Zeitschrift: Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

Band: 96 (2000)

Heft: 2

Artikel: Volkskunde und Fernsehen : Zwischenbilanz eines Kooperationsversuchs

Autor: Mezger, Werner

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-118063

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: 14.07.2025

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

Schweizerisches Archiv für Volkskunde 96 (2000), 201–227

Volkskunde und Fernsehen
Zwischenbilanz eines Kooperationsversuchs

Werner Mezger

Vorspiel: die Geschichte mit den Laberköpfen

Im Folgenden soll von einem Kooperationsversuch zwischen der akademischen Disziplin Volkskunde und dem Massenmedium Fernsehen berichtet werden, der seit nunmehr neun Jahren läuft und an dem – dies zur Erklärung mancher persönlich gefärbten Schilderungen vorab – der Verfasser des vorliegenden Beitrags unmittelbar beteiligt ist. Den Anstoss für das Experiment gab paradoxerweise der Golfkrieg vom Anfang des Jahres 1991, der in Deutschland bekanntlich unter anderem dazu führte, dass die dortigen Karnevals- und Fastnachtsfunktionäre zunächst aus spontaner Betroffenheit alle offiziell organisierten närrischen Veranstaltungen absagten, diese Entscheidung jedoch nach Aschermittwoch heftig bedauerten und schliesslich, teils zu Recht, teils aber auch, um von eigenen Verantwortlichkeiten abzulenken, den Medien Presse, Rundfunk und Fernsehen vorwarfen, sie erst hätten durch entsprechende Stimmungsmache «uraltes Brauchtum» gekippt und damit hunderttausende von Menschen um ein angestammtes Vergnügen gebracht.[1]

Angesichts derart gravierender Beschuldigungen, die besonders scharf von den südwestdeutschen Narrenverbänden vorgetragen wurden, reagierte der damalige Süddeutsche Rundfunk Stuttgart (SDR), heute mit dem vormaligen Südwestfunk Baden-Baden / Mainz (SWF) zum Südwestrundfunk (SWR) fusioniert, im Folgejahr auf ungewöhnliche Weise: Weniger aus Überzeugung von der Publikumswirksamkeit des Sujets als zur Beschwichtigung der aufgebrachten Narren beschlossen die zuständigen Entscheidungsgremien des Senders, erstmals in der deutschen Fernsehgeschichte das zu tun, was bei rheinischen Rosenmontagszügen schon seit Jahrzehnten gang und gäbe war, nämlich auch einmal einen schwäbisch-alemannischen Maskenzug live zu übertragen. Die Möglichkeit dazu bot der anlässlich des zentralen Narrentreffens der Vereinigung Schwäbisch-Alemannischer Narrenzünfte (VSAN) in Bad Cannstatt für den 2. Februar 1992 geplante grosse Narrensprung aller 68 Mitgliedszünfte des Verbands.[2] Für den SDR, der das vorfastnächtliche Ereignis[3] in die Sonntagnachmittagsschiene seines dritten Programms «Südwest 3» nahm, war es eine kostengünstige Gelegenheit, da der Veranstaltungsort der Aussenübertragung, im Fachjargon der «Set» der «AÜ», keine zwei Kilometer Luftlinie vom Sitz der Sendeanstalt entfernt lag und die Sendung somit trotz teurer Ü-Wagen-Technik dank der Spesenersparnis für ein rund 50-köpfiges Team als «low budget production» realisiert werden konnte.

Eben zu dieser TV-Premiere wurde nun der Beitragsverfasser eingeladen und gebeten, das Geschehen als «volkskundlicher Gesprächspartner» zusammen mit einem Profimoderator des SDR dialogisch zu kommentieren. Vorwiegend aus Neugier sagte er zu. Seine Erwartungen als teilnehmender Beobachter wurden

auch nicht enttäuscht: Welchen Aufwand an Technik Direktsendungen erfordern, wie gross die nervliche Anspannung einer Livesituation ist, und was es heisst, 180 Minuten lang am Bildschirm über vorbeidefilierende Maskenträger zu reden, ohne sich ständig zu wiederholen – das musste man in der Tat erst einmal im Selbstversuch erlebt haben, um darüber urteilen zu können. Nach Übertragungsschluss hatte der Fernsehneuling ausser einem Gefühl der Erleichterung den Eindruck, den Erwartungen der SDR-Leute in etwa entsprochen, auf die vom Interviewer gestellten Fragen einigermassen verständlich geantwortet, ja den Zuschauern vielleicht sogar die eine oder andere interessante Zusatzinformation vermittelt zu haben.

Diese relative Zufriedenheit verliess ihn allerdings abrupt, als er am andern Morgen die Montagsausgabe die «Stuttgarter Zeitung» zugespielt bekam. Dort war der sonntäglichen Umzugsübertragung eine lange Glosse gewidmet, die sich unter dem nicht eben schmeichelhaften Titel «Die Laberköpfe» in erster Linie mit der Leistung der beiden Kommentatoren beschäftigte. Sie hätten, so der Tenor des Artikels, durch ihr völlig überflüssiges Geschwätz die Sendung fürs Publikum unerträglich gemacht; und nicht zuletzt der «Experte» habe als «penetranter Oberlehrer» die Stimmung der Zuschauer so verdorben, dass einem dabei «der Sonntagsbraten hochgekommen» sei. Weitere Tiraden von ähnlicher Bildhaftigkeit gingen in dieselbe Richtung.[4] Es wäre nun – weiss Gott – gelogen, würde man als Betroffener behaupten, so etwas lasse einen unberührt. Auch die in solchen Fällen von mitfühlenden Bekannten inflationär gebrauchte Trostformel, man müsse einfach «darüber stehen», hilft hier wenig. In einer grossen, überregionalen Tageszeitung derart verrissen und hinterher permanent darauf angesprochen zu werden, ist kein Pappenstiel – ganz zu schweigen vom Schaden für die Reputation als Wissenschaftler und von der stillen Häme all jener Fachkolleginnen und -kollegen, die es ihrerseits angeblich aus Gründen der Seriosität strikt vermeiden, sich in einem populären Massenmedium zu exponieren und damit Angriffsfläche für Kritik jeglicher Art zu bieten.

Noch während er darüber räsonnierte, ob die hunderttausendfach gedruckte Titulierung als «Laberkopf» juristisch den Tatbestand der Beleidigung erfülle oder nicht, erreichten den televisionär gebeutelten Volkskundler neue, versöhnlichere Nachrichten. In diametralem Gegensatz zur Sichtweise des Zeitungsjournalisten standen nämlich die Zuschauerrückmeldungen. Tagelang gingen beim SDR Zuschriften ein, die sich – ähnlich dem Presseartikel – ebenfalls überwiegend auf die Kommentierung bezogen, im Unterschied zu jenem aber nahezu einhellig betonten, so viel Interessantes hätte man über Fastnacht noch nie erfahren, und es müsse unbedingt bald weitere Sendungen geben, in denen über Bräuche und ihre Hintergründe berichtet werde – der Experte wisse doch bestimmt noch mehr. Dieser durchlebte nun erst recht ein Wechselbad von Empfindungen: Hier das Lob der Fernsehgemeinde, dort die Schelte des Zeitungsschreibers. Dass Letzterer, wie sich inzwischen herausgestellt hatte, vor Jahren als Volontär beim SDR gescheitert war und seither keine Gelegenheit ausliess, über die Printmedien mit dem Sender ab-

zurechnen, relativierte den bösen Verriss zwar in seiner sachlichen Berechtigung, änderte an dessen Breitenwirkung jedoch überhaupt nichts, zumal den Lesern solche erhellenden Interna ja verborgen blieben.

Den auf diese Weise unversehens zwischen die Fronten der öffentlichen und der veröffentlichten Meinung geratenen «volkskundlichen Gesprächspartner» motivierte es daher zunächst nicht sonderlich, als ihn die TV-Leute bereits wenige Tage nach der Umzugsübertragung wegen seines, wie sie es nannten, «entscheidenden Anteils am Sendungserfolg» zu weiterer Zusammenarbeit zu überreden versuchten. Was allein zähle, argumentierten sie, seien Zuschauerreaktionen, Einschaltquoten, Marktanteile – und die hätten gestimmt. Die Missgunst der Presse habe man, wenn die Hintergründe so durchsichtig seien wie hier, als reinen Futterneid und deshalb geradezu als Ermunterung zum Weitermachen zu deuten. Da eine solche Logik dem Wissenschaftler eher fremd, aber doch einer Überlegung wert schien, bat er sich für seine Entscheidung Bedenkzeit aus.

Auf jeden Fall hatte er gleich beim allerersten Kontakt mit dem Medium Fernsehen eine wichtige Lektion gelernt: Wer sich aus dem gewohnten Betrieb von Forschung und Lehre mit dem Ziel der Informationsvermittlung an Laien in die TV-Öffentlichkeit wagt, gibt die schützende Exklusivität der scientific community auf, betritt ein Feld mit ebenso grossen Chancen wie Risiken, bekommt die Marktmechanismen der Kulturindustrie hautnah zu spüren und muss insbesondere bei einer Mitwirkung vor der Kamera zwangsläufig auch akzeptieren, selber zum medialen Konstrukt mit Warencharakter zu werden, je nach Konjunktur des Massengeschmacks hoch im Kurs stehend oder verächtlich weggeworfen.[5] Diese Erfahrung möglichst früh zu machen, ist hilfreich: Man weiss dann, worauf man sich einlässt.

Feste und Bräuche: Entwicklung eines medialen Marktsegments

Der Entschluss des Verfassers, trotz seines zwiespältigen Einstiegserlebnisses schliesslich doch auf das Angebot des Fernsehens einzugehen, hatte mehrere Gründe. Zuerst einmal war es angesichts der hinlänglich bekannten, in der Fachliteratur wie auf Tagungen immer wieder beklagten Schwierigkeiten audiovisuell arbeitender Ethnologen, überhaupt Zugänge zu Sendeanstalten und Gehör bei TV-Redaktionen zu finden[6], eine ziemlich aussergewöhnliche Situation, genau den umgekehrten Fall zu erleben und als Volkskundler von Fernsehleuten umworben zu werden. Allein dies bot schon einen gewissen Ansporn. Hinzu kam die Überlegung, dass es in einer Zeit rasant sich wandelnder Informationstechnologien kaum schaden könne, zusätzlich zur traditionellen akademischen Publikationsform des Schreibens noch andere Präsentations-, Dokumentations- und Vermittlungsmöglichkeiten kennen zu lernen. Ebenso interessant schien die Aussicht auf konkrete, inhaltliche Mitgestaltung von Sendungen, eines Tages vielleicht sogar auf Realisierung eigener Projektideen unter Nutzung des Apparats der Sendeanstalt. Und nicht zuletzt reizte ganz einfach die Reichweite des Mediums. Durch das positive

Ergebnis des Denkprozesses kam, wie sich bald zeigen sollte, einiges in Bewegung.

Nach der Zusage, in vertretbarem zeitlichem Rahmen als freier Mitarbeiter zur Verfügung zu stehen, entwickelte sich zunächst eine lockere Beratertätigkeit für den «Treffpunkt Baden-Württemberg» im Landesprogramm des SDR. Bei dieser Halbstunden-Sendung, die seit 1987 allwöchentlich am Sonntagabend ausgestrahlt wird und bis heute existiert, handelt es sich um eine moderierte Reportage über jeweils aktuelle Veranstaltungen und Ereignisse im südwestdeutschen Raum und im benachbarten Ausland.[7] Die über Jahre hinweg stabilen Einschaltquoten der Reihe sind wohl nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass hier offenbar ziemlich präzis die Bedürfnisse bestimmter Milieus der modernen Erlebnisgesellschaft befriedigt werden, wie sie Gerhard Schulze in seiner grossen Studie detailliert beschrieben hat.[8] Als thematisch geeignet galt anfangs alles, was den beiden fernsehjournalistischen Grundforderungen nach allgemeinem Interesse und Bildschirmeignung genügte.[9] So reichte das Spektrum der reportierten «Events» ohne erkennbare Schwerpunkte bunt gewürfelt von der Oldtimer-Rallye bis zum Schlittenhunde-Rennen, vom Puppenspieler-Festival bis zur Touristik-Messe.

