

# Werner Mezger Lokale Festbräuche als Bildschirmereignis – Zum volkskundlichen Film im Fernsehen der 90er Jahre

Das Verhältnis zwischen den Herstellern wissenschaftlich anerkannter volkskundlicher Filme und den Vertretern des Mediums Fernsehen ist bis heute von tiefem Mißtrauen erfüllt: Während einerseits die filmenden Ethnologen ihr Material den Sendeanstalten lieber gar nicht erst anbieten, winken andererseits auch die Fernsehmacher schon im Vorfeld ab, indem sie darauf hinweisen, daß man derartige Produkte den Zuschauern nicht zumuten könne. Woher kommt diese merkwürdige Unvereinbarkeit der Ansprüche? Offenbar resultiert sie aus der spezifischen Tradition des volkskundlichen Films, der von Anfang an ausschließlich als Lehr- und Forschungsfilm und nicht für die breite Öffentlichkeit konzipiert war. Walter Dehnert hat dies erst vor kurzem in seiner Dissertation umfassend dargestellt<sup>1</sup>.

## *Volkskundliches Filmschaffen und Fernseharbeit – eine unvereinbare Geschichte?*

Seit den 50er Jahren wurde die ethnologische Filmarbeit geprägt durch das «Institut für den Wissenschaftlichen Film» (IWF) in Göttingen und dessen Leiter Gotthard Wolf, der mit seiner Encyclopaedia Cinematographica (EC) Standards für den Film im Dienste der Forschung gesetzt hatte, die sich später als höchst problematisch erwiesen. Wolfs Ziel war es, der Wissenschaft optische «Bewegungs-Dauerpräparate» zur Verfügung zu stellen, deren Wirklichkeitsgehalt möglichst hoch sein sollte<sup>2</sup>. Obwohl sich schon bald abzeichnete, daß der Anspruch einer objektiven Realitätswiedergabe im Film reine Illusion war, wurden nach den Richtlinien der EC in den 50er und 60er Jahren zahlreiche volkskundliche Filme hergestellt. Es entstanden Streifen von 5 bis 30 Minuten Dauer, überwiegend in Schwarzweiß. Vor allem aber waren sie stumm, also ohne Originalton und Kommentar, weil die Devise hieß: *Dokumentieren – nicht interpretieren, registrieren – nicht gestalten*.<sup>3</sup> Die Interpretation und Kommentierung der EC-Filme lieferte jeweils erst eine schriftliche Begleitpublikation des verantwortlichen Fachwissenschaftlers.

Daß ein derart exklusives Filmschaffen auf der Basis reiner Wissenschaftlichkeit und in bewußter Distanz vom interessierten Laien mit den Zielsetzungen des Massenmediums Fernsehen nichts gemein

hatte, versteht sich von selbst. Gotthard Wolf hat den Kontakt zum Fernsehen offenbar auch nie gesucht. Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund wurde innerhalb der Volkskunde allmählich Kritik am Konzept der EC laut. Hermann Bausinger warnte bereits 1962 vor einer Selbstisolierung des wissenschaftlichen Films und ermunterte gar dazu, den Mut zum *unwissenschaftlichen Film* aufzubringen<sup>4</sup>. Seit Mitte der 60er Jahre ging die Herstellung neuer volkskundlicher Filme in Göttingen mehr und mehr zurück: einerseits, weil die Gelder aus dem großen VW-Förderungsprogramm versiegtten, andererseits aber wahrscheinlich auch, weil inzwischen das Fernsehen eine eigene Bildsprache entwickelt und damit ganz andere Standards geschaffen hatte. 1967 wurde zwar in Würzburg von der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde (dgv) eigens eine Kommission für den wissenschaftlichen Film ins Leben gerufen, aber als deren Mitglieder bei einer Tagung in Detmold 1969 ein studentisches Go-in erlebten, stellten sie ihre Tätigkeit wieder ein<sup>5</sup>.

In dieser Situation beschritt Ingeborg Weber-Kellermann in Marburg einen neuen Weg. Als erste Vertreterin der wissenschaftlichen Volkskunde produzierte sie – unabhängig von den Maßgaben des IWF und der EC – volkskundliche Filme mit dem Fernsehen. So entstanden von 1969 bis 1981 insgesamt 42 Sendungen des Hessischen Rundfunks<sup>6</sup>. Unter dem Eindruck ihrer Erfahrungen regte Ingeborg Weber-Kellermann 1970 in der dgv die Bildung einer Fernsehkommission an. Zur Begründung hieß es: *Die beherrschende Rolle, die das Fernsehen als Massenkommunikations- und Unterhaltungsmittel im gesamtgesellschaftlichen Rahmen spielt, kann kaum überschätzt werden. Eine Gesellschaftswissenschaft wie die Volkskunde sollte daher dieses Medium sowohl als Objekt wie als Subjekt in sein Interessengebiet mit einbeziehen*. Gleichzeitig wurde gefragt: *Wie kann die praktische Zusammenarbeit mit den Fachkräften der Fernsehanstalten organisiert werden?*<sup>7</sup> – Am Ende kam die Kommission allerdings nicht zustande. Die Resonanz im Fach auf Weber-Kellermanns Fernsehfilme blieb verhalten: Fernsehen galt vielen Wissenschaftlern immer noch als unseriöses Medium.

Mittlerweile aber waren selbst auch bei den Fernseh-Skeptikern die Zweifel an den Normen der EC so gewachsen, daß die Produktion ethnologischer Filme fürs IWF in den 70er Jahren weiter nachließ

Mit spektakulären Massenszenen und einem Historienspiel um den Brand einer Mühle begehen die Haller Salzsieder jedes Jahr am Pfingstmontag ihr Kuchen- und Brunnenfest (Standfoto aus der Sendung «Feste und Bräuche '94», Teil 1).



und in den 80er Jahren praktisch so gut wie zum Erliegen kam. Erst 1985 entzündete sich die innerfachliche Diskussion neu, als Konrad Grunsky-Peper eine Art Nekrolog auf die EC-Filmtradition schrieb, der in dem Satz gipfelte: *Inzwischen ist ein Stand erreicht, wo die Verwendung der Göttinger Filme im Fach Volkskunde bei den Studenten, die heute sämtlich der Fernsehgeneration zuzuzählen sind, auf Befremden oder sogar Ignoranz stößt.*<sup>8</sup> Rolf Wilhelm Brednich replizierte hierauf umgehend, indem er für eine Revision der starren Regeln des bisherigen volkskundlichen Films plädierte<sup>9</sup>. Und wenig später meldete sich Edmund Ballhaus mit einem programmatischen Beitrag über künftige ethnologische Filmarbeit zu Wort<sup>10</sup>.

