

Newsletter 04/2002: News

+++ NEWS +++ NEWS +++ NEWS +++ NEWS+++NEWS+++NEWS++ NEWS ++

WAHLTHEMEN.DE jetzt online!

»»» Eike Hebecker (Sektion V) ist der Projektleiter von WAHLTHEMEN.DE. Die innovative Debattenplattform im Internet zur Bundestagswahl 2002 ist jetzt online gegangen. Aus der Pressemitteilung: Es bleiben weniger als hundert Tage bis zur Bundestagswahl. Hier können Sie sich über die Themen, die das Ergebnis beeinflussen, informieren. Hier können Sie lesen, was Expertinnen und Experten meinen. Und vor allem: Hier können Sie mitreden. Fragen stellen, Argumente liefern und Kommentare abgeben. Das erste Thema: "Arbeit oder nicht?" haben Arbeitgeberpräsident **Dieter Hundt**, der ver.di Vorsitzende Frank Bsirske, Prof. Dr. **Günther Schmid** vom Wissenschaftszentrum Berlin und Dr. **Lothar Funk** vom Institut der deutschen Wirtschaft mit ihren Statements eröffnet. Darüber hinaus werden ein Newsletter, Presselinks, Wahlprognosen, Studien und Hintergrundartikel sowie Basisinformationen zu den Bundestagswahlen angeboten.

WAHLTHEMEN.DE ist ein Kooperationsprojekt zwischen der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), dem Zentrum für Medien und Interaktivität (ZMI) der Justus-Liebig-Universität Gießen (Konzeption und Planung) sowie politik-digital.de (Redaktion)

<http://www.zmi.uni-giessen.de/sektion1/projektbpb.shtml>

Fernsehduelle auf dem Prüfstand

»»» Eine "Kommission zu den Kanzlerdebatten", zu deren fünf Mitgliedern auch Claus Leggewie gehört, will Fernsehmachern und Politikern kritisch auf die Finger schauen. In der Pressemitteilung des Adolf Grimme Instituts heißt es dazu: Vorbild USA: Weil es die großen Fernsehduelle zwischen dem Regierungschef und seinem Herausforderer jetzt auch in Deutschland gibt, will, analog zu den USA, eine "Commission on Presidential Debates" den Fernsehwahlkampf kritisch begleiten. "Wir wollen unsere Fähigkeiten zu medienkritischer Analyse, politikwissenschaftlicher Reflektion und empirischer Forschung gemeinsam einsetzen" heißt es in einer Erklärung von fünf medien- und politikwissenschaftlichen Instituten, "um die Fernsehduelle und den Medienwahlkampf kritisch zu begleiten, zu analysieren, zu bewerten und der Öffentlichkeit Stellungnahme und Standpunkte zur Diskussion vorzustellen."

Mit in der Kommission sind außerdem: Bernd Gäbler (AdolfGrimme Institut), Dr. Lutz Hachmeister (Jury-Vorsitzender des Deutschen Fernsehpreises), Prof. Dr. Christine Landfried (Institut für Politikwissenschaft der Universität Hamburg) und Roland Schatz (Institut für Medienanalysen "Medientenor" Bonn).

Die Kommission wird in öffentlichen Veranstaltungen in Berlin am 25. August und am 8. September die Kanzlerduelle verfolgen. Parallel dazu gibt eine Debatte zum Thema "Politik als Show" in <http://www.wahlthemen.de/> und am 6. September einen Chat mit Gregor Gysi und Christoph Schlingensief.

Die Globalisierung und ihre Gegner

»»» Bei den 26. Duisburger Akzenten, die in diesem Jahr dem Thema "Das Eigene und das Fremde. Die Globalisierung der Kulturen" gewidmet waren, hat Claus Leggewie am 14. Juni einen Vortrag mit dem Titel "Die Globalisierung und ihre Gegner" gehalten. <http://www.duisburger-akzente.de/web/index.html>

Wem gehört das Netz?