Eben dies änderte sich nach der Umzugsübertragung aus Bad Cannstatt 1992. Ihr unerwartet positives Echo lenkte die Aufmerksamkeit der «Treffpunkt»-Macher nämlich schlagartig – und hierzu suchten sie den Rat der Volkskunde – auf das von ihnen bis dahin in seiner Attraktivität offenbar unterschätzte Gebiet der Traditionsfeste und Bräuche. Als neu entdecktes Marktsegment wurde es nun systematisch forciert. Hatte der jährliche Anteil einschlägiger Filme bis 1991 noch deutlich unter 10% gelegen, stieg er 1992 immerhin schon auf 12%, 1993 auf 29% und 1994 gar auf 44%. Dort etwa pendelte sich das Verhältnis ein. Annähernd die Hälfte aller «Treffpunkt»-Folgen speiste sich fortan aus dem neuen Genre.[10] Die Beiträge des Experten bestanden hauptsächlich in wissenschaftlicher Beratung bei der Themenfindung und Drehvorbereitung, konnten zur Erläuterung komplexerer Sachverhalte aber auch Statements in den Filmen selber einschliessen oder vereinzelt bis zur Comoderation ganzer Sendungen gehen. Die sieben zuständigen Redakteure, unter ihnen bezeichnenderweise kein einziger Ethnologe[11], zeigten sich ausgesprochen kooperativ, waren bestrebt, den fachlichen Rat im Rahmen des Machbaren umzusetzen, und hatten insbesondere schnell gelernt, dass das von Journalisten zur Brauchdeutung gewöhnlich als erstes konsultierte «Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens» – eine fatale Folge seiner Neuauflage übrigens – keine unkritisch zu benutzende Informationsquelle ist und erst recht keine, die dem modernen Verständnis von Volkskunde entspricht.[12]

Auf diese Weise entstanden bereits in den ersten drei Jahren der Zusammenarbeit über sechzig halbstündige Filmreportagen von historischen Lokalfesten und regionalen Bräuchen. Zur Verdeutlichung kulturräumlicher Gemeinsamkeiten ebenso wie zur Darstellung spezifischer Unterschiede wurden dabei neben Traditionsereignissen aus Südwestdeutschland regelmässig auch solche aus den Nachbarländern gezeigt, als Beiträge aus der Schweiz etwa die Themen Klausjagen in Küssnacht a.R., Silvesterkläuse in Urnäsch, Vogel Gryff in Basel, Kienbesenumzug

in Liestal, Basler Fasnacht, Groppenfasnacht in Ermatingen, Sechseläuten in Zürich, Eierleset in Effingen, Gansabhauet in Sursee und andere mehr. – Der redaktionelle Anspruch in qualitativer Hinsicht konnte aufgrund des hohen Produktionsdrucks durch den wöchentlichen Senderhythmus zwar nicht so weit gehen, von Fall zu Fall Theoriedebatten über die anzustrebende Ideallinie zwischen Wissenschaftlichkeit und Unterhaltungswert zu führen. Aber für jeden Film galten und gelten bis heute vier Grundforderungen: 1. solide Literatur- und Vor-Ort-Recherchen im Vorfeld, 2. keine inszenierenden oder technisch bedingten Eingriffe in den Ereignisablauf, 3. sorgfältig formulierter, von Einheimischen auf sachliche Korrektheit überprüfter Off-Text und 4. obligatorische Einbeziehung von O-Tönen, in denen die handelnden Menschen selber zu Wort kommen.[13] Nach mittlerweile fast neun Jahren sind annähernd 250 Feste und Bräuche aus dem gesamten schwäbisch-alemannischen Raum und der angrenzenden Länder audiovisuell dokumentiert – ein Fundus, der in seiner Breite bisher einmalig ist. Der Bestand des Göttinger Instituts für den Wissenschaftlichen Film (IWF) an einschlägigem Material für das genannte Gebiet beläuft sich zum Vergleich auf ein Fünftel, nämlich rund fünfzig Titel.[14]

Auf die mit der Zeit gut eingespielte, fachwissenschaftliche Begleitung der Reihe «Treffpunkt» blieb das TV-Engagement des Verfassers allerdings nicht beschränkt. Daneben wuchs ihm, in Anknüpfung an seinen Einstand, als jährlich wiederkehrende Aufgabe die Kommentierung live gesendeter Fastnachtsumzüge zu. Nach Cannstatt kam die nächste Übertragung 1993 aus Bad Waldsee, diesmal ohne Theaterdonner in der Presse und mit neuerlich solcher Nachfrage, dass 1994 gleich zwei Umzüge ins Programm genommen wurden, der eine aus Offenburg und der andere aus Hirrlingen. Eine weitere Steigerung der Publikumsgunst brachte dabei das Debüt der Moderatorin Sonja Schrecklein, die fortan den Part der Strassenreporterin übernahm, während der Experte von einem Kommentatorenplatz im Hintergrund comoderierte. Mit dem bewusst ungleichen Präsentatoren-Duo, der quirligen Sympathieträgerin und dem eher distanzierten Erklärer, das nach und nach zu einer Art Markenzeichen für den Sendungstyp wurde, versuchte die Redaktion, für die Rezipienten an den Fernsehgeräten zusätzlich zum Erlebniswert des Umzugsgeschehens noch eine – im doppelten Wortsinn – zweite Unterhaltungsebene zu schaffen. Der dramaturgische Kunstgriff zahlte sich aus: Es gab die bis dahin höchsten Einschaltquoten und eine Flut zustimmender Zuschauerpost.

Durch die alle Erwartungen übertreffende Beliebtheit der Umzugsübertragungen nahm zugleich auch die Partnerschaft zwischen Fernsehleuten und organisierten Narren immer verbindlichere Formen an. So wurde nach dem Aschermittwoch 1994, um einen ähnlichen Streit wie den des WDR gegen den Privatsender RTL wegen der Übertragungslizenz für den Kölner Rosenmontagsumzug im Sendegebiet von «Südwest 3» zu vermeiden und jeden kommerziellen Wettbewerb um TV-Rechte an schwäbisch-alemannischen Fastnachtsumzügen auszuschliessen, zwischen SDR und SWF auf der einen und den Narrenverbänden auf der anderen Seite ein förmlicher Kooperationsvertrag ausgehandelt, der im November 1994 in

Kraft trat.[15] Nicht zuletzt aufgrund dieser Vereinbarung konnten sich die jährlichen Liveübertragungen von Maskenumzügen regionaler Narrentreffen ungestört zu einem fixen Bestandteil des vorfastnächtlichen Fernsehprogramms im Südwesten entwickeln.[16] Die Publikumsgunst ist nach wie vor ungebrochen. Trotz des auf Dauer kaum zu vermeidenden Auftretens immer wieder gleicher Gruppen und einer zwangsläufig sich einschleichenden gewissen Routine weist die Sehbeteiligung keine rückläufige, sondern eher noch steigende Tendenz auf. Manche Umzüge werden heute von insgesamt mehr als einer Million Menschen am Bildschirm verfolgt.[17]

Die 1994 gefundene, neue Moderationsstrategie der Fastnachtsübertragungen, die vom Publikum mit Lob quittiert worden war, blieb wiederum nicht ohne Auswirkungen auf weitere Gestaltungsformen beim «Treffpunkt»: Zur Jahreswende 1994/95 gab es dort erstmals einen chronologischen Rückblick mit Ausschnitten aus den Sendungen der vergangenen zwölf Monate unter dem Titel «Feste und Bräuche im Jahr 1994». Die Moderationen zwischen den vier- bis achtminütigen Filmblöcken boten die Möglichkeit, Brauchphänomene und Festtraditionen stärker in ihrer jahreszeitlichen Bindung zu erläutern. Gedreht wurden sie an jeweils thematisch passenden Standorten in einem Freilichtmuseum; und aus Gründen der Zuschauerbindung entschied sich der Sender in der Besetzungsfrage der Moderatoren-Rollen für das eingeführte Duo der Fastnachtsumzüge. Das Experiment funktionierte. Über die Akzeptanz der zweiteiligen 120-Minuten-Sendung wird an anderer Stelle noch detailliert zu berichten sein. Inzwischen sind die Jahresrückblicke auf Feste und Bräuche, in der gleichen Besetzung aus wechselnden Freilichtmuseen moderiert, quasi obligatorisch geworden.[18]

Aufgrund der ermutigenden Erfahrungen mit der Neuaufbereitung vorhandenen Filmmaterials in den Sondersendungen zum Jahreswechsel entstand schliesslich der weiter gehende Gedanke, die Bestände des immer umfangreicheren «Treffpunkt»-Archivs nicht nur jahrgangsweise zweitzuverwerten, sondern unter Rückgriff auf den gesamten Fundus auch kostengünstig monothematische, magazinartige Features zusammenzustellen, für deren Abrundung je nach Budgetlage gegebenenfalls noch Material nachgedreht werden konnte. Als Pilotversuch in dieser Richtung diente der 1996 erstmals ausgestrahlte und mittlerweile mehrfach wiederholte 60-Minuten-Film «Roller, Scheller, Schleicher – Fasnacht im Tirol».[19] Vom Verfasser konzipiert und moderiert, behandelte er die drei bekanntesten Tiroler Fasnachten in Imst, Telfs und Nassereith im Vergleich. Zwei davon, nämlich Telfs und Nassereith, waren bereits früher einmal «Treffpunkt»-Themen gewesen. Lediglich der Teil über Imst, wo zugleich die Moderationen aufgezeichnet wurden, kam als Originalbeitrag hinzu.

Auf einem ähnlichen Montageverfahren basierte wenig später die für den Fronleichnamstag 1996 produzierte Sondersendung «Blumen, Weihrauch, Kreuz und Fahnen – Fronleichnamsbräuche in Europa» mit Bausteinen aus Orvieto, Hüfingen, Walldürn, Brügge und Weingarten.[20] Dass hierfür als Ergänzung zu den drei vorhandenen Filmen aus Südwestdeutschland sogar weit entfernte Dreharbeiten in Italien und Belgien genehmigt wurden, die wiederum der Verfasser begleiten und

für Moderationen vor Ort nutzen konnte, war dem günstigen Ausgang vorheriger senderinterner Verhandlungen über einen zusätzlichen Kostenträger zu verdanken: Realisierbarkeit und Aufwand eines Projekts hängen – wichtigste Einsicht pragmatischer Fernseharbeit – ausser vom redaktionellen Placet und vom Vorhandensein eines Sendeplatzes schlicht davon ab, ob und welche Mittel im Haushalt der zuständigen Abteilung dafür zur Verfügung stehen. Dank der inhaltlichen wie ökonomischen Flexibilität ihres Herstellungsprinzips erwiesen sich Features der geschilderten Art daher als vergleichsweise leicht durchsetzbare Ideen. So konnten etwa bei einer am zweiten Advent 1997 ausgestrahlten Sondersendung über «Bräuche rund um Sankt Nikolaus», die immerhin Beiträge aus Bari in Apulien, Stilfs im Vinschgau, Matrei in Osttirol, Bad Mitterndorf im steirischen Salzkammergut, Küssnacht am Rigi sowie aus Steinach und Unterentersbach im Kinzigtal enthielt, aufgrund einer Verlegung der moderierten Klammerteile in eine Bauernstube die Kosten niedriger gehalten werden als bei jeder regulären «Treffpunkt»-Produktion.[21] Solche ökonomischen Gesichtspunkte bereits in der wissenschaftlichen Konzeption mitbedacht zu haben, stabilisierte die Kooperationsbasis mit den Verantwortlichen beim Sender wesentlich.

Bleibt abschliessend noch die ebenfalls auf Anregung des Verfassers zustande gekommene und von ihm mitgestaltete Reihe «Wie's der Brauch ist» zu erwähnen, die seit 1995 als Studioaufzeichnung vor Publikum eine neue «Treffpunkt»-Variante bildete und bis 1999 insgesamt 17 Folgen erlebte. Thematisiert wurden darin einzelne Bereiche traditionsgebundenen Handelns und Phänomene der Alltagskultur, wobei die Präsentationsform, um auf dem Sendeplatz am Sonntagabend erfolgreich zu sein, selbstverständlich nicht Seminarcharakter haben konnte, sondern den Strategien des «Infotainment» folgen musste.[22] Gerade dies aber erforderte bei aller scheinbaren Ungezwungenheit der Darbietung ein erhebliches Mass an didaktischer Planung, an Reduktion von Komplexität und an Einfühlungsbereitschaft in die Denkweisen eines Laienpublikums – für den Wissenschaftler, der eigentlich gelernt hat, schwierigen Fragen nachzugehen und einfachen Antworten zu misstrauen, gar keine so leichte Aufgabe.

Soweit der Erfahrungsbericht von den Stationen der Kooperation. Sie angemessen zu bewerten, scheint für einen direkt Beteiligten kaum möglich. Ausser Frage steht jedoch, dass sie manches in Gang gesetzt hat: Dem Fernsehen wuchs mit dem Sektor «Feste und Bräuche» eine neue, unerwartet effiziente Themenfacette zu; dem Volkskundler eröffneten sich überraschende Gestaltungsmöglichkeiten in einem ihm vorher wenig vertrauten Medium. Gleichwohl musste er dabei auch erkennen, wie sich eine einmal auf den Weg gebrachte Entwicklung mit der Zeit verselbständigen und für ihren Mentor zum Zauberlehrlingserlebnis werden kann. Nach der Fusion von SWF und SDR zum SWR am 1. 9. 1998 hiess nämlich der gewohnte sonntägliche Sendeplatz im Landesprogramm plötzlich nicht mehr neutral «Treffpunkt» wie vorher, sondern war mit dem ausdrücklichen Zusatz «Feste und Bräuche» versehen, so dass er fortan keinem anderen als nur noch diesem einen Genre offenstand. Doch nicht genug damit. Auch der Name der zustän-

digen Redaktion hatte sich geändert. Er lautete ab jetzt: «Ereignisse / Brauchtum». Auf wessen Mist das gewachsen war – ausgerechnet auch noch unter Verwendung des fatalen Begriffs «Brauchtum», der unwillkürlich an ideologiebeladene Formeln wie Deutschtum, Volkstum oder Germanentum erinnert[23] –, liess sich später nicht mehr ermitteln. Für eine nachträgliche Korrektur sah man beim SWR keinen Handlungsbedarf: Als der Experte mit fachgeschichtlichen Argumenten gegen den wenig glücklichen neuen Redaktionsnamen intervenierte, hatte dieser sich längst untilgbar im Verwaltungsapparat und im Organisationsgefüge der fusionierten Anstalt festgesetzt.