In der weiteren Fachdiskussion wurde immerhin einhellig als eines der größten Defizite des bisherigen volkskundlichen Films die Tatsache erkannt, daß die darin agierenden Menschen sich selbst überhaupt nicht verbal äußern konnten, womit der eigentlich zentrale Teil der Lebenswirklichkeit ausgeblendet worden sei. Rolf Wilhelm Brednich gestand diese Schwäche sogar offen für einen 1983 von ihm selbst gedrehten Forschungsfilm ein und gab zu, daß es der Südwestfunk Baden-Baden abgelehnt habe, ihn zu senden, mit dem Argument, es fehle ihm an Leben. Den bereits Ende der 70er Jahre produzierten Filmen des Schweizer Ethnologen

Hans-Ulrich Schlumpf, der eng mit dem Fernsehen zusammengearbeitet hatte, attestierte Brednich dagegen, daß sie *Wärme und Menschlichkeit* ausstrahlten, weil darin *einfachen Leuten, die über keinen Apparat verfügen, das Wort gegeben werde*<sup>11</sup>.

Vor dem Hintergrund der neu belebten Diskussion wurde 1988 die Kommission für den volkskundlichen Film in der dgV wieder gegründet, die auch gleich eine Resolution ans IWF richtete und darin unter anderem die Anerkennung des neuen – etwa von Schlumpf vertretenen – Filmtypus als zusätzliche Kategorie des wissenschaftlichen Films verlangte. Zum Medium Fernsehen wurde in einem ersten Grundsatzpapier immerhin festgestellt, daß dort *unausgeschöpfte Möglichkeiten im Hinblick auf zukünftige volkskundliche Berufsbilder* lägen<sup>12</sup>. Die Kommission tagt seither in regelmäßigen Abständen. Parallel dazu geht der Diskurs über den volkskundlichen Film weiter. Zu den wichtigsten jüngeren Beiträgen gehören dabei wohl Schlumpfs *Gedanken zur Dramaturgie des Dokumentarfilms*, in denen er sich für die Entwicklung einer kommentierten Filmsprache im Sinne des epischen Erzählens nach Brecht und für einen bewußten inhaltlichen Spannungsaufbau der audiovisuellen Dokumente einsetzte – nicht zuletzt unter dem Aspekt ihrer Sendbarkeit im Fernsehen<sup>13</sup>.

In Sachen kontinuierlicher Zusammenarbeit zwi-

schen Volkskunde und Fernsehen aber blieb Ingeborg Weber-Kellermann die große Ausnahme. Was freilich die von ihr gesetzten Standards angeht, so haben sich die Dinge heute grundlegend gewandelt. Vor allem die frühen Marburger Beiträge vom Ende der 60er und vom Beginn der 70er Jahre waren sehr stark dem Bildungsfernsehen verpflichtet und brauchten sich um die Publikumsgunst noch kaum zu kümmern.

Bezeichnenderweise liegen für die Erstsendungen in «Hessen 3» auch keinerlei Einschaltquoten vor, weil diese damals schlichtweg nicht erhoben wurden<sup>14</sup>. Unbeschadet der Qualität der Inhalte muß aus moderner Sicht nüchtern festgestellt werden, daß derartige Produktionen, die in ihrer Machart deutlich an Telekolleg und Schulfunk erinnern, auf dem heutigen Medienmarkt im Abendprogramm nicht mehr durchzusetzen wären: Angesichts des Endes der Monopolstellung der öffentlich-rechtlichen Anstalten durch die seit 1984 bestehende Konkurrenz privater Anbieter – allen voran SAT 1 und RTL – und im Zeichen des immer unerbittlicher werdenden Kampfes um Quoten und Marktanteile gelten für volkskundliche Filme, die im heutigen Fernsehen eine Chance haben sollen, ganz andere Gesetze. Diese totale Veränderung der Situation ist im Fach Volkskunde so gut wie überhaupt noch nicht realisiert worden.

### *Feste und Bräuche in Südwest 3 – fernsehjournalistische Alleingänge*

Völlig abgekoppelt von allen wissenschaftlichen Debatten, hat sich unterdessen das Fernsehen längst selbst des volkskundlichen Themenbereichs bemächtigt und eine Fülle einschlägiger Sendungen auf eigene Faust realisiert. Mit besonderer Dynamik verlief diese Entwicklung in «Südwest 3», dem regionalen Gemeinschaftsprogramm, das der Süddeutsche Rundfunk (SDR) in Stuttgart, der Südwestfunk (SWF) in Baden-Baden und Mainz sowie der Saarländische Rundfunk (SR) in Saarbrücken für die drei Bundesländer Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Saarland anbieten. Innerhalb von Gesamt-Südwest 3, das nach Aussage des früheren Fernsehdirektors des SWF Baden-Baden, Kurt Rittig, vor allem die «gesellschaftliche, geschichtliche und kulturelle Identität» der Sendegebiete aufzeigen möchte<sup>15</sup>, gibt es wiederum bestimmte Sendezeiten, in denen sich die Anstalten trennen, um für jedes der drei Bundesländer ein eigenes Programm auszustrahlen: Regionalsendungen, lokale Reportagen, Porträts oder Gespräche, die wegen ihrer engeren Ortsbezogenheit jenseits der Landesgrenzen nur bedingt interessieren.