»»» Im Rahmen der Vortragsreihe "Im Süden der Welt. Der Siegeszug des Neoliberalismus und seine kulturellen Folgen", die das Festival Theater der Welt gemeinsam mit der Bundeszentrale für politische Bildung veranstaltet hat, hat Claus Leggewie am 24. Juni in Köln einen Vortrag zum Thema "Wem gehört das Netz? Das Internet als Globalisierungsmedium" gehalten. Siehe auch <http://www.theaterderwelt.de/stat.html> und <http://www.bpb.de/>

Indirekter Freistoss

»»» Der vor und während der Fußballweltmeisterschaft auf der Site von Spiegel online täglich erschienene internationale Presseschau von www.indirekter-freistoss.de war großer Erfolg beschieden. Dazu Chefredakteur Oli Fritsch: Während der Weltmeisterschaft lagen die durchschnittlichen Log-Files auf [Spiegel.Online](http://www.spiegel.de) (SpOn) etwa bei 22.000 pro Tag, wobei Spitzenwerte von fast 60.000 erreicht wurden. Der (Quoten-) Erfolg hing von Thema, Überschrift (über die die Hamburger Redaktion entscheidet) sowie Wochentag ab. Am günstigsten erwiesen sich Deutschland-Siege, deren Bewertung an einem Wochentag erschien. Montag war generell der quotenstärkste Tag, Samstag generell der quotenschwächste (Spiegel.Online wird primär im Büro genutzt), während an Sonntagen (Leser haben mehr Zeit) hingegen deutliche Anstiege gegenüber Samstag zu vernehmen sind.

Eine Beobachtung der letzten WM-Woche lässt vermuten, dass User über ein individuelles Zeitbudget an Mediennutzung verfügen. Am ersten spielfreien Tag dieser WM verbuchten wir nämlich auf unserer Homepage Rekordquoten, obwohl am Tag zuvor kein deutsches Spiel stattfand. Gegen Ende des Turniers stiegen die Quoten sowohl auf SpOn als auch auf [indirekter-freistoss](http://www.indirekter-freistoss.de) deutlich an. Dafür gibt es zwei Erklärungsansätze: Erstens gab es in dieser Turnierphase weniger Spiele und damit weniger TV-Übertragungen. Zweitens haben wir im Laufe der Zeit unseren Bekanntheitsgrad erhöht. Dagegen blieb die Anzahl der Newsletter-Abonnenten (ca. 150) etwas unter den Erwartungen. Insgesamt ist zu vermuten, dass unser Quotenpotenzial noch nicht ausgeschöpft ist. Um mehr Resonanz zu erringen, scheint es folglich notwendig, die Leser von [Spiegel.Online](http://www.spiegel.de) auf unsere Homepage zu „locken“.

Die Redaktionen von SpOn zeigten sich von Beginn an äußerst angetan von dem Produkt, was auch für die Rückmeldung der Leser gilt (sowohl der SpOn- als auch der if-Leser). Nicht nur deswegen wird das Projekt weitergeführt, in welcher Form und in welchem Umfang auch immer. Kritik und Anregungen sind immer erwünscht.

Tagung zum "Pädagogischen Einsatz digitaler Medien in der Grundschule" im September in Giessen

»»» Das Institut für Schulpädagogik und Didaktik der Sozialwissenschaften (ISD) und das ZMI veranstalten gemeinsam mit dem hessischen Kultusministerium am 19. September 2002 im Alexander von Humboldt-Haus der JLU eine Grundsatztagung zum Thema "Pädagogischer Einsatz digitaler Medien in der Grundschule". Da die Weichen für eine verbesserte Ausstattung der Schulen allmählich gestellt sind, rückt nun die Frage nach den sinnvollen Einsatzmöglichkeiten der digitalen Medien und den dazugehörigen

didaktischen Konzepten in den Mittelpunkt. Die Fachtagung soll an dieser Stelle ansetzen und ein Forum zur Erörterung der hiermit verbundenen pädagogischen Fragen stellen.