Vom Massenmedium zum Quotenmedium: Volkskunde im Fernsehen heute

Angesichts der klaren Priorität marktwirtschaftlicher Gesichtspunkte vor inhaltlichen Überlegungen, die grundsätzlich für alle Entscheidungsprozesse beim Medium Fernsehen gilt, wirken die in der Volkskunde geführten Diskurse über Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit TV-Sendern, ungeachtet des hohen Reflexionsniveaus und der wissenschaftlichen Ernsthaftigkeit diesbezüglicher Tagungen und Seminare, zuweilen doch etwas realitätsfern, um nicht zu sagen weltfremd. Nicht selten verstreichen sich bietende Chancen einer Kooperation auch deshalb ungenutzt, weil die Volkskunde an ihrer eigenen Bedächtigkeit scheitert: Bis vom Standpunkt der Wissenschaft aus jedes Wenn und Aber im Vorfeld erwogen ist, hat das Fernsehen meist schon längst gehandelt.

Gewiss sind Praktiker und Theoretiker des ethnologischen Films im Lauf der Zeit bereits manche mutigen Schritte gegangen, um den Eigengesetzlichkeiten des Fernsehens Rechnung zu tragen. Den strengen Vorgaben des in den 50er-Jahren von Gotthard Wolf für die «Encyclopaedia Cinematographica» am IWF entwickelten Konzepts zur Herstellung sogenannter optischer «Bewegungsdauerpäparate» sieht sich heute ohnedies niemand mehr verpflichtet.[24] Schon 1962 hatte Hermann Bausinger im Widerspruch zu Wolfs Devise «Dokumentieren – nicht interpretieren, registrieren – nicht gestalten»[25] für den Mut zum «unwissenschaftlichen Film» plädiert.[26] Mitte der 80er-Jahre brachte eine Grundsatzdiskussion zwischen Konrad Grunsky-Peper[27] und Rolf Wilhelm Brednich[28] eine weitere Revision überholter IWF-Standards; und ganz konkrete Annäherungen des volkskundlichen Films an die Erfordernisse des Fernsehens schliesslich verbinden sich mit Namen wie Edmund Ballhaus[29], Günter Kampfhammer[30] oder Hans-Ulrich Schlumpf[31], die neben ihrer Teilnahme am theoretischen Diskurs alle drei auch selber Filme für verschiedene TV-Anstalten produzierten, Schlumpf für das Schweizer Fernsehen DRS übrigens besonders erfolgreich. Trotz solcher Vorstösse Einzelner – tragischerweise ist Günther Kapfhammer 1993 auf der Rückfahrt von Recherchen für einen geplanten Film über den Pilgerweg nach Santjago tödlich verunglückt[32] – blieben jedoch die Kontakte zwischen dem volkskundlichen Film bzw. der visuellen Anthropologie und dem Medium Fernsehen eher temporär und labil. Mit einer auf Dauer

angelegten oder gar in irgendeiner Form institutionalisierten Kooperation tun sich, sieht man einmal von dem laufenden Experiment des Verfassers beim SDR/SWF bzw. SWR ab, offensichtlich beide Seiten schwer.

Die einzige Vertreterin der wissenschaftlichen Volkskunde, die je über einen längeren Zeitraum hinweg konsequent mit dem Fernsehen zusammenarbeitete, den Bildschirm engagiert für ihre Zwecke nutzte und neben der traditionellen Gattung Film auch medienspezifischere Vermittlungsformen wie etwa Studioaufzeichnungen mit Gesprächsteilen ausprobierte, war Ingeborg Weber-Kellermann. In drei Staffeln von zweimal 13 und einmal 16 Folgen produzierte sie von 1969 bis 1981 insgesamt 42 volkskundliche Sendungen für den Hessischen Rundfunk, die verschiedenste Themenfelder abdeckten: von der Geschichte des Fachs Volkskunde seit den Brüdern Grimm bis zur hessischen Regionalkultur, von alten Kanongebieten wie Handwerk, Hausbau, Wohnen, Tracht, Brauch oder Nahrung bis zu neueren Forschungsfeldern wie Folklorismus, Urbanisierung, Migration und Interethnik.[33] Was den medialen Aufbereitungsstil der Inhalte betrifft, so waren vor allem die frühen Beiträge, in denen die Autorin immer wieder selbst dozierend in Erscheinung trat, noch sehr stark der Idee des Bildungsfernsehens verpflichtet. Das schwächte sich zwar in den Folgen der zweiten und dritten Staffel ein wenig ab, nicht zuletzt weil diese in Farbe gedreht wurden und damit im doppelten Wortsinn bunter wirkten; aber auch ihnen haftete nach wie vor ein ausgeprägt pädagogischer Impetus an, der unverkennbar an Telekolleg und Schulfunk erinnerte. Vor der Folie heutiger Sehgewohnheiten wird an den Weber-Kellermann-Sendungen, die übrigens als Videocassetten beim IWF erhältlich sind[34], das rasche Verfallsdatum jeglichen Fernsehschaffens erschreckend deutlich: Sie hätten auf dem aktuellen Medienmarkt keine Chance mehr.

Wie wenig man sich in den 70er-Jahren noch um die Konkurrenz anderer Anbieter und um Zuschauerakzeptanz zu kümmern brauchte, zeigt die Tatsache, dass beim Hessischen Rundfunk für die Ausstrahlung der drei Volkskundeserien keinerlei Einschaltquoten vorliegen. Nach Auskunft der Sendeanstalt wurden diese seinerzeit schlichtweg nicht erhoben.[35] Mittlerweile hat sich das dramatisch geändert. Seit dem Wegfall der Monopolstellung des öffentlich-rechtlichen Hörfunks und Fernsehens durch die Zulassung privater Stationen – in Deutschland ab 1984 –, aber auch seit der Vervielfachung der Auswahlmöglichkeiten für den Kunden durch Kabel- und Satellitenempfang, ist auf dem nationalen wie internationalen Medienmarkt ein gnadenloser Verteilerkampf entbrannt, der sich aufgrund des nach wie vor weiter steigenden Angebots und der ebenfalls zunehmenden Zahl der Kanäle immer noch mehr verschärft. Für die Praxis der Fernsehmacher heisst dies: Nach jeder Sendung muss der erste ängstliche Blick der zuständigen Redaktion zwangsläufig den erzielten Einschaltquoten gelten, die in der Regel am Tag nach der Ausstrahlung abgerufen werden können. Ganz allein deren Höhe entscheidet nämlich darüber, ob der Aufwand für eine Idee gerechtfertigt war, das Konzept seine Konkurrenzfähigkeit bewiesen hat und demnach künftige Sendungen ähnlichen Typs stattfinden werden oder nicht.

Dass unter solchen Bedingungen die Durchsetzbarkeit volkskundlicher Themen auf dem Fernsehmarkt in der herkömmlichen Form des ethnologischen Films extrem schwierig geworden ist, versteht sich von selbst. Die Suche nach neuen Wegen und unkonventionellen «Sendegefässen» für die Vermittlung bestimmter Fachinhalte über den Bildschirm sind deshalb heute unumgänglich geworden. Ein bemerkenswertes Beispiel dafür, wie so etwas aussehen kann, liefert seit einiger Zeit der Würzburger Emeritus Wolfgang Brückner. Obwohl oder vielleicht gerade weil ihm lehrhafte Volkskunde im Fernsehen eher suspekt war und er nicht zuletzt auch an Ingeborg Weber-Kellermanns TV-Beiträgen deutliche Kritik übte[36], macht er nun seinerseits regelmässige Ausflüge in die erfolgreiche Fernsehserie «Kunst & Krempel» des Bayerischen Runfunks. Die Redaktion dieser lockeren Infotainment-Sendung mit allem anderen als wissenschaftlichem Titel, in der private Sammler ihre mitgebrachten Lieblingsstücke wie in einem Auktionshaus von Fachleuten beschreiben, deuten und taxieren lassen können, hat ihn nämlich als Experten für das Gebiet der religiösen Volkskunde eingekauft. Wenn immer Gäste mit einschlägigen Objekten kommen, um etwas darüber zu erfahren, erläutert Brückner diese ausführlich, kreist ihre Provenienz ein und rekonstruiert Kontext und Funktionszusammenhang, wobei die Zuschauer – das sei nicht verschwiegen – wohl vor allem auch deshalb bei der Stange bleiben, weil am Ende jeweils ein ungefährer Schätzpreis genannt wird.

Puristen mögen dem laut einer Würzburger Mitarbeiterin «mit allen Medienwassern gewaschenen» Professor[37] vorwerfen, er lasse sich für reine Unterhaltungsabsichten instrumentalisieren und in einem Forum vermarkten, in dem es viel weniger um die Wertschätzung als um den Schätzwert der Objekte gehe. Gewiss ist dies nicht ganz von der Hand zu weisen – aber andererseits bleibt zu fragen: Wo sonst als eben in einer so raffiniert gestrickten Sendung, deren Ambiente bewusst zwischen Flohmarkt und Sotheby's oszilliert, wäre es heute für einen Volkskundler noch möglich, minutenlang vor einigen hunderttausend Zusehern über ein Wachsvotiv, einen Rosenkranz oder ein Andachtsbild zu sprechen, ohne dadurch eine Massenflucht des Publikums in andere Kanäle zu provozieren? Um im rauh gewordenen Klima einer binnen weniger Jahre grundlegend veränderten Fernsehlandschaft der Disziplin Volkskunde nicht nur eine Nische zu sichern, sondern vielleicht sogar neue Perspektiven zu eröffnen, kann – so die Erkenntnis aus «Kunst & Krempel» – der Zweck durchaus die Mittel heiligen.

Den Umbruch der audiovisuellen Medienkultur hat Gerhard Schulze in einem Drei-Phasen-Modell beschrieben. Danach ist aus dem einstigen «Massenmedium» Fernsehen das heutige «Quotenmedium» hervorgegangen, das seinerseits angesichts neuer Kommunikationstechnologien und explodierender interaktiver Möglichkeiten bereits an der Schwelle zur Ära der «entgrenzten Medien» steht.[38] Das massenmediale Stadium, gekennzeichnet durch eine monopolähnliche Position der Anbieter und wenig Ausweichmöglichkeiten der Konsumenten, gehört vollständig der Vergangenheit an. Längst vorbei sind die Zeiten, in denen der deutsche Fernsehzuschauer gleichsam als Esel zwischen zwei Heuhaufen die alleinige Wahl zwi-

schen ARD oder ZDF hatte. Vorbei auch die Jahre jener flächendeckenden Einschaltquoten, wo etwa nach Quizsendungen mit Hans-Joachim Kulenkampff gefährliche Druckabfälle in den Wasserversorgungssystemen von Grossstädten auftraten, weil nach Sendungsschluss mehrere zehntausend Menschen gleichzeitig zur Toilette gingen und die Spülung bedienten. Heute gibt es dieses sanitäre Sekundärproblem nicht mehr.

Erdrutschartige Kollektiventscheidungen des Publikums für eine ganz bestimmte Sendung sind passé. Das Zeitalter der «Quotenmedien» brachte im Verhältnis zwischen Anbietern und Konsumenten eine genaue Umkehrung der Gewichte: Hatten sich früher viele Zuschauer auf wenige Programme verteilt, verteilen sich jetzt immer weniger Zuschauer auf immer mehr Programme. Parallel dazu verschoben sich automatisch auch die Machtstrukturen zwischen Produzenten und Rezipienten, schlugen die vorherigen Abhängigkeiten ins Gegenteil um: Nicht mehr die Zuschauer sind heute auf bestimmte Programme angewiesen, sondern die Programme auf Zuschauer. Und die notwendige Folge davon wiederum war, dass sich die Anbieter nunmehr wesentlich stärker als früher für die Nachfrager interessieren müssen. Der Kunde ist König, seine Verhaltensweisen werden genau studiert, um seine Gunst wird gebuhlt, ihm gilt es im Ringen um Marktanteile zu willfahren. Diesem obersten Diktat, das natürlich unmittelbar auf Sendungsinhalte einwirkt, unterliegt mittlerweile jedes Fernsehschaffen. Wer Volkskundliches über den Bildschirm vermitteln will, muss sich dessen bewusst sein.