Eines dieser sogenannten «Landesfenster» besetzt seit 1987 der «Treffpunkt Baden-Württemberg»,



*Wie Wesen aus einer anderen Welt muten die Kuhhornbläser beim Klausjagen in Küßnacht am Rigi in der Innerschweiz an; akustisch unterstützt werden sie von mehreren hundert «Triichlern», die bei jedem Schritt eine große Kuhglocke (Treichel) rhythmisch von einem Oberschenkel auf den anderen umsetzen (Standfoto aus der Sendung «Feste und Bräuche '94», Teil 2).*

eine wöchentlich wiederkehrende Sendung mit fixem Programmplatz am Sonntagabend, ursprünglich von 17.45 bis 18.15 Uhr, seit 1994 um 5 Minuten verkürzt, aber in der deutlich attraktiveren Zeit von 19.05 bis 19.30 Uhr. In Form einer moderierten Reportage wird hier über Feste, Veranstaltungen und Aktionen – kurz über aktuelle Kulturphänomene im Land berichtet. Der Erfolg der Sendung, die sich über Jahre hinweg mit wachsenden Einschaltquoten behaupten konnte, erklärt sich wohl nicht zuletzt dadurch, daß hier ganz unmittelbar die Bedürfnisse der modernen «Erlebnisgesellschaft» befriedigt werden, wie sie Gerhard Schulz in seiner großen Studie von 1992 beschrieben hat<sup>16</sup>. Was die Auswahl des jeweils zu reportierenden Ereignisses betrifft, so orientiert sie sich weniger an einem langfristigen Gesamtkonzept als vielmehr an den von Fall zu Fall immer wieder neu gestellten beiden fernsehjournalistischen Grundfragen: Ist das Thema von allgemeinem Interesse, und ist es bildschirmgerecht<sup>17</sup>?

Innerhalb dieses fest abgesteckten Sendungstyps erwies sich nun die Berichterstattung über lokale Traditionsfeste und Bräuche im Lauf der Zeit zunehmend als Zuschauermagnet. So stieg die Zahl entsprechender Beiträge im «Treffpunkt» seit 1989 kontinuierlich an, wobei es nicht uninteressant wäre, diese Entwicklung einmal eigens auf ihre zeitliche

Korrelation mit dem Prozeß der deutschen Einheit und der damit möglicherweise verbundenen Entstehung eines neuen Identitätsgefühls der Zuschauer zu untersuchen. Hatten 1989 die Filme über Feste und Bräuche noch ganze 4% des Gesamtjahresangebots an «Treffpunkt»-Themen ausgemacht, lag ihr Anteil 1990 schon bei 8%, 1991 bei 10%, 1992 bei 12%, 1993 bei 29% und 1994 gar bei 44%. Auf diese Weise entstanden im Verlauf von wenigen Jahren über 60 Dokumentationen von lokalen Traditionsfesten und Brauchphänomenen im südwestdeutschen Raum<sup>18</sup>. Der Gesamtbestand des IWF an volkskundlichen Filmen für das genannte Gebiet beläuft sich – zum Vergleich – auf rund 45 Titel<sup>19</sup>.

Die Produktionsweise der einzelnen Filme hat inzwischen weitgehend Routinecharakter: Jeweils auf ein halbes Jahr im voraus wird der Themenkatalog festgelegt. Die intensiven Recherchen und Vorbereitungen am Drehort beginnen etwa vier bis sechs Wochen vor dem Drehtermin in engem Gesprächskontakt mit den jeweiligen Veranstaltern. An jeder Sendung sind zwei bis drei Redakteure beteiligt. Gedreht wird durchweg mit EB-Ausrüstung (EB = elektronische Bildaufzeichnung), wobei je nach der Komplexität des zu dokumentierenden Geschehens bis zu vier Kamerateams gleichzeitig zum Einsatz kommen. Der/die Moderator/in, der/die später

*Zu den aufwendigsten Nikolausbräuchen des Alpenraums gehört das Klausjagen in Küßnacht am Rigi in der Innerschweiz. Die eigentliche Hauptfigur, der Samichlaus (= Sankt Nikolaus) im Bischofsornat, verliert sich fast in dem mehrstündigen nächtlichen Lichter- und Lärmumzug, an dem über 800 Männer teilnehmen (Standfoto aus der Sendung «Feste und Bräuche '94», Teil 2).*



auch den Off-Text spricht, stößt erst am eigentlichen Drehtag dazu – allerdings nach gründlicher Vorab-sprache und gemeinsamer Formulierung der Moderationen mit dem gesamtverantwortlichen Redakteur. Für Schnitt, Textanlage und Tonmischung stehen je nach der Zeitspanne zwischen Aufzeichnung und Sendetermin bestenfalls sechs Tage, schlechtestenfalls nur wenige Stunden zur Verfügung. Als Grundsatz bei den Dreharbeiten vor Ort gilt, das ablaufende Geschehen durch die Präsenz der Aufnahmetechnik möglichst wenig zu beeinflussen und insbesondere nichts eigens für die Kamera zu inszenieren. Differenziertere historische Erklärungen oder Informationen zum Verständnis der bedeutungsgeschichtlichen Hintergründe des jeweiligen Ereignisses, die sich über den reinen Kommentartext aus dem Off nicht vermitteln lassen, werden durch Statements von Experten im On oder durch vorher produzierte Zuspiefilme in die Sendungen eingebaut. Und last not least muß nach Maßgabe der Redaktionsleitung jeder «Treffpunkt» auch noch eine Reihe von «O-Tönen» (= Original-Tönen) enthalten, in denen sich Akteure oder Veranstaltungsbesucher äußern.