Michael K. Legutke in Japan

»»» Michael K. Legutke (Sektion III) hat vom 21.3.-04.04.02 eine Kurzzeitdozentur in Japan wahrgenommen und dabei folgende Seminare und Vorträge gehalten:

- Hauptseminar und Referat auf dem 7. Seminar für Deutsch als Fremdsprache der Japanischen Gesellschaft für Germanistik (JGG) zu den Themen "Handlungsorientierter Deutschunterricht. Von der Aufgabe zum Projekt; aufgabengesteuertes Lernen im Deutschunterricht", "Lernwelt Klassenzimmer. Gestaltungsprinzipien und Interaktionsformen im handlungsorientierten Deutschunterricht in webbasierten Lernumgebungen".
- Vortrag an der Hiroshima-University, in Higashi Hiroshima zum Thema "Handlungsorientierter Deutschunterricht - von der Aufgabe zum Projekt." - Vortrag an der Kwansai Gakum University, Hyogo, Osaka: „Neue Medien und Deutsch als Fremdsprache: Perspektiven und kritische Fragen“. - Vortrag an der Hokkaido-University, Sapporo: „Lernwelt Klassenzimmer: Prinzipien und Gestaltungsmerkmale“.

Texte

+++ TEXTE +++ TEXTE +++ TEXTE +++ TEXTE+++TEXTE+++TEXTE+++TEXTE

»»» Eckardt Voigts-Virchow (Sektion V) befindet sich zur Zeit als Gastprofessor an der University of Wisconsin Milwaukee und unterrichtet einen Kurs ueber "Contemporary English and American Drama". In seiner Freizeit hat er sich als Korrespondent für www.indirekter-freistoss.de betätigt und den folgenden Bericht über Fusball in den USA geschrieben:

“America Loves A Winner!” : Ein Ende der *Footballitis*?

Im Wohnheim herrschte bedrückte Stille. Tony Saneh hatte gerade seinen letzten Kopfball ins Aussennetz befördert und die mich einkreisenden amerikanischen Studierenden, die eine lange Auszeit von ihren morgendlichen Ferienjobs genommen hatten, um Soccer zu schauen, in tiefste Depression gestürzt.

Erhobenen Hauptes, so die spontan in der Soccer-Hochburg Columbus, Ohio, und im ganzen Land verbreitete AP-Meldung ([Columbus Ledger Enquirer](#)) können die US-Kicker nach Hause fahren, die laut AFP dem verweigerten Elfmeter und den vergebenen Chancen nachtrauern (www.soccer.com/).

Nach einem couragierten Auftritt gegen die von [ESPN](#) als lahm aber effizient beschriebenen Deutschen scheiterten die Amerikaner vor allem am “Noppenfüssler” ([Die Prinzen](#)) Olli Kahn. Wichtig ist den amerikanischen Berichterstatern, dass das US-Team gegen einen physisch

übermächtigen Gegner ausschieden. Immer wieder, z.B. in der [Washington Post](#), wurde die deutsche Körpergrösse und das überlegene Kopfballspiel, sogar bei einem ausgewiesenen Kopfballnihilisten wie 'Jänckr' ("He's STROONG!") hervorgehoben. Aus dieser Perspektive erscheint das Werksteam aus Leverkusen aufgeblasen zum "giant club", und es stimmt ja auch: US-Kicker Jeff Agoos hoppelte lange Zeit mit dem SV Wehen über die Hartplätze der deutschen Regionalliga. Die US Boys als Underdogs – ein ungewohntes Bild in der US-Sportarena.

Begeistert notierten die amerikanischen Berichterstatter die frühmorgendlichen Massen vor den [Grossleinwänden](#) in Hochburgen wie Columbus oder Washington. Eine gewisse Skepsis über die Entwicklung des Fussballs in den USA ist dennoch angebracht, denn wie der Kommentator des übertragenden Sportsenders ESPN vor dem Deutschland-Spiel zu Recht bemerkt: "America Loves A Winner!" – Ob das auch für die teutonischen Minimalisten gilt, bei deren Fussballästhetik man ebenso Realist sein muss wie Tante Käthe bei seinem Kopfschmuck? Der hastige Wechsel im Sender zu niederlagensicheren Heimsporarten wie Baseball verheisst für Major Soccer in den USA jedenfalls nichts Gutes, und MLS-Commissioner Dan Garber beeilte sich auch gleich vor laufender Kamera, dem drohenden Ausverkauf der US Boys nach Europa entgegenzutreten.