Produktionsbedingungen: Minutenverlauf und Marktanteil

Um kurz zu skizzieren, wie die Beobachtung des Kundenverhaltens durch die Sendeanstalten in der Praxis funktioniert, welche Instrumente dafür zur Verfügung stehen und was auf diese Weise an Informationen zu gewinnen ist, bedarf es einiger allgemeiner Bemerkungen zur Zuschauerforschung. Deren Daten werden in Deutschland seit 1985 im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e. V. (GfK) in Nürnberg ermittelt und den Sendern täglich zugeleitet, die sie wiederum ihrerseits in vereinfachter Form per Videotext öffentlich machen. Die GfK-Zahlen beruhen auf einer rund um die Uhr durchgeführten, sekundengenauen, personenbezogenen Messung des Fernsehkonsums in bundesweit ca. 4800 repräsentativ ausgewählten Haushalten.[39] Technisch geschieht dies so, dass jede einzelne in einem Haushalt des halbjährlich wechselnden Samples lebende Person ihre eigene TV-Fernbedienung erhält und dass an dem/den Fernsehempfänger(n) ein Zusatzgerät angebracht wird, von dem aus sämtliche Ein-, Um- und Ausschaltvorgänge nach Individuen aufgeschlüsselt an den GfK-Zentralcomputer weitergemeldet werden. Bei der täglichen Auswertung der Daten sind für die Sendeanstalten als erster Überblick vor allem drei Parameter von besonderer Relevanz: an vorderster Stelle die *Gesamtzuschauerzahl in Tausend*, die den Nutzerkreis eines Programms über

eine bestimmte Zeit hinweg in absoluten Zahlen ausdrückt, dann die *Haushaltsquote*, die den auf ein Programm entfallenden Anteil der Gesamthaushaltszahl in einem bestimmten Sendegebiet während einer bestimmten Zeit beschreibt, und schliesslich – den Anbietern am wichtigsten – der *Marktanteil*, der den auf ein Programm entfallenden Anteil an der Gesamtfernsehnutzung innerhalb eines bestimmten Zeitraumes festhält, oder der, einfacher ausgedrückt, darüber Auskunft gibt, wie viel Prozent aller zuschauenden Personen sich in der betreffenden Zeitspanne für den untersuchten Kanal entschieden haben.

Eben diese drei genannten Parameter kann man über die Videotexttafeln der Sendeanstalten, im Falle des Programms «Südwest» über Tafel 348, täglich offiziell abrufen, wobei es sich, wie gesagt, nur um grobe Daten handelt, nämlich um den jeweiligen *Durchschnitt* der Zuschauerzahl, der Haushaltsquote und des Marktanteils für die Gesamtdauer einer Sendung. Wesentlich interessanter und deshalb auch allein dem internen Gebrauch in den Redaktionen vorbehalten ist der sogenannte *Minutenverlauf*, der sich aus dem sekundengenauen Messverfahren der GfK ergibt und in dem jede Schwankung der Zuschauerzahl während einer Sendung so präzis registriert wird, dass daraus eine detaillierte Kurve entsteht. Konkrete Beispiele eröffnen hier bemerkenswerte Einsichten. Weil allerdings nach den vertraglichen Bestimmungen zwischen der GfK und den Sendern grundsätzlich keine Minutenverläufe von neueren Ausstrahlungen publiziert werden dürfen, müssen wir, um dennoch Rezipientenverhalten anhand einschlägiger Diagramme analysieren zu können, auf älteres Belegmaterial zurückgreifen, bei dem die Sperrfrist abgelaufen ist. Unverfänglich in diesem Sinne sind etwa die Zuschauerkurven zweier «Südwest 3»-Fernsehabende vom 2. und 3. 1. 1995, an denen erstmals der inzwischen zur Tradition gewordene Rückblick auf «Feste und Bräuche im Jahr» lief. Mit ihnen wollen wir uns kurz beschäftigen (Abb. 1).[40]

Auf der waagrechten Achse der Graphik ist in 5-Minuten-Schritten[41] die Zeitspanne von 20.00 bis 23.00 Uhr eingetragen, und auf der senkrechten erscheint die Gesamtzuschauerzahl im Südwest 3-Gebiet in Millionen. Die Entwicklung am ersten Abend wird durch die graue, die am zweiten durch die schwarze Kurve dargestellt.

Aus den Verläufen ergeben sich zahlreiche Informationen: Beide «Südwest 3»-Abende beginnen mit einer sehr hohen Sehbeteiligung, die aber jeweils um 20.15 Uhr in der Grössenordnung von mehreren Hunderttausend steil absinkt. Der Grund dafür ist, dass viele Zuschauer nach der Sendung «Landesschau aktuell» (jeden Werktag von 19.45 bis 19.58 Uhr) den Kanal nicht wechseln, sondern die Tagesschau der ARD, die auch über «Südwest» ausgestrahlt wird, eben dort mitverfolgen und sich erst danach neu im Fernsehmarkt orientieren. Beim Beginn der beiden volkskundlichen Sendungen, jeweils um 21.15 Uhr, tut sich sowohl am ersten als auch am zweiten Abend nichts Nennenswertes: Die Sehbeteiligung bleibt relativ schwach, ja sinkt sogar geringfügig ab. Plötzlich jedoch, gegen 21.45 Uhr, also zur Sendungsmitte hin, kommt beide Male Bewegung in die Szene. Jetzt sind nach dem Programmschema von ARD und ZDF die prime time-Sendungen im

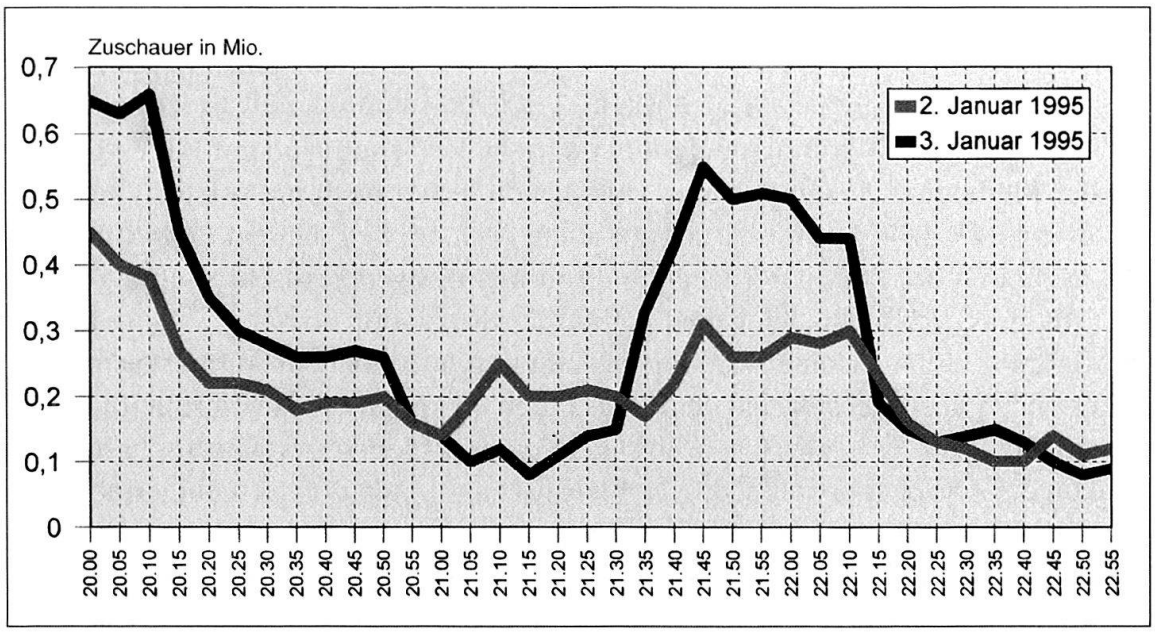

Abb. 1: 5-Minuten-Verlaufskurven der Zuschauerentwicklung bei den beiden Sendungen «Feste und Bräuche '94», ausgestrahlt in S3 am 2. und 3.1.1995, jeweils von 21.15 bis 22.15 Uhr.

Ersten und Zweiten zu Ende, und die Zuschauer gehen auf Suche. Pünktlich zwischen 21.45 und 21.50 Uhr ist denn auch am ersten Abend mit etwa 320 000 und am zweiten mit rund 550 000 Zuschauern jeweils der Gipfel der Sehbeteiligung bei «Feste und Bräuche» erreicht. An beiden Abenden verlieren aber schon nach etwa 5 Minuten je rund 50 000 Zuschauer wieder das Interesse und schalten erneut um; die verbleibende Zuschauermenge pendelt sich am 2. 1. auf knapp 300 000 und am 3. 1. auf etwas unter 500 000 ein. Exakt am Ende der Sendung um 22.15 Uhr kommt es dann beide Male zu einem sehr klaren Um- und Abschaltprozess. Was übrigens die deutlich höhere Sehbeteiligung an der zweiten Sendung betrifft, so ist sie im Wesentlichen damit erklärbar, dass am 3. 1. ein gewisser Prozentsatz der Zuschauer vom Vortag wieder zu Südwest 3 zurückgefunden hat, um Teil 2 der Sendung zu sehen, und dass sich zu diesem Stammpublikum die neuerlichen Zufallsgäste noch addiert haben.

Welche Folgerungen sind nun aus solchen Erkenntnissen zu ziehen? Ohne jeden Zweifel bedeuten sie den endgültigen Zusammenbruch der Illusion vom gezielt fernsehenden Bürger. Wir müssen uns von der Vorstellung verabschieden, dass der Durchschnitts-Fernsehnutzer eine bewusste Entscheidung im Voraus trifft und seine Sendungen nach Programmzeitschrift auswählt. In Wirklichkeit besteht das Heer der Zuschauer ganz überwiegend aus einer dispersen Masse[42] rastlos mit der Fernbedienung von Kanal zu Kanal zappender Individuen, die mal hier, mal da hängen bleiben und kaum je eine Sendung von Anfang bis Ende sehen. – In der Bewertung durch die Redaktion und die zuständige Hauptabteilung blieb nach den beiden Sendungen «Feste und Bräuche im Jahr 1994» übrigens keineswegs Katerstimmung zurück. Im Gegenteil: beide Male – dies das Fazit der Verantwortli-

chen – brachten die volkskundlichen Beiträge neben der Tagesschau die jeweils höchste Zuschauerzahl des gesamten «Südwest 3»-Fernsehabends. Ergo: Es gab den neuen Sendungstyp auch 1996 wieder.

Der Zugang zur Wirkungsanalyse ethnologischer Sendungen mit Hilfe von Daten der Medienforschung ist in der Volkskunde bisher noch nie versucht worden. Ein dringendes Desiderat wäre das vor allem deshalb, weil die rein quantifizierenden Verfahren der kontinuierlichen und routinemässigen Fernsehforschung durch die GfK praktisch nichts über die Qualität der Rezeption aussagen. Völlig unklar ist, wie die Zuschauer eine Sendung erleben und mit welchem Aufmerksamkeitsgrad sie ihr folgen, geschweige denn, was ihnen davon im Gedächtnis bleibt. Nicht von ungefähr hat Horst W. Opaschowski in einer seiner freizeitwissenschaftlichen Studien die Ansicht vertreten, dass hohe Einschaltquoten oft viel weniger über die Güte von Sendungen als etwas über die Kontaktarmut von Menschen verrieten.[43] Vielleicht sind die Quoten sogar, zugespitzt formuliert, nichts anderes als simple Parameter kollektiver Langeweile der «einsamen Masse», wie sie David Riesman und andere für die USA beschrieben haben.[44] Umso interessanter wäre es daher, wenn die Volkskunde einmal versuchen würde, ein nach Vorgaben der Medienforschung repräsentativ ausgewähltes Zuschauersample mit «weichen Methoden» zu bestimmten Sendungen zu befragen, um beispielsweise über narrative Interviews bisher unbekannte Einblicke ins Rezeptionsverhalten zu gewinnen.[45]

Für solche volkskundlichen Studien als Ergänzung oder Korrektiv der Ergebnisse quantifizierender Fernsehforschung böte sich ein weites Feld, zumal das GfK-Datenmaterial dank seiner Personenbezogenheit beachtliche Ressourcen birgt und von den Medienforschungsabteilungen der Sender auch noch viel genauer aufgeschlüsselt wird. So ergibt sich etwa aus dem Zahlenwerk des Gesamtüberblicks über die beiden genannten Sendungen, dass diese im «Südwest 3»-Gebiet von jeweils fast doppelt so vielen Frauen wie Männern gesehen wurden, dass die Hauptzuschauermasse sich altersmässig aus dem Personenkreis der über 50-Jährigen rekrutierte, während die unter 30-Jährigen nahezu gar nicht ins Gewicht fielen, dass hinsichtlich der geographischen Streuung der Zuschauer das Bundesland Baden-Württemberg gegenüber Rheinland-Pfalz und dem Saarland mit grossem Abstand an der Spitze lag und vieles andere mehr.[46] Die volkskundlichen Fragestellungen, die sich dazu entwickeln liessen, sei es zur Konstruktion von Vorstellungswelten, zur Milieuspezifik oder zur Wahrnehmung regionaler Identität, wären allesamt von hohem Interesse.