Bestärkt durch den anhaltenden Erfolg der «Brauchtums-Schiene» – so die senderinterne Bezeichnung für das neu entdeckte Genre – entschlossen sich die Verantwortlichen des Südwest 3-Landesprogramms Baden-Württemberg 1992 erstmals, ein größeres Brauchereignis in einer sonntagnachmittäglichen Sondersendung fürs gesamte Südwest 3-Gebiet live zu übertragen. Es war ein Narren-Umzug in Bad Cannstatt, der nur alle vier Jahre stattfindende große Narrensprung der Vereinigung schwäbisch-alemannischer Narrenzünfte. Die Publikumsresonanz dieses Versuchs führte wiederum dazu, daß seither jährlich gleich an mehreren Sonntagen vor Fastnacht derartige Umzüge live gesendet werden. Hinzu kommen inzwischen weitere Live-Übertragungen von wechselnden sommerlichen Brauchveranstaltungen wie etwa dem Kuchen- und Brunnenfest der Haller Salzsieder, dem Ulmer Fischerstechen, dem Ravensburger Rutenfest und anderen mehr. Als vorläufig letzte Stufe der Entwicklung gab es schließlich am 2. und 3. Januar 1995 erstmals zwei 60-Minuten-Sondersendungen im Abendprogramm von Gesamt-Südwest 3, in denen unter dem Titel «Feste und Bräuche im Jahr 1994» nochmals Ausschnitte aus den «Treffpunkten» der vorausgegangenen zwölf Monate gezeigt wurden. Der inhaltliche Anspruch bei sämtlichen geschilderten Vermittlungsformen regionaler Brauchereignisse via Bildschirm besteht nach Aussage der Macher darin, dem Publikum «seriöses

Infotainment» zu bieten. Im Klartext: die Zuschauer sollen auf unterhaltsame Weise über kulturelle Erscheinungen ihrer Heimat informiert werden.

Wie immer man seitens der universitären Volkskunde zu dieser Zielsetzung des Fernsehens stehen mag, unbestreitbar ist, daß in den Sendeanstalten heute mehr denn je Bedarf an entsprechend qualifizierten Absolventen des Fachs bestünde. Der hier zu erwartende Wissenschafts-Transfer fand bisher allerdings nicht statt: Unter den acht ständigen «Treffpunkt»-Redakteuren, jeder von ihnen mit Hochschulabschluß, reicht die Bandbreite der studierten Fächer von Biologie bis Theologie, von Sozialpädagogik bis Anglistik – ein Volkskundler ist nicht dabei. Daß der Verfasser 1992 mit der Stuttgarter Redaktionsleitung in Kontakt kam und seither bei einer Reihe von Sendungen mitgewirkt und seine Kenntnisse als Fachwissenschaftler eingebracht hat, war eher Zufall. Ständige informelle Kontakte zwischen den volkskundlichen Instituten der Universitäten, den Landesstellen für Volkskunde und den Rundfunk- bzw. Fernsehanstalten des Landes, wie sie eigentlich wünschenswert wären, existieren nicht.

#### *Reichweiten, Quoten, Marktanteile – ein Kapitel Zuschauerforschung*

Von den Repräsentanten der wissenschaftlichen Volkskunde in Forschung und Lehre gab es auf die Konjunktur volkskundlicher Sendungen in Südwest 3 bislang noch kaum Rückmeldungen. Die einzige intensivere Auseinandersetzung damit fand in einer Magisterarbeit statt, die 1994 in Tübingen entstanden ist. Martin Häußermann hat die Produktion einer «Treffpunkt»-Sendung über die 525. Waldshuter Chilbi von den ersten Recherchen bis zur Fertigstellung als teilnehmender Beobachter begleitet, um nach der Ausstrahlung am 22. 8. 1993 erneut an den Drehort zurückzukehren und die Akteure zu befragen. Titel seiner Untersuchung: *Die mediale Konstruktion eines Stadtfestes im Urteil der Dargestellten*. Über Häußermanns Ergebnisse ist hier nicht im Detail zu berichten, außer daß er bei den Einheimischen ein hohes Maß an Zufriedenheit mit dem filmischen Endprodukt konstatiert. Den Sendungstyp «Treffpunkt» identifiziert er als ein «ganz eigenes Genre» zwischen PR-Video und ethnologischem Film<sup>20</sup>. Etwas weltfremd wirkt es allerdings, wenn er zuletzt zu dem Resümee gelangt, daß der Produktionszeitraum zu gering, die finanziellen Mittel des Fernsehens zu knapp, die Sendelänge zu kurz und das Fehlen einer Begleitbrochüre bedauerlich gewesen seien<sup>21</sup>.

Perspektiven, die nur im Fernsehen möglich sind: Das alle vier Jahre stattfindende Ulmer Fischerstechen auf der Donau aus der Sicht einer Unterwasserkamera (Standfoto aus der Sendung «Feste und Bräuche '94», Teil 2).



Nun hat die von Häußermann durchgeführte Befragung der im Film Dargestellten für die Volkskunde sicher einigen Erkenntniswert; für die Medienleute ist sie nur von marginalem Interesse. Für sie kommt es weniger auf die Resonanz ihrer Sendung vor Ort als auf deren Akzeptanz beim Gesamtpublikum an, worüber die Zuschauerforschung Auskunft gibt. Deren Daten werden seit 1985 im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e. V. (GfK) in Nürnberg ermittelt und sind z. B. für Südwest 3 über Videotext-Tafel 368 abrufbar. Die Zahlen beruhen auf einer sekundengenauen Messung in bundesweit 4400 repräsentativ ausgewählten Haushalten (Stand: Januar 1995). Erhoben werden: an erster Stelle die *Gesamtzuschauerzahl in Tausend*, dann die *Haushaltsquote*, die den auf ein Programm entfallenden Anteil der Gesamthaushaltszahl in einem bestimmten Sendegebiet in einer bestimmten Zeit beschreibt, und schließlich – für die Fernsehanstalten eigentlich 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, wieviel Prozent aller fernseherschauenden Personen sich in der betreffenden Zeitspanne für den untersuchten Kanal entschieden haben.