'Kahn Can' um 6.30 AM

Eigentlich ist das Schönste an der WM-Berichterstattung im US-Fernsehen die Werbung. Natürlich, denn wir sind im Mutterland des Kommerzes. Der ganze Stolz der Sender ist die Werbefreiheit, ermöglicht durch die grosszügigen Sponsoren. Darunter ist neben dem unvermeidlichen Volkswagen vor allem die Major Soccer League selbst, die während der WM weiterbetrieben wird. Fussball sponsort und trailert Fussball - auf diese Weise bestätigt sich erneut die Luhmannsche These von den Massenmedien als autopoietischem System.

Das Schau-Erlebnis ist für US-Verhältnisse geradezu bedrückend extensiv – trotz eines massiven Aufgebots dauerplappernder Reporter auf der Tonspur ist so manches Spiel, z.B. Deutschland-Paraguay, ein im US-Fernsehen nie gekanntes Beispiel ereignis- und reizlosen visuellen Nirvanas. Kein Wunder, dass sich die Radiokommentatoren Spielstände von 15: 15 statt 0:0 oder 1:0 herbeiwünschen.

Natürlich sind auch hierzulande die Stürmer – Donovan und McBride, Beckham und Owen, Ronaldo und Rivaldo, Keane und sogar 'Klou-zeee' - die Helden. Andererseits, da die nächtliche WM-Show von einem Sicherheitsdienst gesponsort wird, gibt es an jedem Abend das 'Defensivspiel des Tages' zu bewundern. Dank "ä-`dai-des" (Aussprache *pace* Adi Dassler) wird häufig der schöne Spot von der 'Footballitis' eingespielt, der (inzwischen meist heimgefahrne) Soccerhelden wie Zidane und Barthez als Hyperaktive vorführt. Das kommt dem Drang nach bunter, lauter Bewegung im US-TV entgegen und ist deutlich unterhaltsamer als die Spots bei Baseballspielen, bei denen ein alternder Held dieser patriotischsten aller Sportarten die Vorzüge von Viagra zum Vortrage bringen darf. Wäre allerdings eine Anregung für die kommende Champions League: Bei den Spielen der Pillenkicker aus Leverkusen könnte die Konkurrenz von Pfizer Lothar Matthäus einspielen: "Diese Verlängerung wurde Ihnen ermöglicht durch ...!" Mit Pfizer als Hauptsponsor käme mit Sicherheit auch niemand auf die Idee, das orgiastische Golden Goal abzuschaffen.

Wendungen wie "Thanx for shopping!", mit denen die TV-Sprecher Tore begleiten, oder "This was a goalie's mistake for my money!" sind Indikatoren wahrer Priorität. Immerhin würde ein US-Amerikaner die These vom Fussballspiel als Warenaustausch vermutlich mit den Worten "I don't buy it!" ablehnen. Die immer mindestens als Z willinge auftretenden, ethnisch meist italienischen oder irischen Volksgruppen zuzuordnenden Verbaldiarrhötiker sind wie in

Deutschland angereichert durch ehemalige Spieler. Im *Volkswagen-Half-Time-Report* wird der Mitteilungsdrang von Dave Dir und anderen jedoch durch eine sponsorendiktierte Stringenz erstickt. Schnell (nur die wichtigsten) Tore zeigen, ein paar angeblich repräsentative Spielanalysen auf den Monitor gekritzelt, jeder darf ein 3-Worte-Statement abgeben, ein kleines Witzchen, weiter geht es "after these messages" – in der Halbzeit werden infolge 'Werbefreiheit' die wahren, frohen Botschaften versendet.

(Mit der engen Verbindung von Alkohol und Fussball verhält es sich in den USA allerdings nicht viel anders als in Deutschland. Zwar ist der öffentliche Drogenkonsum verpönt, die Bierkäufer laufen verschämt mit Brown Bags herum, bekommen z.B. in Milwaukee nach 9.00 pm ausserhalb der Kneipen überhaupt keinen Alkohol mehr und bis zum Alter von 21 sowieso nicht – aber die Sportberichte sind wie überall durchsetzt mit Werbung für Miller Lite oder Bud.)