Mit welchen zusätzlichen, vom Anbieter nicht beeinflussbaren Variablen bei den Einschaltquoten einer Sendung übrigens auch gerechnet werden muss, mögen abschliessend noch die Verlaufskurven der Liveübertragungen zweier Fastnachtsumzüge vom Februar 1995 zeigen (Abb. 2). Als die erste der beiden sonntagnachmittäglichen Sondersendungen am 12. 2. 1995 lief, herrschte schönes, sonniges Vorfrühlingswetter, und viele Leute hatten Besseres zu tun, als zuhause vor dem Fernsehgerät zu sitzen. So erreichte die Zuschauerzahl im «Südwest 3»-Sendegebiet (graue Kurve) auch nur einmal kurz ein Maximum von 400 000. Am darauffolgen-

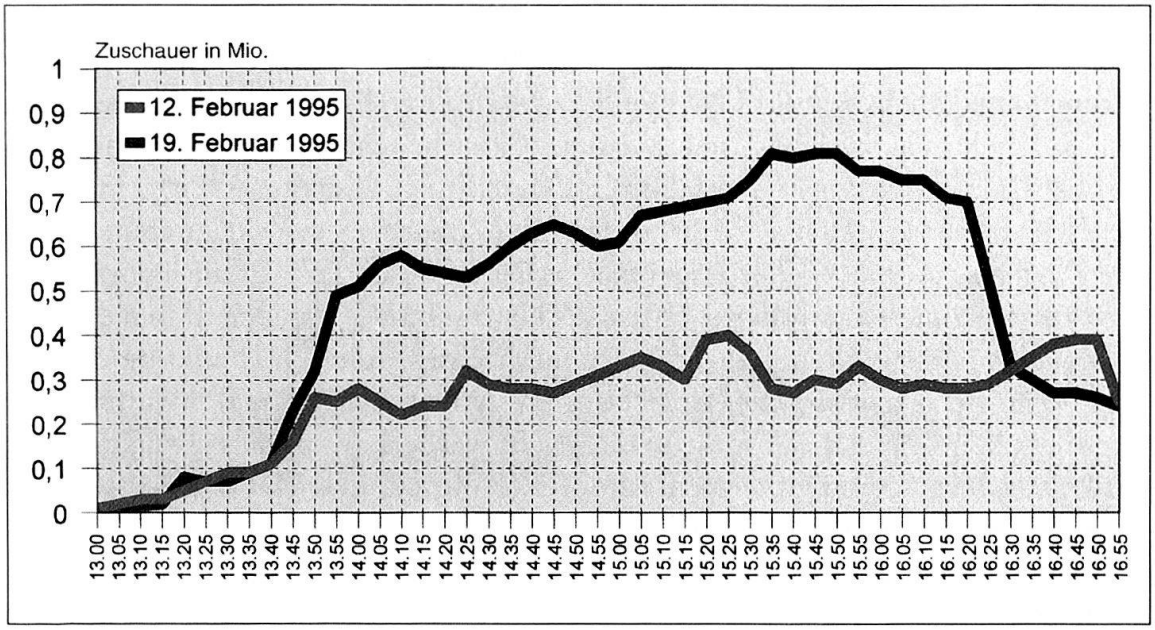

Abb. 2: 5-Minuten-Verlaufskurven der Zuschauerentwicklung bei den Übertragungen der beiden Narrentreffen in Immendingen am 12. 2. 1995 und in Markdorf am 19. 2. 1995, ausgestrahlt in S3 jeweils von 13.45 bis 16.26 Uhr.

den Sonntag, dem 19. 2. 1995, dagegen war das Wetter unbeständig und regnerisch; und prompt kletterte die Zahl der häuslichen Fernsehkonsumenten (schwarze Kurve) aufs Doppelte der Vorwoche, ja hielt sich in der letzten Stunde der Übertragung sogar längere Zeit bei etwa 800 000, was einem Marktanteil von fast 25 Prozent, einem für «Südwest 3» aussergewöhnlich hohen Wert, entspricht.

Praxiserfahrungen: ethnologisches Lustprinzip und mediales Realitätsprinzip

Rezeptionswissenschaftliche Gesichtspunkte sind im bisherigen Diskurs über Kooperationsmöglichen zwischen Volkskunde und Fernsehen eindeutig zu kurz gekommen. Erst durch die intensive Berührung mit der Praxis wurde dem Verfasser klar, welch eminent wichtige Rolle das Zuschauerverhalten im Kalkül allen Fernsehschaffens spielt. Studierenden, die sich für Berufsfelder im TV-Bereich und für bildschirmgerechte Umsetzung visueller Anthropologie interessieren, sollte frühzeitig vermittelt werden, dass Fernsehen aus der Anbieterperspektive in erster Linie ein erbarmungslos plebiszitäres Medium ist: Was die Zuschauer sehen wollen und was nicht, darüber stimmen sie binnen Sekunden mit der Fernbedienung ab. Ausschliesslich an der Nachfrage orientieren die Sender dementsprechend ihr Angebot.

Sich in Kenntnis dieser Prämissen als Volkskundlerin oder Volkskundler der «Kulturtechnik» Fernsehen[47] zu bedienen und auf der Produktionsseite mit eigenen Beiträgen tätig zu werden, muss aber dennoch kein Verrat an der Wissenschaft sein. Mögen die Darbietungsformen unter dem Diktat von Marktanteilen und

Quoten auch nicht viel mehr zulassen als reinen Erklärdokumentarismus[48], so können sie, verantwortlich genutzt, doch wichtige Kulturarbeit leisten. Eine Sensibilisierung vieler Menschen für bestimmte Facetten ihrer Regionalkultur, aber auch eine Relativierung ihrer Wahrnehmung des Eigenen gegenüber dem Fremden im europäischen Vergleich ist beispielsweise durch den Ausbau des Programmsegments «Feste und Bräuche» beim SWR in den letzten Jahren sicher eingetreten. Die Zuschauerpost liefert dazu interessante Rückmeldungen. – Freilich dürfen, gerade wenn es um den «Bildungsauftrag» des Fernsehens geht, auch dessen enorme manipulative Möglichkeiten nicht übersehen werden. Eben die Funktion des Erklärenden, die vom Volkskundler bei der TV-Arbeit in der Regel erwartet wird, birgt bei allen Chancen, informierend tätig zu werden, zwangsläufig zugleich das Risiko, indoktrinierend zu wirken. Eine Rolle wie die des ZDF-Haushistorikers Guido Knopp als Fernseh-Geschichtslehrer der Nation mit Tendenzen zur Deutungshoheit sollte auf volkskundlichem Gebiet kein Pendant finden.

Bleiben noch einige praktische Erfahrungen weiterzugeben, die der Verfasser im Lauf seiner Kooperation mit dem SDR/SWF bzw. SWR gemacht hat. Entscheidend für das Entree audiovisuell ambitionierter Ethnologen bei einer TV-Anstalt, aber auch für das Gelingen längerfristiger Zusammenarbeit, ist die Bereitschaft, sich auf die Eigengesetzlichkeiten des Mediums einzustellen. Dazu kann, um gleich ein extremes Beispiel zu nennen, etwa bei der Produktion eines Filmbeitrags die Massgabe der zuständigen Redaktion gehören, in dessen Dramaturgie und Aufbau den vorgesehenen Sendeplatz zu berücksichtigen. Ein 60-Minuten-Feature beispielsweise, das im Programm «Südwest» von 21.15 bis 22.15 Uhr ausgestrahlt wird, sollte nach Möglichkeit in der 28. bis 32. Minute starke Bilder, im Fachjargon «eyecatchers», enthalten. Genau dort liegen nämlich diejenigen Sequenzen, die später bei der Ausstrahlung auf den «break even point» um 21.45 Uhr fallen, an dem nach Abschluss der Hauptsendungen von ARD und ZDF bekanntlich hunderttausende von Zuschauern sich neu im Markt orientieren, durch rasches «channel switching» die Angebotspalette durchgehen und dann entsprechend dem Reiz der gewonnenen Sekundeneindrücke irgendwo hängenbleiben oder nicht.

Während die sendeplatzbezogene Einarbeitung spektakulärer Gelenkstellen ins Produkt als redaktionelle Forderung an Filmemacher nur in bestimmten Fällen gilt, müssen andere fernsehspezifische Vorgaben permanent beachtet werden. So versteht es sich mit Blick auf die Akzeptanz beim Publikum von selbst, dass Filmbeiträge für den Bildschirm eine den aktuellen Sehgewohnheiten der Zuschauer angemessene – nicht unbedingt angepasste – inhaltliche Strukturierung und formale Gestaltung haben sollten. Das gilt für die Kameraarbeit ebenso wie für den Schnitt oder den Einsatz elektronischer Mittel. Speziell bei der Darstellung von Festen und Bräuchen ist ausserdem entscheidend, sie als gesellige Ereignisse nicht aus steriler Distanz und mit nur monologisierendem Off-Text abzubilden, sondern in der medialen Erzählstruktur dicht an den Beteiligten zu bleiben und sie als Akteure selbst sprechen zu lassen. Hier trifft sich übrigens das Postulat des neueren ethnologischen Films, den Menschen das Wort zu geben, mit der ganz anderen In-

tentionen entsprungenen, für das Fernsehen wichtigen Erkenntnis amerikanischer Kommunikationsforscher, wonach ein massenmedial vermitteltes Thema nur dann eine Marktchance hat, wenn es «human interest» weckt.[49]

Vor aller inhaltlichen Umsetzung volkskundlicher Filmideen und Sendungskonzepte aber steht zunächst einmal die langfristige Projektplanung, in deren Überlegungen die als potentielle Partner in Frage kommenden TV-Redaktionen sehr früh, am besten von Anfang an, mit einbezogen werden sollten. Hinsichtlich der Verwirklichungschancen von Vorschlägen gilt die simple Regel: Realisiert werden kann nur, was mit vertretbarem Aufwand finanzierbar und wofür ein Sendeplatz vorhanden ist, der sowohl von der «Programmfarbe» als auch vom Format her passt. Das mag für manchen schönen Einfall bereits im Vorfeld wie ein Todesurteil klingen, aber pragmatisches Vorgehen und eine gewisse Kompromissbereitschaft beider Seiten helfen mitunter doch, Dinge möglich zu machen, die auf den ersten Blick unmöglich erschienen. Ein Beispiel hierfür bildet, wie an anderer Stelle schon erwähnt, der vom Verfasser konzipierte und 1996 vom damaligen SDR produzierte 60-Minuten-Film «Blumen, Weihrauch, Kreuz und Fahnen. Fronleichnamsbräuche in Europa». Unter normalen Bedingungen und nach der üblichen Kosten-Nutzen-Rechnung des Senders wäre ein solch spezielles, zudem stark konfessionell orientiertes Minoritätenthema zur Frömmigkeitsgeschichte mit immerhin fünf Schauplätzen, nämlich Hüfingen, Weingarten und Walldürn in Deutschland, Brügge in Belgien und Orvieto in Italien, schlechterdings nicht durchsetzbar gewesen.

Nun kamen aber drei günstige Umstände zusammen, die schnelles Handeln erforderten: Zum einen stand überraschenderweise 1996 für das Festtagsprogramm des Fronleichnamstags – er ist in den südlichen deutschen Bundesländern gesetzlicher Feiertag – ein Sondersendeplatz von 60 Minuten zur Verfügung, auf den noch keine Redaktion Ansprüche angemeldet hatte.[50] Zum zweiten waren im «Treffpunkt»-Archiv bereits Filmbeiträge über das Prozessions- und Wallfahrtswesen der drei genannten deutschen Orte vorhanden, was als Kostenargument zählte. Und zum dritten boten die bei den eben zurückliegenden Fastnachtsübertragungen erzielten hohen Einschaltquoten dem daran nicht unbeteiligten Volkskundler eine gute Ausgangsposition, um im Sender für seine Idee eines Features über Prozessionsbräuche offene Ohren zu finden. Als dann von der zuständigen Hauptabteilung tatsächlich grünes Licht für den Film kam, ja sogar noch zwei Auslandsdrehs zur Ergänzung des Archivbestands genehmigt wurden, war aufgrund des verfügbaren Materials konzeptionell von vornherein klar, dass Fronleichnam im engeren Sinne nur der thematische Aufhänger sein konnte, die inhaltliche Klammer hingegen in einem Kulturvergleich zur Heiligblut-Verehrung bestand und der wissenschaftlich korrekte Titel eigentlich «Prozessionsbräuche im Zeichen eucharistischer und nicht-eucharistischer Heiligblut-Reliquien» hätte lauten müssen. Ungeachtet dessen beharrte jedoch die Programmleitung im Blick auf den Sendetermin strikt darauf, das Stichwort «Fronleichnam» zumindest in den Untertitel zu nehmen – eine Kröte, die der Initiator schliesslich schlucken musste, wollte er nicht in letzter Sekunde nochmal das gesamte Projekt gefährden.