Durch das sekundengenaue Meßverfahren ergibt sich nun für jeden Kanal eine detaillierte Kurve der Zuschauerentwicklung in einem bestimmten Gebiet während jeder Phase einer Sendung. Als konkretes Beispiel dazu sollen hier die Kurven jener zwei Fernsehprogramme im Programm Südwest 3 vom 2. und 3. 1. 1995 dienen, an denen die beiden erwähnten Sendungen über «Feste und Bräuche im Jahr 1994» liefen<sup>22</sup>. Auf der waagrechten Achse der Graphik ist in 5-Minuten-Schritten 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 grüne, die am zweiten durch die rote Kurve dargestellt. 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 erfolgreichsten Südwest 3-Sendung «Landesschau aktuell» (jeden Werktag 19.48 bis 19.58 Uhr) den Kanal nicht wechseln, sondern die «Tageschau» der ARD, die auch über Südwest 3 ausgestrahlt wird, eben dort mitverfolgen und sich erst danach neu im Fernsehmarkt orientieren. Beim Beginn der beiden volkswissenschaftlichen Sendungen, jeweils um 21.15 Uhr, tut sich sowohl am ersten als auch am zweiten Abend nichts Nennenswertes: die

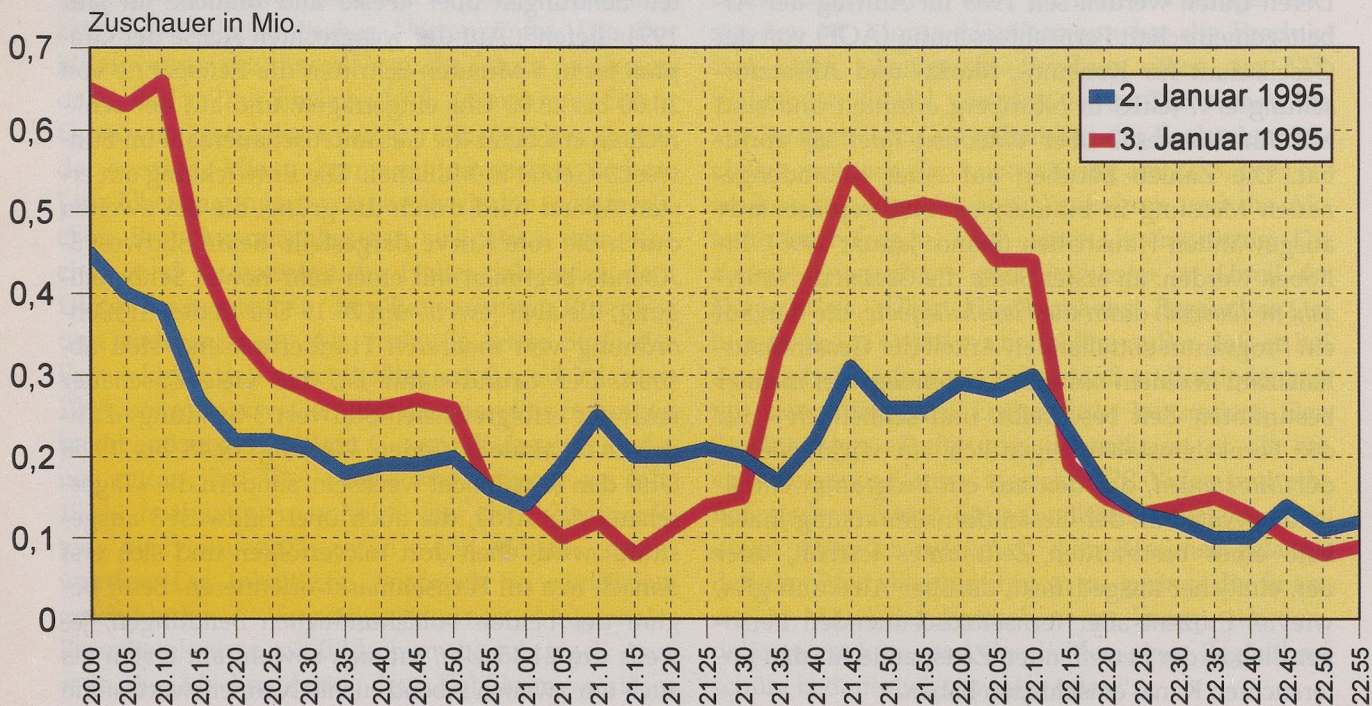
Sehbeteiligung bleibt relativ schwach, ja sinkt sogar geringfügig ab. Plötzlich jedoch, gegen 21.45 Uhr, also zur Sendungsmitte hin, kommt beide Male Bewegung in die Szene. Jetzt sind nach dem Programmschema von ARD und ZDF die prime time-Sendungen im Ersten und Zweiten zu Ende, und die Zuschauer gehen 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 Zuschauer-menge aber 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 das Ende der oft gehegten idealistischen 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 der Programmzeitschrift auswählt. In Wirklichkeit besteht das Heer der Zuschauer ganz überwiegend aus einer dispersen Masse<sup>23</sup> rastlos mit der Fernbedienung von Kanal zu Kanal «zappernd» Individuen, die mal hier, mal da hängenbleiben und kaum je eine Sendung von Anfang bis Ende sehen. Betrachtet man die Dinge in dieser Form realistisch, bleibt nach den beiden Südwest 3-Sendungen «Feste und Bräuche im Jahr 1994» keineswegs Katerstimmung zurück. Im Gegenteil: Beide Male – so das Fazit der Verantwortlichen – brachten die volkswissenschaftlichen Beiträge neben der Tagesschau die jeweils höchste Zuschauerzahl des gesamten Südwest 3-Fernseh-abends. Ergo: Es wird diese Art von Sendung auch 1996 wieder geben.

Der methodische Zugang zur Wirkungsanalyse ethnologischer Sendungen mit Hilfe von Daten der Medienforschung ist in der Volkskunde bisher noch nie versucht worden. Auf diese Weise könnte eine Art komplementärer Studie zu Martin Häußermann entstehen. Ein dringendes Desiderat wäre das vor allem deshalb, weil die rein quantifizierenden Verfahren der kontinuierlichen Fernsehforschung 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

**5-Minuten-Verlaufskurven der Zuschauerentwicklung bei den beiden Sendungen «Feste und Bräuche '94», ausgestrahlt in S3 am 2. und 3. 1. 1995, jeweils von 21.15–22.15 Uhr.**



*Eckhexen aus Aulendorf bei der Live-Übertragung des Narrentreffens in Markdorf am 19.2.1995 (Standfoto aus der Sendung).*



ihnen davon im Gedächtnis bleibt. Nicht von ungefähr hat der Freizeitforscher Horst W. Opaschowski die Ansicht vertreten, daß hohe Einschaltquoten oft viel weniger über die Güte von Sendungen als über die Kontaktarmut von Menschen verrieten<sup>24</sup>. 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<sup>25</sup>. Um so interessanter wäre es daher, wenn die Volkskunde einmal versuchen würde, ein nach Vorgaben der Medienforschung repräsentativ ausgewähltes Zuschauersample mit den von ihr entwickelten « weichen Methoden » zu bestimmten Sendungen zu befragen, um beispielsweise über narrative Interviews bisher unbekannte Einblicke ins Rezeptionsverhalten zu gewinnen<sup>26</sup>.