Nun ist ja bekannt, das unser Heribert mal als Radioreporter angefangen hat. Vom verbalen Kurzpassspiel im US-Fernsehen könnte aber sogar er noch lernen. Ist es der 'horror vacui', der Zwang zur Selbstversicherung der eigenen Existenz, werden sie nach Wörtern bezahlt, befürchten sie noch fussballinfantile Unkenntnis unter ihren Zuschauern, die es durch einen Info-Overload zu richten gilt oder gar, *horribile dictu*, die Fernbedienung im Einsatz gegen Ballgeschiebe und Blutgrätsche? Bewundernswert ist in jedem Fall die Prägnanz des Ausdrucks. Man vergleiche den deutschen "Sechzehnmeterraum" mit der amerikanischen "Box". Wofür das Deutsche siebzehn Wörter braucht, benötigt das Amerikanische nur drei, so die Statistik. Und fällt dann mal – *surprise!* – ein Tor, entdeckt der Nordamerikaner plötzlich eine panamerikanisch-südländische Emphase, die nur als fussballerische Fortsetzung der Monroe-Doktrin verständlich wird: "Gooooooooooooooooooooooooooooool!"

Apropos Statistik: Die wird geliebt, heiss und innig, ganz in der Tradition instrumentell-pragmatischer Technikbegeisterung. Der ungebrochene Glaube an den Fortschritt verlässt sich lieber auf das Messen und weniger auf die Messe. Die Zahl ist der Schlüssel zur Bewältigung des Ereignisses. Den Vogel schießt dabei das Fussballmagazin [Soccer America](#) ab: Laut Statistik sind die Deutschen grösser (6, 1 zu 5,11 Fuss), schwerer (178 zu 165 Pfund), und jünger (27,7 zu 28,4 Jahre) als die Amerikaner. Sie schießen mehr (66 zu 43), schießen mehr aufs Tor (28 zu 24) und ins Tor (13 zu 7) und kassieren dafür weniger (1 zu 6) Tore, bei mehr gelben und roten Karten. Die Statistik lügt nicht, schon deshalb musste Deutschland gewinnen.

Auffällig ist auch bei den Dauersprechern die angloamerikanische Tendenz zum Sprachspiel, die im Gegensatz zu mancher Zungenverkrampfung in deutschen Kommentaren eine Tendenz zur unterhaltsamen Distanzierung, ja zum Brechtianischen V-Effekt ausweist. Ein Opfer zum Beispiel unser Olli Kahn. Hält er wieder einmal einen Ball, so wird dies zu einem "Kahn Can" genutzt, wenn nicht sogar zu einem "Olli Kahn/oily can". Olli darf sich glücklich schätzen, nicht etwa Olli Kant zu heissen. Als die amerikanischen Jungs allerdings eins ums andere Mal an Noppen-Olli scheitern, ist auch in den USA schnell Schluss mit lustig und die Ehrfurcht bricht aus.

Fieberkurve der Footballitis

Während der Fussball-WM in den USA 1994 war ich in New York und durfte zusammen mit anderen deutschen Akademikern ungehemmt den Urtrieb zum antiintellektuellen Treten und Rempeln ausleben sowie der Lust am Untergang gegen Rumänien fröhnen. Die gelassene Fröhlichkeit in den Kneipen von Little Italy und unter den irischstämmigen US-Amerikanern ist mir noch in bester Erinnerung. Soccer wird wie andere Elemente inszenierten Brauchtums in den USA zelebriert: ohne nationalistische Verkrampfung, aber auch ohne jene tief empfundene Verwurzelung, die Bruce Hornbys Roman *Fever Pitch* so eindrücklich für den Fall England

beschreibt. Doch wer jemals die Atmosphäre uninspiriert konsumierender Anteilnahme bei einem Baseball-Spiel z.B. der New York Yankees erlebt hat, der wird diese Haltung höflichen Desinteresses nicht dem Soccer, sondern der US-Mentalität im Sport insgesamt zuschreiben. Die Gefahr, von fahnenschwingenden Biermonstern verprügelt zu werden, ist dankenswerterweise in amerikanischen Stadien noch deutlich geringer als in Rotterdam oder Chemnitz. Schon dem Ritus des Trikottauschs haftet aus US-amerikanischer Sicht etwas befremdlich Dumpf-Archaisches an, das vielleicht eine Brücke von Germs zu Germans schlagen liesse.