Was nach all den Zugeständnissen sämtlicher Beteiligten am Ende herauskam, war ein aus den genannten Gründen zwar nicht ganz präzis getitelter, aber in seinem sachlichen Gehalt wissenschaftlich doch vertretbarer Film mit vergleichendem Ansatz, der inzwischen nicht nur im Programm «Südwest» mehrfach wiederholt, sondern auch von anderen dritten Programmen der ARD übernommen worden ist und damit summa summarum um die 800 000 Menschen erreicht haben dürfte. – Vor der komplexen Konfiguration seiner Ausgangsbedingungen, die hier bewusst einmal in extenso geschildert wurden, erweist sich die Besprechung des Prozessionen-Features durch eine Studentin in den Augsburger Volkskundlichen Nachrichten vom Juli 1999 als geradezu paradigmatisch für die Realitätsferne mancher theoretischen Diskurse zum ethnologischen Film in Bezug auf die Fernsehpraxis: Ausgestattet mit dem analytischen Instrumentarium aus einem Seminar über visuelle Anthropologie, das ein Gastdozent an der Universität Augsburg abgehalten hatte, gibt die Autorin zunächst den Sendungsinhalt wieder, interpretiert dann unter anderem akribisch die Inszenierung einzelner Moderationen, als ob bei Dreharbeiten im Dokumentarbereich jeder Kameraeinstellung lange semiotische Überlegungen vorausgehen könnten, und gelangt bei der Beschäftigung mit dem Handlungsaufbau schliesslich zu dem – durchaus zutreffenden – Resümee, dass der Film «wegen der irritierenden Vermischung von Fronleichnams- und Himmelfahrtsprozessionen [...] seiner Untertitelung nicht gerecht» werde.[51] Die eigentliche Ursache für diesen letzteren Befund, nämlich das Zustandekommen des Films aus fünf separaten, darunter drei zweitverwerteten, ursprünglich gar nicht zusammengehörigen Materialblöcken, bleibt ihr hingegen vollkommen verborgen. Statt dessen geht sie von der naiven Annahme aus, es handle sich bei «Blumen, Weihrauch, Kreuz und Fahnen» von Anfang bis Ende um eine Originalproduktion, und erkennt demzufolge erst recht nicht, dass überhaupt erst das Kosten sparende, kompilatorische Produktionsprinzip dem Projekt eine Chance auf Realisierung beim Fernsehen eröffnete. Offenbar waren solch zentrale Aspekte der Herstellung volkskundlicher Filme fürs Fernsehen in dem genannten Seminar kein Thema – ein umso bedauerlicheres Defizit, als nicht wenige Studierende Berufsfelder im Bereich der audiovisuellen Medien anstreben.

Wozu die typischen Verständigungsschwierigkeiten zwischen Vertretern des wissenschaftlichen Films und dem Fernsehen bisweilen führen und welche Blüten verhärtete Fronten und fehlende Kompromissbereitschaft auf beiden Seiten treiben können, zeigte unlängst der Fall MDR gegen Ballhaus in Sachen Spergau. Die Fakten in Kürze: Als nach der deutschen Wiedervereinigung 1990 neben zahlreichen alltagskulturellen Problemen auch die Traditionsfeste der neuen Bundesländer in den Fokus volkskundlicher Forschung rückten, bot sich die «Spergemer Lichtmess», ein fastnächtlicher Junggesellenbrauch in dem kleinen Ort Spergau bei Merseburg, für eine filmische Dokumentation förmlich an, zumal der dortige Spielablauf erstaunliche Parallelen zu anderen, teilweise weit entfernten Fastnachtsbräuchen wie etwa dem Narrengericht von Grosselfingen bei Hechingen im Hohenzollerischen aufweist.[52] Als ausgewiesener Brauchforscher und Filmautor

kümmerte sich daher Edmund Ballhaus, zugleich Vorsitzender der Filmkommission der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde und Begründer einer eigenen «Gesellschaft für den kulturwissenschaftlichen Film» (GfkF), um das Vorhaben, in der Hoffnung, es als Coproduktion zwischen eben der GfkF und dem Mitteldeutschen Rundfunk verwirklichen zu können. Als er nach umfangreichen Recherchen 1995 dem MDR ein ausführliches Konzept vorlegte, lehnte man dort jedoch dankend ab, worauf Ballhaus zur Eigenproduktion mit der GfkF als alleiniger Trägerin schritt. Allerdings war nun auch der MDR auf das Thema aufmerksam geworden, mit der Folge, dass Ballhaus sich in der Schlussphase seiner Dreharbeiten in Spergau plötzlich drei Fernsehteams gegenüber sah, die auf dem Höhepunkt des Festgeschehens quasi vorbereitungslos noch rasch die schnelle Ware für den Bildschirm einfangen wollten. Das Ergebnis der ebenso unerwarteten wie ungleichen Medienkonkurrenz bestand schliesslich, abgesehen von der Beeinträchtigung des Brauchablaufs durch die aggressive Präsenz mehrerer Kameras, in einem kurzen MDR-Feature, das die touristische Aussensicht der Ereignisse wiedergab, und einem langen GfkF-Film, dem es neben der Darstellung der Schauseite vor allem um die Binnenperspektive und die soziale Dimension des Brauchs ging.[53]

Aus den unterschiedlichen Intentionen beider Produkte resultierte eine paradoxe Dialektik: Während der halbstündige Fernsehbeitrag dramaturgisch abwechslungsreich angelegt, aber durch überholte mythologische Deutungsmuster und Verweise auf heidnische Ursprünge wissenschaftlich inakzeptabel war, genügte der 75-minütige Ballhaus-Film zwar den Anforderungen der Forschung, wäre jedoch wegen seiner Länge und Tendenz zu optischen Wiederholungen im Fernsehen unsendbar gewesen. Und dies wiederum führte in der Relation zwischen Reichweite und Informationsqualität beider Erzeugnisse zu dem grotesken Missverhältnis, dass heute durch den GfkF-Film ein paar wenigen Fachwissenschaftlerinnen und Fachwissenschaftlern eine kompetente audiovisuelle Darstellung der «Spergauer Lichtmess» zur Verfügung steht[54], während mehrere hunderttausend MDR-Zuschauer zum selben Thema mit wohl formal gefälligem, jedoch inhaltlich den Standards der modernen Ethnologie Hohn sprechendem Unsinn abgespeist wurden. – Angesichts solch einer bizarren Bilanz bleibt in der Tat zu fragen, ob sich hier trotz naturgemäss divergierender Interessen zwischen der visuellen Anthropologie einerseits und dem Fernsehen andererseits nicht doch in der Planungsphase eine Verständigungsebene zwischen beiden hätte finden lassen, wobei im geschilderten Fall die Verantwortung für den bereits im Vorfeld gescheiterten Dialog sicher mehr beim Mitteldeutschen Rundfunk als bei Edmund Ballhaus lag. Sein entscheidender strategischer Fehler bestand, unabhängig von der zweifellosen Arroganz des Senders, möglicherweise darin, gleich mit einem fix und fertigen Konzept zu den TV-Leuten gekommen zu sein. Wenn beide potentiellen Partner in ihren Vorstellungen noch flexibel sind, verlaufen Vorgespräche in der Regel konstruktiver, können sich zunächst weit entfernte Positionen aufeinander zu bewegen und müssen, so die Erfahrung des Verfassers, Gegensätze im Endeffekt nicht unüberbrückbar sein.

Volkskunde im Fernsehformat: Einsichten und Aussichten

Beispiele aus der Praxis wie die eben ausgeführten zeigen, dass sich der ideale ethnologische Film, der den lehrbuchmässigen Standards der visuellen Anthropologie entspricht, im Fernsehen schlechterdings nicht machen lässt. Einschlägige Bildschirmprojekte werden immer wieder von neuem eine Gratwanderung zwischen Publikumsakzeptanz und wissenschaftlicher Vertretbarkeit mit dem jeweiligen Risiko von Fehlleistungen in die eine wie in die andere Richtung sein. Was trotz aller notwendigen Kompromisse aus volkskundlicher Sicht dennoch für die Pflege guter Kontakte zum Fernsehen spricht, sind im Wesentlichen zwei Aspekte.

Zum einen ist es die enorme Öffentlichkeitswirkung des Mediums, von der eine kleine akademische Disziplin wie die Volkskunde, die im Wettstreit der Fakultäten gern gönnerhaft zu den «Orchideenfächern» gerechnet wird, letztlich nur profitieren kann. Der gelegentlich von Fachkolleginnen und -kollegen geäusserte Einwand, dass durch die Medialisierung nur ganz bestimmter, besonders pittoresker Kanongebiete wie eben «Feste und Bräuche» das Fach nicht in voller Breite vertreten werde und dadurch eine einseitige Wahrnehmung von Volkskunde entstehe, mag sicher in gewisser Weise zutreffen, sollte aber für weitere Fernseharbeit der beschriebenen Art kein Hinderungsgrund sein. In einer hochschulpolitischen Phase, in der die Öffnung der Wissenschaft in die Gesellschaft, die Zusammenarbeit mit ausseruniversitären Institutionen und die Einwerbung von Drittmitteln immer wichtiger werden, gilt es jede sich bietende Chance zu nutzen, zumindest die verständlich vermittelbaren Forschungsgegenstände eines Faches, und seien sie noch so speziell, über den engen Rahmen der Hörsäle und Seminarräume hinaus publik zu machen. Eine effektivere Plattform als das Fernsehen, das sich nach jüngsten Untersuchungen trotz der Konkurrenz der neuen Medien wohl noch auf lange Sicht als Leitmedium behaupten wird, gibt es hierfür nicht. Um beispielsweise mit einer Vortragsreise zum Thema «Prozessionsbräuche» genauso viele Menschen zu erreichen wie der Film «Blumen, Weihrauch, Kreuz und Fahnen», nämlich rund 800 000 Personen, müsste man nicht weniger als 8000 Referate à 100 Zuhörer halten, was sich bei wöchentlich fünf solcher Veranstaltungen über einen Zeitraum von mehr als dreissig Jahren erstrecken würde. Eine Zahlenspielerei, zugegeben. Von der kaum vorstellbaren Reichweite des Mediums lässt sie dennoch etwas ahnen.

Der zweite, nach Ansicht des Verfassers noch wichtigere Grund, dessentwegen es sich für die Volkskunde lohnt, mit dem Fernsehen zusammenzuarbeiten, sind die dortigen Möglichkeiten der Dokumentation. Vom derzeitigen Archivbestand des SWR an Filmen zu historischen Festen und regionalen Bräuchen im südwestdeutschen Raum und im benachbarten Ausland war bereits an früherer Stelle die Rede. Er übertrifft den Fundus, den Einrichtungen wie die Landesbildstellen, die Landesstellen für Volkskunde oder eben das IWF zum selben Metier besitzen, bei weitem und hat den Vorteil, dass sämtliche Ereignisse mit einem Aufwand an Technik gedreht sind, wie ihn sich andere Institutionen kaum leisten könnten. Im Wissen um den Wert ihrer audiovisuellen Dokumente ist die Redaktion «Treffpunkt Feste

und Bräuche» des SWR mittlerweile auch dazu übergegangen, bei wichtigen Themen nicht nur dem allgemeinem Fernsehusus folgend die fertige Sendung, sondern grundsätzlich das gesamte dafür aufgenommene Material zu archivieren.[55] Das heisst im Klartext, dass in diesen Fällen bei einem üblichen Drehverhältnis von etwa 1:12 das Zwölffache dessen an Filmmaterial vorhanden ist, was gesendet wurde. Dadurch können unabhängig von bereits ausgestrahlten Bildern zu einem Brauch- oder Festereignis jederzeit neue Sendungen aus noch unverwendetem Material hergestellt werden. Des Weiteren gibt es von sämtlichen geschnittenen und endbearbeiteten Sendungen im Archiv noch sogenannte IT-Fassungen, Versionen mit «Internationalem Ton», von denen unter Beibehaltung der übrigen Tonmischung der Off-Text entfernt werden kann und die somit problemlos für Neubearbeitungen mit anderem, je nach Bedarf auch fremdsprachigem Kommentar zur Verfügung stehen. Dass an diesem hochprofessionalisierten System in letzter Zeit verstärkt auch externe Interessenten partizipieren und dass beispielsweise das Schweizer Fernsehen für eigene Sendungen über schweizerische Folklore schon wiederholt auf Archivmaterial des SWR zurückgegriffen hat, etwa zum Klausjagen in Küssnacht oder zu den Silvesterkläusen in Urnäsch, wertet die zuständige Redaktion als Bestätigung ihrer Arbeit.