Für solche volkskundlichen Studien als Ergänzung oder Korrektiv der Ergebnisse quantifizierender Fernsehforschung böte sich ein weites Feld, zumal das GfK-Datenmaterial von den Medienforschungsabteilungen der Sender 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 dem Alter nach aus dem Personenkreis der über 50jährigen rekrutierte, während die

unter 30jährigen nahezu überhaupt nicht ins Gewicht fielen, daß hinsichtlich der geographischen Streuung der Zuschauer das Bundesland Baden-Württemberg gegenüber Rheinland-Pfalz und Saarland mit großem Abstand an der Spitze lag und vieles andere mehr<sup>27</sup>. Die volkskundlichen Fragestellungen, die sich dazu entwickeln ließen, 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 5-Minuten-Verlaufskurven der Liveübertragungen zweier Fastnachtsumzüge vom Februar 1995 zeigen. Als die erste der beiden sonntagnachmittäglichen Sonder-sendungen am 12. 2. 1995 lief, herrschte schönes, sonniges Vorfrühlingswetter, und viele Leute hatten Besseres zu tun, als zu Hause vor dem Fernsehgerät zu sitzen. So erreichte die Zuschauerzahl im Südwest 3-Gebiet (grüne Kurve) auch nur einmal kurz ein Maximum von 400 000. Am darauffolgenden Sonntag, dem 19. 2. 1995, dagegen war das Wetter unbeständig und regnerisch; und prompt kletterte die Zahl der häuslichen Fernsehkonsumenten (rote 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 überragenden Wert, entspricht.



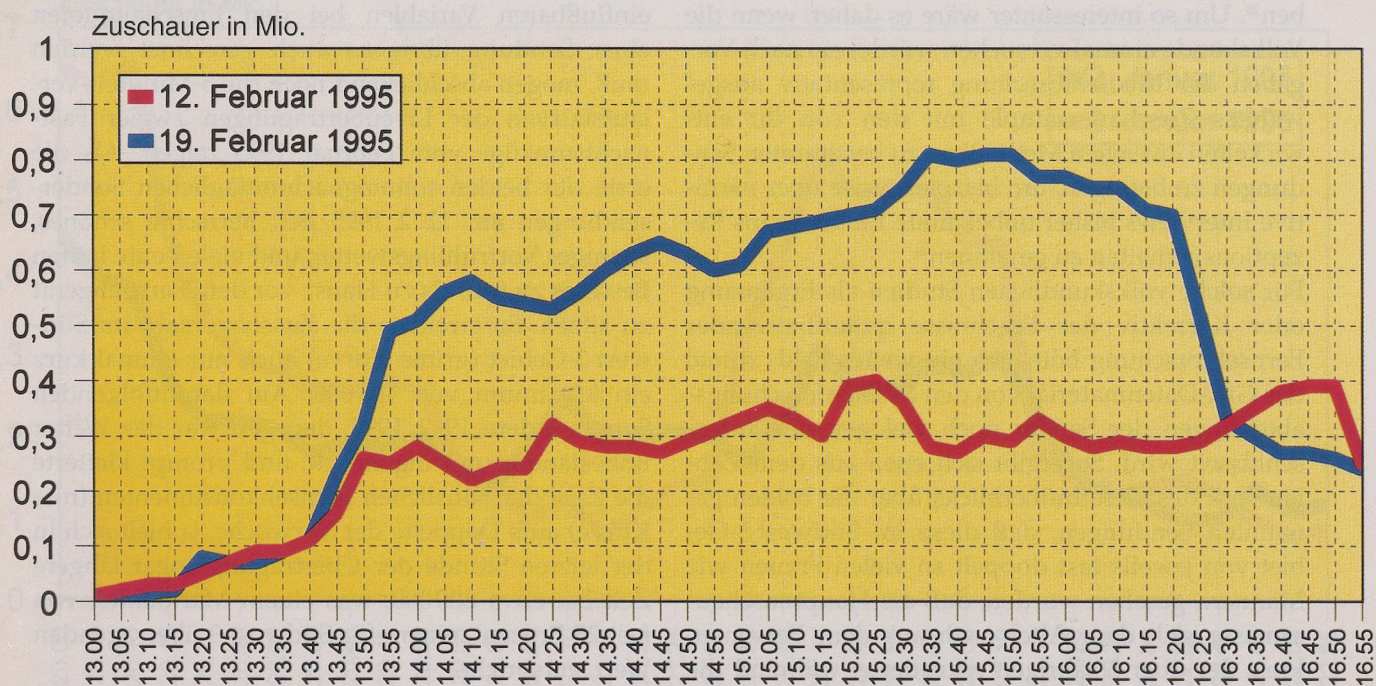
5-Minuten-Verlaufskurven wie die gezeigten lassen ahnen, warum die meisten Volkswundler vor der direkten Berührung mit dem Fernsehen oder gar vor einem persönlichen Engagement auf dem Bildschirm Scheu haben. Was sie abhält, ist wohl nicht so sehr die Distanzierung von allem «Populärwissenschaftlichen» – übrigens ein wenig hilfreicher Begriff –, sondern es ist die Angst vor dem erbarungslos plebiszitären Element des Mediums: Was der Zuschauer sehen will und was nicht, darüber stimmt er binnen Sekunden mit der Fernbedienung ab. Wenn nun Volkswundlerinnen und Volkswundler sich dennoch zur Fernseharbeit entschließen, müssen sie wissen, worauf sie sich einlassen. Vor allem muß ihnen klar sein, daß ihr Beitrag, der vom wissenschaftlichen Beraten hinter den Kulissen bis zum Agieren vor Mikrophon und Kamera reichen kann, zwangsläufig Teil einer umfassenden Kulturindustrie ist und daß die zu erbringende Leistung damit automatisch Warencharakter hat<sup>28</sup>. Das Angebot muß sich, ob es will oder nicht, an der Nachfrage orientieren, sonst bleibt es im Mediengeschäft chancenlos. Als Mitwirkender auf der Produktionsseite sollte man daher im Vorfeld sehr genau abwägen, zu welchem – auch persönlichen – Preis man sich in die kulturindustriellen Marktmechanismen involvieren lassen möchte.