Trotz der WM im eigenen Land konnte noch im Sommer 1994 also David Letterman in seiner Show spotten, ein sicherer Indikator dafür, einen Sonnenstich zu haben, sei, dass man "World Cup Soccer" plötzlich aufregend findet. Dieser Tage werden die Helden aus Asien bei Leno und Letterman live zugeschaltet und die Witze von Harald Schmidts amerikanischen TV-Urahn, die die WM in einen Kontext mit Wahlfälschungen und die Diskussion um kinderschändende Priester stellen, sprechen durchaus für die Aufnahme der Adidas-"Footballitis" in den Kreis der nationalen Neurosen:

And in soccer news, Team USA moved on to the second round of World Cup soccer today. Even though they lost to Poland, because the team from Poland also lost. Do you follow how this works? They advance forward without winning. You know, kind of like Bush in Florida. You know he lost, but you see, you move forward. (Leno)

Everyone has World Cup Soccer fever! The U.S. is down to the final eight in action, the Catholic Church is also down to the final eight – Commandments! (Letterman)

Soccer ist populärer geworden, unbestreitbar. Präsident "George Double-U" ruft auf seinem patriotischen Kreuzzug inzwischen auch in der Umkleidekabine der US-Soccerboys an. Es wird nicht lange dauern, bis er neben Stoiber im neuen Münchener Olympiastadion steht und den Massen zuruft: "Ick bin eine Ballack!" Trotz meiner Bitten an das amerikanische Volk, dem Rest der Welt doch wenigstens eine Sportart zu überlassen, in der die Amerikaner nicht den Ton angeben (schliesslich gibt es genug US-Sportarten wie Baseball und American Football, die nur deshalb so langweilig gestaltet sind, damit niemand in der Welt auf die Idee kommt, mitzuspielen). Der Sieger der NBA wird nicht umsonst automatisch zum World Champion. Gut, dass sie nicht im Halbfinale sind.

Dass im von Latinos geprägten Südkalifornien die Einschaltquoten in die Höhe schnellen, dass sich 7500 Fans nächstens in Columbus vor der grossen Leinwand treffen, um Soccer zu schauen, all dies spricht für eine enthusiastische Minderheit. Andererseits: noch während die USA gegen Portugal gewannen, kümmerten sich die Amerikaner mehr um ihre wirklichen Helden – Kobe und Shaquille, die die Lakers zum Durchmarsch in den NBA Finals gegen die überforderten New Jersey Nets führten, Tiger Woods, der überlegen die US Open gewann, den Sister Act bei Roland Garros in Paris oder Mike Tysons Niederlage ohne Biss, die allerdings ausserhalb des Pay Per View TV nur als Foto zu sehen war.

Zwar erzielte die Übertragung USA-Mexiko mit einem Marktanteil von 2.29 % insgesamt und 4.28 % bei der anfälligen Zielgruppe, Männern zwischen 18 und 34, einen neuen Kabelrekord im Morgenfernsehen – jedoch immer noch an den Rändern der TV Unterhaltung. Wirklich populär wird Soccer erst dann sein, wenn das amerikanische Fernsehen die FIFA zwingt, eine WM in Korea/Japan des nachts auszutragen wird, damit die US-Networks die Spiele zur Prime Time live übertragen können.