Für die volkskundliche Forschung im Sinne europäischer Ethnologie eröffnet das inzwischen jahrelange Engagement des SWR auf dem besagten Gebiet bereits weiter gehende Perspektiven. Geplant ist für die nächsten Jahre, die Kooperation mit dem Sender schrittweise über den regionalen Horizont hinaus auf die mediale Vermittlung und Dokumentation von Festen und Bräuchen aus ganz Europa auszudehnen. Der gemeinsam erarbeitete theoretische Rahmen dieses Konzepts, das in erster Linie einen Beitrag zur europäischen Integration leisten will und, wie es scheint, Aussicht auf Förderung in grossem Stil hat, kann in der Kürze des vorliegenden Überblicks nicht näher ausgeführt werden. Nur soviel sei gesagt: Es soll dabei weniger um die stets beschworenen «gemeinsamen Wurzeln des christlichen Abendlands» und damit um die Suche nach inhaltlichen bzw. phänotypischen Parallelen zwischen geografisch weit voneinander entfernten Brauchvollzügen und Festtraditionen gehen, sondern genau entgegengesetzt um die Darstellung ihrer historisch gewachsenen, vielfältig bedingten Verschiedenheit. Den Reichtum an kultureller Differenz zu veranschaulichen, dürfte bei der Konstruktion europäischer Identität eine wichtigere Aufgabe sein als illusionäre Harmoniemodelle zu suggerieren.[56]

Ein erstes Pilotprojekt zur europaweiten Brauchdokumentation ist bereits angelaufen und bezieht sich auf Formen populärer Religiosität am Beispiel der Karwoche und des Osterfests in Südeuropa. Im Frühjahr 2000 entstanden dazu zwei Filme in Apulien: der eine über die «Processione delle fracchie» am Karfreitag in San Marco in Lamis[57] und der andere über die Verbrennung der «Quarantana», der Personifikation der Fastenzeit, am Ostersonntagmorgen in Ruvo di Puglia.[58] Als weitere Pilotstudie ist ein Feature über Umgangsriesen in Europa in Vorbereitung. Ein kurzer Film über den Samson-Umzug in Tamsweg im österreichischen Lungau

(Salzburgerland)[59] existiert schon. Für 2001 sind Dreharbeiten im belgischen Ath mit der dortigen Heirat der beiden Giganten «Madame et Monsieur Goliath» und dem Auftritt des Kolossalpferdes «Le cheval Bayard» vorgesehen, denen Aufnahmen weiterer Riesen-Bräuche in der Wallonie folgen werden.[60]

Für die Bewältigung derartiger Aufgaben ist die SWR-Redaktion «Treffpunkt Feste und Bräuche» neuerdings auch personell gut gerüstet. Vor allem konnte sie nach jahrelanger Angewiesenheit auf volkskundliches Knowhow von aussen in Martin Häussermann endlich einen eigenen Volkskundler mit abgeschlossenem Studium gewinnen, der zudem schon bei Dienstantritt bestens mit der Materie vertraut war. Er hatte nämlich 1994 in Tübingen seine Magisterarbeit ausgerechnet als empirische Untersuchung eines «Treffpunkt»-Films angelegt und dafür die Sendung vom 22. 8. 1993 über die Waldshuter Chilbi von den ersten Recherchen bis zur Fertigstellung als teilnehmender Beobachter begleitet, um nach der Ausstrahlung erneut an den Drehort zurückzukehren und die einheimischen Akteure über ihre Wahrnehmung des Produkts zu befragen. Titel der durch Gottfried Korff betreuten Studie: «Die mediale Konstruktion eines Stadtfestes im Urteil der Dargestellten». Von der theoretischen Auseinandersetzung mit der Vorgehensweise der Redaktion bzw. einer speziellen Facette der Wirkung ihrer Filme war Häussermann also in die Praxis eingestiegen, was fortan viele Fragen an externe Spezialisten in ethnologischen Dingen überflüssig machte: Mit ihm hatte die Volkskunde innerredaktionell Fuss gefasst.

Dass die freie Mitarbeit des Wissenschaftlers seitens der SWR-Verantwortlichen dennoch weiterhin nachdrücklich erwünscht blieb, hing bis zu einem gewissen Grad mit seiner Funktion als Fachberater in längerfristigen konzeptionellen Überlegungen jenseits des journalistischen Tagesgeschäfts zusammen, ergab sich aber wohl vor allem aus der ihm mit der Zeit schleichend zugewachsenen und von ihm selbst viel zu spät bemerkten Rolle als sogenannter «Imageträger». Zu diesem heikelsten Aspekt der Kooperation mit dem Medium seien noch einige abschliessende Bemerkungen erlaubt: Wer sich beim Fernsehen als Experte für ein bestimmtes Thema ausweist und dieses einigermassen allgemeinverständlich darzustellen vermag, wird in der Regel schnell das Angebot erhalten, sich dazu auch vor der Kamera zu äussern. Im speziellen Fall des Verfassers bestand, wie berichtet, sogar bereits der allererste TV-Kontakt in einer Mitwirkung solcher Art. Wenn dann die Premiere nach Ansicht der Macher zufriedenstellend war, bleibt es meist nicht bei einem einmaligen Auftritt. Weitere schliessen sich an. Über die mittel- und langfristigen Konsequenzen wiederholter oder gar regelmässiger Bildschirmpräsenz aber macht sich ein primär von seiner Sache motivierter und weniger an Selbstinszenierung interessierter Programmbeiträger gewöhnlich kaum Gedanken. In dem Moment, in dem er darauf aufmerksam wird, haben sich die Dinge meist schon verselbstständigt.

Genau diesen Effekt strebt das Fernsehen an und nutzt ihn für seine Zwecke aus. Im Zeitalter der Quotenmedien geht es nämlich um möglichst schnelle Erkennbarkeit von Themen und Inhalten. Gerhard Schulze spricht in diesem Zusam-

menhang von «Formatierung», die es dem Zuschauer etwa beim Zapping mit der Fernbedienung erlaubt, schon durch kurzes Anprüfen eines Kanals von einem Partikel aufs Ganze zu schliessen.[61] Das Prinzip der Personalisierung, die «Bindung von Inhalten an Köpfe»[62], ist hierfür ein probates Mittel. Menschen, die etwas zu sagen haben und die für etwas stehen, sind jedem Sender willkommen. Von dieser Strategie profitiert beispielsweise auch der Bayerische Rundfunk in der genannten Serie «Kunst & Krempel». Wenn dort ein Wolfgang Brückner erscheint, wissen die Zuschauer mittlerweile sofort, dass es gleich um Objekte zur religiösen Volkskunde gehen wird. Damit allerdings ist genau der Punkt erreicht, wo der mitwirkende Experte selbst zum medialen Konstrukt mutiert, wo plötzlich nicht mehr nur das eingebrachte Wissen, sondern das eigene Wesen Warencharakter annimmt.[63]

Unmerklich erst, dann immer deutlicher wird das Privatleben des Betroffenen tangiert. Während er es zunächst noch als nette Bestätigung empfindet, vereinzelt einmal von Unbekannten angesprochen zu werden, häuft sich dieses Verhaltensmuster ihm fremder Leute im Lauf der Zeit. Nach und nach werden die von der GfK ermittelten Zuschauerprofile real greifbar. Im Falle des Verfassers beispielsweise bestätigt sich, dass die Fastnachtsübertragungen wie auch die übrigen Sendungen über «Feste und Bräuche» tatsächlich primär von älteren Menschen und dort wiederum überwiegend von Frauen gesehen werden, wobei Personen mittleren und einfacheren Bildungsgrades dominieren. In sozialen Kontexten, in denen diese Klientel wenig vertreten ist, im Theater, in der Universität, in Buchhandlungen, lebt es sich für den Medialisierten denn auch recht ungeniert. Einkäufe in Grossmärkten und viele ganz normale Alltagsbesorgungen hingegen sind kaum noch unbehelligt möglich. Ein Entrinnen gibt es nicht. Statt dessen gilt das fatale Gesetz: je quotenstärker die Sendungen, desto eingeschränkter die persönliche Freiheit. Selbst abruptes Beenden der Fernseharbeit würde wenig nützen, da die longue durée der Zuschauererinnerung erfahrungsgemäss zäh ist.

Mit der Zeit gibt man es auf, alle Zuschriften zu beantworten. Parallel dazu reift der Entschluss, auf einen Eintrag im Telefonbuch zu verzichten, und irgendwann führt auch kein Weg mehr an gedruckten Autogrammkarten vorbei, die man geduldig zu signieren hat und deren Versand die Fernsehanstalt übernimmt. Spätestens dann fragt man sich als Volkskundler mit Bildschirmerfahrung, ob man dies alles von Anfang an genügend bedacht und wirklich gewollt hat.

Nachspiel: die Sache mit der Lachsforelle

An einem sonnigen Spätsommertag des Jahres 2000 – sein erster Fernsehkontakt und die unerquickliche Geschichte mit den «Laberköpfen» lagen inzwischen fast neun Jahre zurück – machte der Beitragsschreiber auf der Heimfahrt von einer Forschungsreise nach Italien Station in Südtirol. In einem Strandlokal am Kalterer See bestellte er sich zum Mittagessen eine Lachsforelle. Was er dabei nicht bedacht hatte, war der Umstand, dass es in der Nachsaison vorwiegend Reisebusse mit süd-

deutschen Seniorinnen und Senioren sind, laut Zuschauerforschung den typischen Rezipienten der Brauchsendungen also, die das landschaftlich schöne und klimatisch milde Etschtal anzusteuern pflegen. Als es ihm bewusst geworden war, drehte er sich vorsichtshalber mit seinem Stuhl zum See hin. Kaum war jedoch die Lachsforelle serviert, pirschte sich auch schon, offenbar von ihren weniger kecken Freundinnen losgeschickt, eine rüstige ältere Dame heran und fragte, ob es denn wohl möglich sei, dass man sich vom Fernsehen her kenne. Auf das zögerliche «Ja» des Entdeckten hin bestätigte sie ihrer Reisegruppe den Erfolg mit überschwänglichen Gesten und dem lauten Ruf «Wirklich! Wirklich!», worauf sich schätzungsweise fünfzehn Damen ähnlichen Alters an vier Tischen fröhlich von ihren Stühlen erhoben und zu klatschen anfingen. Erst nach dämpfendem Abwinken und der halblaut vorgetragenen Bitte um Rücksicht auf die übrigen Gäste nahmen sie wieder Platz, nicht ohne vorher aus mittlerer Distanz noch einige Erinnerungsfotos gemacht zu haben. Wie jedesmal bei solchen Begegnungen, in denen die abstrakte Vorstellung vom dispersen Medienpublikum schlagartig sehr konkret wird, war sich der Volkskundler unschlüssig, ob er sich nun freuen oder ärgern sollte. Nur eines wusste er: Wenn er damals nicht auf das Angebot der Fernsehleute eingegangen wäre, hätte er seine Lachsforelle jetzt in Ruhe verzehren können.

Anmerkungen

1 Mezger, Werner / Oelsner, Wolfgang / Schenk, Günter: Wenn die Narren Trauer tragen, Ostfildern 1991, 7 ff.

2 Mezger, Werner: Vom organischen zum organisierten Brauch. Fasnet in Südwestdeutschland und die Vereinigung Schwäbisch-Alemannischer Narrenzünfte, in: Zur Geschichte der organisierten Fastnacht. Vereinigung Schwäbisch-Alemannischer Narrenzünfte, hg. v. Winfried Dold u. a., Vöhrenbach 1999, 20 ff.

3 Zu den Narrentreffen als Veranstaltungstypus der Vorfastnachtszeit in Südwestdeutschland s. Mezger, Werner: Das grosse Buch der schwäbisch-alemannischen Fasnet. Ursprünge, Entwicklungen und Erscheinungsformen organisierter Narretei in Südwestdeutschland, Stuttgart 1999, 26 f.

4 Stuttgarter Zeitung, 3. 2. 1992.

5 Trotz der immensen Weiterentwicklungen der Kommunikations- und Medientechnologie in den letzten sechzig Jahren bleibt zur Theorie der Kulturindustrie nach wie vor grundlegend: Horkheimer, Max / Adorno, Theodor W.: Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug, in: Dialektik der Aufklärung, Philosophische Fragmente, Frankfurt/M 1971, 108–150 (Erstveröffentlichung: New York 1944).

6 Zuletzt auf der gemeinsamen Arbeitstagung der Filmkommission der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde und der Arbeitsgemeinschaft Visuelle Anthropologie der Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde vom 25. bis 27. 3. 1999, die unter dem Titel stand: «Annäherung, Kooperation oder Kollision? Kulturwissenschaftlicher Film und Fernsehen».

7 Der 30-Minuten-Sendeplatz lag ursprünglich in der Programmleiste von 17.45 bis 18.15 Uhr, verschob sich 1994, um fünf Minuten verkürzt, auf die deutlich attraktivere Zeit von 19.05 bis 19.30 Uhr und wanderte nach der Senderfusion 1998 im neuen Programmschema des SWR, inzwischen wieder halbstündig, auf den momentanen Termin von 18.45 bis 19.15 Uhr.

8 Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt/M / New York 1992.

9 Zu den nach journalistischer Schulmeinung entscheidenden Kriterien der Fernsehtauglichkeit eines Themas s. Schult, Gerhard / Buchholz, Axel: Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, München 1990, 113.