Hat man sich für diesen Schritt entschieden, so ist

die Arbeit an volkskundlichen Sendungen für den Ethnologen zweifellos eine Herausforderung. In einem hochgradig arbeitsteiligen Medium gilt es zunächst einmal, Teamfähigkeit zu üben. Für Grundsatzdebatten über die Strukturen des Mediums an sich bleibt da wenig Zeit. Was im übrigen die produktions-, rezeptions- und kommunikationstheoretischen Probleme des Fernsehens selbst angeht, so finden sich dazu entscheidende Ausführungen in dem von der Volkskunde bislang leider kaum genutzten Standardwerk von Christian Doelker *Kulturtechnik Fernsehen. Analyse eines Mediums*<sup>29</sup>. Hier haben Volkswundler, die an einem Einstieg ins Fernsehmetier interessiert sind, ihrerseits sehr viel zu lernen.

Umgekehrt aber sollen und wollen natürlich auch die Medienleute von den Ethnologen lernen. Gerade bei der Produktion von Sendungen über Feste und Bräuche ist es Aufgabe der hinzugezogenen Fachwissenschaftler, die Fernsehredakteure über den Begriff Brauch erst einmal theoretisch zu informieren. Dabei müssen Kenntnisse vermittelt werden über das Wesen und die Herkunft eines Brauches, über seine widersprüchliche Determiniertheit durch konträre Kräfte wie Tradition und Wandel, Statik und Dynamik, Kontinuität und Veränderung<sup>30</sup>, über seine Bedingtheit durch die Kulturdimensionen Zeit, Raum und soziale Schicht<sup>31</sup>, über seine neuen Sinngebungen und Funktionsverlagerungen und nicht zuletzt über den Grad seines Aufgehens im Folklorismus<sup>32</sup>. All dies müßte im Vor-

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 13.45–16.25 Uhr.



SDR-Reporterin  
 Sonja Schrecklein  
 und Autor  
 Werner Mezger  
 als Moderatoren der  
 Live-Übertragung  
 des Narrentreffens  
 in Markdorf  
 am 19.2.1995  
 (Standfoto aus der  
 Sendung).



feld bedacht sein und ins Bildschirm-Endprodukt einfließen, wenn eine Sendung mit volkskundlicher Thematik aus wissenschaftlicher Sicht vertretbar sein soll.

Was nun die konkrete inhaltliche Strukturierung und die formale Gestaltung ethnologischer Fernsehbeiträge betrifft, so liefert deren zwangsläufige Nachfrageorientiertheit klare Vorgaben: Zunächst einmal müssen einschlägige Sendungen, wenn sie erfolgreich sein wollen, eine den heutigen Sehgewohnheiten angemessene (nicht angepaßte!) Dramaturgie haben. Das gilt für die Kameraarbeit ebenso wie für den Schnitt oder den Einsatz elektronischer Mittel. Entscheidend ist dabei, gesellige Ereignisse wie Feste und Bräuche nicht aus steriler Distanz und mit endlos monologisierenden Off-Texten abzubilden, sondern dicht an den Beteiligten zu bleiben und sie als Akteure selbst sprechen zu lassen. Hier trifft sich übrigens pikanterweise das Postulat des neueren volkskundlichen Wissenschaftsfilms, den Menschen das Wort zu geben, mit der ganz anderen Intentionen entsprungenen Erkenntnis amerikanischer Kommunikationsforscher, wonach ein massenmedial vermitteltes Thema nur dann eine Marktchance hat, wenn es «human interest» weckt<sup>33</sup>.

Die nächste inhaltliche Anforderung an ethnologische Sendungen ergibt sich aus den neuen Rezeptionsmöglichkeiten durch den Siegeszug des Video-

recorders<sup>34</sup>. Das optische *Bewegungs-Dauerpräparat*, wie es einst von Gotthard Wolf für die EC verlangt worden war<sup>35</sup>, hat nämlich seinen Exklusivcharakter als ein nur wenigen Wissenschaftlern vorbehaltenes Einzelprodukt längst verloren und ist inzwischen zur frei verfügbaren Massenware geworden: Wer immer es will, kann eine Fernsehsendung per Videogerät aufzeichnen. Nicht wenige brauch- und heimatgeschichtlich interessierte Zuschauer legen sich, wie Zuschriften an die Anstalten zeigen, auf diese Weise ihre eigene volkskundliche Videothek an. Eine Sendung sollte daher nach Möglichkeit so gestaltet sein, daß sie über den Tag hinaus Gültigkeit behält und vom Laien als eine bleibende Information konserviert werden kann. Was einst das Buch über den Brauch war, ist jetzt für viele die mitgeschnittene Videocassette.

Jenseits des expandierenden Videomarktes aber hat die Präsentation lokaler Traditionsfeste und Bräuche im Fernsehen noch eine zusätzliche, regelrecht kosmische Reichweitungsausdehnung zu berücksichtigen, wie sie bis vor wenigen Jahren unvorstellbar gewesen wäre. Durch den Ausbau des Satellitenfernsehens ist es nämlich möglich geworden, nunmehr auch Sender wie Südwest 3 weltweit zu empfangen. So entsteht im Regionalprogramm plötzlich das paradoxe Spannungsverhältnis zwischen bodenständiger Regionalität und totaler Internationalität. Während gerade etwa über die Dritten Pro-

gramme der ARD regional begrenzte Kulturphänomene in so spezieller Weise dargestellt werden können, wie es bei einem bundesweit strahlenden Sender nie machbar wäre, sind nun diese kleinen lokalen «Schaufenster» unversehens für Zaungäste aus aller Welt geöffnet. Daß Südwest 3-Sendungen mit volkskundlicher Thematik – vielleicht ihrer aus der Fremdperspektive besonderen Exotik wegen – tatsächlich weltweit gesehen werden, belegen Rückmeldungen von Norwegen bis Afrika. Hier sieht sich der in die Fernseharbeit eingestiegene Volkskundler schlagartig vor die Aufgabe großräumiger Kulturvermittlung gestellt, hier wird für ihn «europäische Ethnologie» auf ganz unvorhergesehene Weise konkret.