Was ist eine 'soccer mum'?
(Die ganze Antwort weiss die Webseite der [Soccergirls](#))

Ein sicheres Indiz für fussballkulturellen Wandel ist allerdings ein Neuling in der amerikanischen Sprachfolklore, die 'soccer mum', über die inzwischen sogar [Mombooks](#) geschrieben werden. Seit Ende der 80er Jahre im Sprachuntergrund nachgewiesen, wurde der Begriff dadurch erstmals oberflächlich, dass Susan Casey 1995 eine Kommunalwahl in Colorado mit dem Slogan "A soccer mom for city council" gewann – also zur Abgrenzung gegen das landauf landab verhasste politische Establishment nutzte. Die typische 'soccer mum' kommt aus einer durchschnittlichen amerikanischen Vorstadt ('Suburbia'), ist um die 40, restlos überfordert, und fährt täglich ihre Kinder zu drei Sportveranstaltungen gleichzeitig, während Pappa die Kohle ranschaafft. 1996 gewann Bill Clinton die Wahl angeblich mit Hilfe der 'soccer mums', die im Gegensatz zu ihren traditionell konservativen Gatten Bereitschaft zur Wechselwahl signalisierten. Darüber hinaus legt die weltweit einzigartige Kulturikone der 'soccer mum' aber auch nahe, dass Fussball in den USA ein zuallererst weibliches Phänomen ist (so zumindest www.women.com/).

Ohne die in Europa gewachsenen Traditionen maskuliner Sporthoheit über Stammtische und Fernsehschirme, signalisiert der Erfolg der weiblichen Fussballwelt in den USA eine sich wandelnde gesellschaftliche Rollenverteilung. Fussball in den USA wird als 'androgynes' Spiel beschrieben, und unbestritten ist Nationalspielerin [Mia Hamm](#) und nicht etwa einer der bislang meist müden Männer das Fussballidol in den USA. Wird bald der Tag kommen, an dem die Stars der weiblichen Basketball-Profiliga (WNBA) mehr verdienen als Kobe Bryant und Shaquille O'Neal, während der 'soccer dad' die Kinder zum Fussballplatz fährt? Das wiederum ist 'sehr sehr' unwahrscheinlich, wie Berti formuliert hätte.

© Eckart Voigts-Virchow (z.Zt. Milwaukee)

P.S.

Im Netz gibt es noch mehr Soccer in den [Letterman-Top-Ten](#) sowie eine [Linkliste](#) zu Vereinen, besonders US-amerikanischen.

Neuerscheinungen

+++NEUERSCHEINUNGEN+++NEUERSCHEINUNGEN+++NEUERSC

Parteien in der Mediendemokratie

»»»» Beiträge von Claus Leggewie ("Netzwerkparteien? Parteien in der digitalen Öffentlichkeit"), Christoph Bieber ("Vom Medien zum Multimediapolitiker? Alte und Neue Medien als Resonanzboden für politische Karrieren") und Eike Hebecker ("Digitale Delegierte? Funktionen und Inszenierungsstrategien virtueller Parteitage") sind in dem Buch „Parteien in der Mediendemokratie“ (Hrsg. Ulrich von Alemann und Stefan Marschall, Wiesbaden 2002) enthalten. Das Buch wurde im Berliner Reichstag am 26. Juni vom Netzwerk Berliner Republik und dem Westdeutschen Verlag (<http://www.westdeutscher-verlag.de/>) präsentiert. In der Einladung heißt es: Gerade im Wahlkampf zeigt sich die zentrale Rolle der Medien im politischen Prozess der Bundesrepublik. Neue und alte Medien setzen – auch außerhalb des Wahlkampfes – Themen, dienen der Information und Meinungsbildung und werden von den politischen Akteuren gezielt umworben. Welche Rolle spielen die Parteien in der Mediengesellschaft? Entwickelt sich die Bundesrepublik von einer Parteien- zu einer Mediendemokratie? Welche Stellung haben überhaupt noch Parteiprogramme in einem auf Personen

zugespitzten Wahlkampf (Stichwort „Fernsehduell“)? namhafte Autoren der Politik- und Kommunikationswissenschaft die Grenzen und Möglichkeiten der Parteien in einer von den Medien geprägten Politik vermessen.

