Fischer.
- KUTTI MC. (2005). Jugend und Kultur. Bern: MUVE.
- MADONNA. (1998). Drowned World/Substitute for love. New York: Maverick.
- MADONNA. (1997). Bedtime Stories. New York: Maverick.
- MATTER M. (1973). I han es Zundhölzli azündt. Bern: Zytglogge.
- MATZNER M. (2006). BERUF DOMINA – das Geschäft mit Lust und Peitsche. Zürich: SF.
- ROTEN M./ROSHANI, A. (2006). Ein Bild von einem Mann. Das Magazin vom 27. Mai 2006.
- RUSHKOFF D. (2006). Wir durchleben eine neue Renaissance. GDI Impuls Frühling 2006.
- SCHULZE G. (2005). Hedonismus. Zürich: Schriftenreihe der Vontobel-Stiftung.

SCHULZE G. (2005). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main: Campus.

Schweizerische Demokratische Partei. Positionspapier der SP Schweiz zur Sport-Politik. Gefunden am 4. April 2006 unter http://al.sp-ps.ch/data/Pospap-d/Sportpolitik_2001.pdf.

SIGUSCH V. (2005). Neosexualitäten. Über den kulturellen Wandel von Liebe und Perversion. Frankfurt am Main: Campus.

SF. Die Bestenliste von SF im Jahr 2005. Gefunden am 7. April 2006 unter http://www.sf.tv/sfsport/artikel.php?catid=sportartikel&docid=20050809_01.

VOGEL J. (2006). Willkommene Rückkehrerin. NZZ am Sonntag vom 9. April 2006.