[10] Die Themenlisten nach Jahrgängen wurden dem Verf. freundlicherweise von der «Treffpunkt»-Redaktion zur Verfügung gestellt.

[11] Mezger, Werner: Lokale Festbräuche als Bildschirmereignis. Zum volkskundlichen Film im Fernsehen der 90er-Jahre, in: Schwäbische Heimat 4/1995, 334 ff.

[12] Das wissenschaftsgeschichtlich sehr erhellende und ausdrücklich vor naiver Verwendung warnende Vorwort von Christoph Daxelmüller zum Reprint des HdA von 1987 konnte nicht verhindern, dass durch die massenhafte Neuverbreitung des Werks zu einem günstigen Preis dessen mythologische Deutungsmuster von Laien eins zu eins übernommen werden und seither gerade im Tagesjournalismus wieder fröhliche Urständ feiern (Daxelmüller, Christoph: Vorwort, in: Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens, hg. v. Hanns Bächtold-Stäubli u. Eduard Hoffmann-Krayer, Bd. 1, Berlin / Leipzig 1927, Reprint: Berlin / New York 1987, V–XL).

[13] Zur Funktion, aber auch zur Problematik sprechender Menschen im Dokumentarfilm s. Schlumpf, Hans-Ulrich: Von sprechenden Menschen und Talking Heads. Der Text im Filmtext, in: Der Ethnographische Film. Einführung in Methoden und Praxis, hg. v. Edmund Ballhaus u. Beate Engelbrecht, Berlin 1995, 115 ff.

[14] Vgl. Ethnologie Europa. IWF-Medienkatalog 1995. Institut für den Wissenschaftlichen Film (IWF) Göttingen, Red. C. N. Carlson, Göttingen 1995; Nachtragsheft Jan. 1997, Göttingen 1997.

[15] Schwäbisch-alemannischer Narrenbote der VSAN 18/1994, 14.

[16] Folgende Umzugsübertragungen – alle in «Südwest 3» bzw. ab Sept. 1998 «Südwest» – wurden vom Verfasser von 1992 bis 2000 kommentiert: Bad Cannstatt (2. 2. 1992), Bad Waldsee (7. 2. 1993), Offenburg (30. 1. 1994), Hirrlingen (6. 2. 1994), Immendingen (12. 2. 1995), Markdorf (19. 2. 1995), Waldkirch (28. 1. 1996), Tettnang (26. 1. 1997) Laufenburg (2. 2. 1997), Hausach (21. 1. 1998), Schwenningen (1. 2. 1998), Wellendingen (24. 1. 1999), Gengenbach (7. 2. 1999), Wangen i. A. (30. 1. 2000) und Munderkingen (27. 2. 2000).

[17] Angaben nach Informationen der Abt. Medienforschung des SDR, jetzt SWR.

[18] Sendedaten der bis auf die Jahre 1995 und 1996 jeweils zweiteiligen Rückblicke: 1994 I/II: 2./3. 1. 1995; 1995: 30. 12. 1995; 1996: 30. 12. 1996; 1997 I/II: 30. 11. u. 7. 12. 1997; 1998 I/II: 25./26. 12. 1998; 1999 I/II: 27./28. 12. 1999.

[19] Erstsendung am 14. 2. 1996 in «Südwest 3».

[20] Erstsendung am 6. 6. 1996 in «Südwest 3».

[21] Gesendet am 7. 12. 1997 in «Südwest 3».

[22] Die Themen der einzelnen Folgen (mit Sendedaten): «Erntedank und Sichelhenke» (22. 10. 1995); «Allerheiligen» (26. 11. 1995); «Weihnachten im Land» (17. 12. 1995); «Aschermittwoch und Fastenzeit» (25. 2. 1996); «Laetare – Halbzeit zwischen Fastnacht und Ostern» (17. 3. 1996); «Von Ostern bis zum Weissen Sonntag» (14. 4. 1996); «Liebe und Hochzeit» (3. 11. 1996); «Wenn's dunkel wird» (24. 11. 1996); «In der Kneipe» (23. 3. 1997); «Brot und Salz» (6. 4. 1997); «Die Kehrwoche» (2. 11. 1997); «Gut behütet – Kopfbedeckungen» (23. 11. 1997); «Vom Kinderkriegen» (10. 1. 1998); «Von Sackpfeifen und Dudelsäcken» (27. 5. 1998); «Von der Wiege bis zur Schule» (13. 12. 1998); «Genäht, gestrickt, gehäkelt, gestickt» (11. 4. 1999); «Musikautomaten» (13. 6. 1999).

[23] Bimmer, Andreas C.: Vom «-tum» in der Volkskunde, in: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde 93/1990, 150 ff.

[24] Wolf, Gotthard: Die Wissenschaftliche Film-Enzyklopädie als internationale Aufgabe, in: Research Film 1/1953, Nr. 3, 2.

[25] Wolf, Gotthard: Der wissenschaftliche Dokumentarfilm und die Encyclopaedia Cinematographica. München 1967, 35.

[26] Brednich, Rolf-Wilhelm: Medien und Kulturkontakt, in: Kulturkontakt – Kulturkonflikt. Zur Erfahrung des Fremden, 26. Deutscher Volkskundekongress in Frankfurt/M 1987 (= Notizen, Bd. 28,2), Frankfurt/M 1988, 494.

[27] Grunsky-Peper, Konrad: Der volkskundliche Film – ein wissenschaftliches Stiefkind? In: Zeitschrift für Volkskunde 81/1985, 245–254.

[28] Brednich, Wolf-Wilhelm: Der volkskundliche Film – Herausforderung und Aufgabe. Ein Kommentar zu Grunsky-Peper, in: Zeitschrift für Volkskunde 82/1986, 95–96.

[29] Ballhaus, Edmund: Der volkskundliche Film. Ein Beitrag zur Theorie- und Methodendiskussion, in: Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung, NF 21/1987, 108–130.

[30] Kapfhammer, Günther: Volkskunde und wissenschaftlicher Film, in: Bayerischer Blätter für Volkskunde 20/1993, H. 2, 114–118.

[31] Schlumpf, Hans-Ulrich: Die Entdeckung der Langsamkeit. Gedanken zur Dramaturgie des Dokumentarfilms, in: Medien popularer Kultur. Erzählung, Bild, Objekt in der volkskundlichen For-

schung, Festschrift für Rolf Wilhelm Brednich, hg. v. Carola Lipp, Franfurt/M / New York 1995, 433–441.

32 Harvolk, Edgar: In memoriam Günther Kapfhammer, in: Bayerisches Jahrbuch für Volkskunde 1994, 214 ff.

33 Dehnert, Walter: Fest und Brauch im Film. Der volkskundliche Film als wissenschaftliches Dokumentationsmittel. Eine Analyse, Teil 1, Marburg 1994, 154 ff.

34 Ethnologie Europa. IWF-Medienkatalog 1995. Institut für den Wissenschaftlichen Film (IWF) Göttingen, Red. C. N. Carlson, Göttingen 1995, Nr. 13–25, 27–30, 99–112, 219, 378, 489, 410–411.

35 Dehnert: wie Anm. 33, 168, Anm. 406.

36 Brückner, Wolfgang: Brauchforschung tut not, in: Jahrbuch für Volkskunde 21/1998, 120.

37 Alzheimer-Haller, Heidrun: Gute Besserung! Kommunikationsprobleme mit den Medien, in: Bayerische Blätter für Volkskunde 24/1997, 231.

38 Schulze, Gerhard: Das Medienspiel, in: Kulturinszenierungen, hg. v. Stefan Müller-Doohm u. Klaus Neumann-Braun, Frankfurt/M 1995, 364 ff.

39 Stand: Juni 1998.

40 Das GfK-Sample betrug nach dem damaligen Stand noch ca. 4400 Haushalte.

41 Da die Veröffentlichung der Graphik in den originalen 1-Minuten-Schritten trotz abgelaufener Sperrfrist rechtlich nicht statthaft wäre, wurde sie von der Abteilung Medienforschung des SWR auf 5-Minuten-Schritte vergröbert, wofür Herrn Andreas Reinold zu danken ist.

42 Zu Dispersität vgl. Noelle-Neumann, Elisabeth / Schulz, Winfried (Hrsgg.): Publizistik, Frankfurt/M 1971, 98.

43 Opaschowski, Horst W.: Einführung in die Freizeitwissenschaft, 2. neu bearb. Aufl. Opladen 1984 (= Freizeit- und Tourismusstudien, Bd. 2), 193.

44 Riesman, David / Reuel, Denny / Glazer, Nathan: Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters, dt. v. Renate Rausch, Darmstadt 1956.

45 Vgl. Brednich, Rolf Wilhelm: Quellen und Methoden, in: ders. (Hrsg.): Grundriss der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie, Berlin 1988, 75f. In gewissem Umfang führen die Medienforschungsabteilungen der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten übrigens durchaus auch Erhebungen mit «weichen Methoden», also Zuschauerbefragungen, durch.

46 Die Informationen entstammen der Gesamtübersicht über das Datenmaterial der Zuschauerforschung für die beiden «Südwest 3»-Abende vom 2. und 3. 1. 1995, erstellt durch die Medienforschungsabteilung des damaligen SDR.

47 Vgl. dazu Doelker, Christian: Kulturtechnik Fernsehen. Analyse eines Mediums, Stuttgart 1991. Leider ist dieses Standardwerk, das einen wichtigen Beitrag zum Verständnis der Alltagskultur leistet, von der Volkskunde bislang noch kaum rezipiert worden.

48 Dehnert: wie Anm. 33, Bd. 1, 167.

49 Noelle-Neumann / Schulz: wie Anm. 42, 141.

50 Sondersendeplätze und Featureplätze sind bei den meisten Sendern, so auch beim SDR/SWF bzw. SWR, grundsätzlich «Wettbewerbsplätze». Das heisst, dass verschiedene Redaktionen Themen anbieten können und dass schliesslich derjenige Vorschlag realisiert wird, der nach mehrheitlicher Auffassung einer Gesamtkonferenz Aussicht auf die höchste Einschaltquote verspricht.

51 Lorenz, Tanja: Besprechung von Werner Mezger: «Blumen, Weihrauch, Kreuz und Fahnen – Fronleichnamsbräuche in Europa», in: Augsburger Volkskundliche Nachrichten 1999/1, 50–54, hier: 53.

52 S. dazu den IWF-Film «Das Narrengericht in Grosselfingen», Autoren: Simon, Franz / Petzoldt, Leander, prod. 1972, publ. 1980, Best. Nr. E 2318.

53 Wittmann, Robert: Annäherung, Kooperation oder Kollision? Kulturwissenschaftlicher Film und Fernsehen. Ein Bericht zur Göttinger Arbeitstagung v. 25.–27. 3. 1999, in: Augsburger Volkskundliche Nachrichten 1999/1, 77 f.

54 Der Film «Spergauer Lichtmess – ein Junggesellenbrauch» (prod. 1995/96, Autor: Ballhaus, Edmund / Mitarbeiterinnen: Ballhaus, Cornelia / Schneider, Anett) sollte bereits 1997 unter der Best. Nr. D 1984 beim Institut für den Wissenschaftlichen Film publiziert werden, ist jedoch bislang (Stand: Nov. 2000) nur über die Gesellschaft für den kulturwissenschaftlichen Film (D–37150 Gleichen / Himmigerode, Tönjesmühle) erhältlich, weil zu hohe Kosten für die Musikrechte eine Aufnahme ins IWF-Programm verzögern (Frdl. Auskunft des IWF). Die Angaben von Robert Wittmann (wie Anm. 53) zu dem Film sind sowohl, was dessen Titel (dort: «Ach, wäre ich doch ein Junggesell' geblieben – Spergauer Lichtmess») als auch was seine Länge (dort: 58 min.) betrifft, nicht korrekt.

[55] Normalerweise werden die bei den Dreharbeiten aufgenommenen Kassetten nach Fertigstellung einer Sendung wieder überspielt, was bei den heute verwendeten Bildträgern des Typs Betacam SP bis zu einem Dutzend Mal möglich ist.

[56] Vgl. Shore, Cris: Inventing the people's Europe: critical approaches to European Communities and the construction of Europe, in: Man 28/1993, 799 f.

[57] Di Palo, Franceso: Stabat mater dolorosa. La settimana santa in Puglia: ritualità drammatica e penitenziale, Brindisi 1992, 187 ff.

[58] Di Palo: wie Anm. 57, 247 ff.

[59] Hörandner, Edith / Jary, Friedl: Mitfeiern! Festland Österreich, Wien/München 1983, 41.

[60] Ducastelle, Jean-Pierre u. a.: Géants et dragons. Mythes et traditions à Bruxelles, en Wallonie, dans le Nord de la France et en Europe, Tournai 1996, 73 ff.

[61] Schulze: wie Anm. 38, 368.

[62] Geflügeltes Wort bei der zuständigen Hauptabteilung des SWR.

[63] Horkheimer /Adorno: wie Anm. 5, 108 ff.