Mediensport

»»» Jürgen Schwier (Hrsg.) "Mediensport. Ein einführendes Handbuch", Hohengehren 2002

Neben Jürgen Schwier's Einleitung "Sport, Medien und Repräsentation – ein Wort vorweg" und seinem Beitrag "Sport im Fernsehen – Angloamerikanische Studien zum Phänomen des Mediensports" ist in dem Band ein von Eike Hebecker und Christoph Bieber verfasster Text erschienen: "You'll never Surf Alone. Online-Inszenierungen des Sports". Aus dem Klappentext: Anlässlich von Olympischen Spielen oder Fußballweltmeisterschaften wird besonders deutlich, dass das vielzitierte Medienzeitalter zugleich als eine Ära des Sports interpretiert werden kann. Der Bedeutungszuwachs des Sports in heutigen Konsumkulturen, seine Beliebtheit in nahezu allen gesellschaftlichen Fraktionen und Milieus, das verbreitete Interesse am professionellen Spitzensport oder die grenzüberschreitende Popularität einzelner Sportarten und Sportstars sind ohne den Einfluss der Massenmedien kaum denkbar. Der Sport und die Medien gehören sowohl zu den (post-)industriellen Wachstumsbranchen als auch zu den einflussreichsten kulturellen Kräften unserer Zeit und weisen darüber hinaus vielfältige Wechselbeziehungen auf, die eine Verschmelzung beider Phänomene zu einem einheitlichen Produktionskomplex schon in näherer Zukunft möglich erscheinen lassen (...) Der vorliegende Band versucht im Sinne einer Momentaufnahme einen Überblick über das komplexe und unübersichtliche Feld des Mediensports zu geben.

04/2002: Link des Monats

Newsletter 04/2002: Link

+++LINK DES MONATS+++ LINK DES MONATS+++ LINK DES MONATS+++ LINK DES MONATS

Link des Monats Mai 2002 ist selbstverständlich <http://www.wahlthemen.de/>

Prometheus-News

+++PROMETHEUS NEWS+++PROMETHEUS NEWS+++PROMETHEUS

»»» Simone Roggendorf M.A., bislang Koordinatorin der assoziierten Partner von Prometheus, hat eine Stelle als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Heidelberg übernommen. Ihre Nachfolgerin, Frau Claudia Weiser M.A., hat am 1. Juni 2002 die

Arbeit aufgenommen. Der Dienstsitz für die das gesamte Verbundprojekt betreffende Koordinationstätigkeit bleibt Gießen.

- »»» Die Prometheus Version Beta 1.0 läuft erfolgreich und wird derzeit intern evaluiert. Ein Gastzugang wird in Kürze eingerichtet.

- »»» Am 28./29. Juni 2002 fand die Arbeitstagung "Klassische Archäologie und digitale Diatheken" in Gießen statt - mit großer Beteiligung sowohl von Prometheus MitarbeiterInnen als auch von VertreterInnen aus zahlreichen archäologischen Universitätsinstituten und Forschungseinrichtungen. Die Tagung diente der Information der FachvertreterInnen über die Arbeit von Prometheus mit Blick auf Unterstützung beim Aufbau eigener digitaler Diatheken. Außerdem wurde Fragen der fachwissenschaftlichen Verschlagwortung in archäologischer Datenbanken diskutiert.

- »»» Bei der letzten Prometheus-Arbeitstagung in Köthen (17./18. Juni) wurde beschlossen, dem Bereich Lernumgebung bzw. e-learning relativ mehr Raum innerhalb der Projektarbeit zu geben. Das nächste Treffen der Arbeitsgruppe "Lernumgebung" findet am 2./3. Juli in Gießen statt.

- »»» Am 3. Juli 2002 hat Frau Dr. Bettina Pflöging, pädagogische Mitarbeiterin bei Prometheus, an der Professur für Kunstgeschichte einen Vortrag zum Thema: "Virtuelle Lernumgebungen: Möglichkeiten für entdeckendes Lernen oder Notwendigkeit der Steuerung des Lernens durch Instruktionen" gehalten.

- »»» Auf der Prometheus-homepage finden sich aktuelle Informationen zum Projekt, Kontaktadressen etc.: <http://www.prometheus-bildarchiv.de/>.