Der in fachwissenschaftlicher Hinsicht mit Abstand schwierigste Konflikt aber, der sich bei der Produktion volkskundlicher Fernsehsendungen im Stil von Südwest 3 auftut, liegt zweifellos in dem bereits erwähnten inhaltlichen Anspruch des «Infotainment», jenes von der US-Mediensprache geprägten Kunstworts, das sich aus «Information» und «Entertainment» zusammensetzt. Vor allem das «Entertainment» dürfte für viele Wissenschaftler eine Reizformel sein, schließt der Begriff «Unterhaltung» doch gerade im Deutschen alles nicht Ernstzunehmende, Leichte, ja Seichte ein. Eben hier scheint jedoch ein Umdenken dringend erforderlich. Warum

sollte, so ist zu fragen, der hohe Unterhaltungswert, den bräuchliche Feste per se haben, sich dem Fernsehzuschauer eigentlich nicht mitteilen dürfen? Genau wie Hermann Bausinger schon vor Jahren für den Mut zum *unwissenschaftlichen Film* plädiert hat<sup>36</sup>, sei hier die im Grunde nur konsequente, ergänzende Forderung erhoben, daß in Fernsehsendungen über Feste und Bräuche das Moment der Unterhaltung eine legitime und ernstzunehmende Kategorie sein muß.

Weniger problematisch scheint auf den ersten Blick die Einlösung der anderen Hälfte des «Infotainment»-Anspruchs: Information. Die meisten volkskundlichen Sendungen im Fernsehen folgen ohnedies dem klassischen Muster des *Erklärdokumentarismus*<sup>37</sup>. Und gerade hier ist denn auch der Wissenschaftler bei den Medienleuten besonders «gefragt». Hier berät er, liefert Manuskripte, formuliert Off-Texte. Am aufregendsten aber wird es, wenn er etwa bei Live-Übertragungen von Brauchveranstaltungen selbst als Kommentator fungiert. Vor Mikrofon und Kamera, als einsamer Partner eines Riesenpublikums, verfügt der Volkskundler plötzlich über eine geradezu ungeheuerliche Dimension der Öffentlichkeitsarbeit, deren gleichfalls enorme manipulative Möglichkeiten keineswegs zu übersehen sind. In einer solchen Situation könnte er, was durchaus verständlich wäre, den Mut verlieren und



Am 31. Dezember und am 13. Januar, der im protestantischen Appenzell/Außerrhoden aufgrund einer Kalenderverschiebung als «Altsilvester» gefeiert wird, gehen in Urnäsch und im übrigen Appenzeller Hinterland die «Silvesterkläuse» um (Standfoto aus der Sendung «Feste und Bräuche '94», Teil 1).

Ein spektakuläres Brauchereignis sind die «Füürwäge» (Feuerwagen) beim Kienbesenzug in Liesthal bei Basel am Sonntag nach Aschermittwoch (Funken-sonntag). Vor der Hitze der lichterloh brennend durch die Stadt gezogenen Eisenkarren suchen die Zuschauer Zuflucht an den kühlen Hauswänden (Standfoto aus der Sendung «Feste und Bräuche '94», Teil 1).



Nächste Seite:  
Reiter mit Problemen  
beim Heiligblut-Ritt  
in Weingarten.

sich zurückziehen. Er kann aber auch – mit aller Vorsicht und Verantwortlichkeit – die gebotene Chance zu nutzen versuchen, wohl wissend, daß ein einziges im Fernsehen gesprochenes Wort oft ein unglaubliches Gewicht erhält. Wenn es zum Beispiel während der Übertragung eines schwäbisch-alemannischen Fastnachtsumzugs gelingt, vor 800 000 Zuschauern zu sagen, daß es dabei um keinen germanischen Winteraustreibungskult und schon gar nicht um ein «urdeutsches» Fest gehe, sondern daß genau diese Fastnacht immer offen gewesen sei für fremde Einflüsse und stets vom Exotischen profitiert habe, ja daß sie heute geradezu einen Modellfall dafür darstelle, wie man das Fremde als Bereicherung erfahren könne, ohne dabei die eigene Identität aufzugeben – wenn es gelingt, dies angesichts der immer noch in vielen Köpfen herumspukenden Relikte alter Volkstumsideologie dem Fernsehpublikum zu vermitteln und in einer Zeit erschreckender Fremdenfeindlichkeit für Toleranz einzutreten, dann hat sich das Engagement bereits gelohnt. Um übrigens ein gleich großes Forum von 800 000 Menschen als Vortragsreisender zu erreichen, müßte ein Referent 16 000 Volkshochschulabende mit je 50 Zuhörern abhalten.

Bleiben am Ende noch ein paar Bemerkungen über die Sprache bzw. die Sprechweise, deren sich die Volkskunde im massenmedialen Kommunikations-

prozeß bedienen sollte. Mit abgehobener Fachterminologie läßt sich über den Bildschirm nichts und niemand erreichen. Genau daran aber wird Grundsätzliches deutlich: Wenn sich die Volkskunde als breit angelegte Kulturwissenschaft begreift, die in den Mittelpunkt ihres Interesses Menschen aller Schichten stellt, so sollten Menschen aller Schichten auch Adressaten volkskundlicher Erkenntnis sein dürfen. Fernsehen über regionale Feste und Bräuche verlangt eine einfache, klare und verbindliche Sprache, die den Zuschauer dort abholt, wo er steht. Im Landesprogramm von Südwest 3 ist bei derartigen Sendungen nach einem internen Konzept der «Nähe» sogar mundartliche Färbung erwünscht. Auch und gerade damit läßt sich Angemessenes sagen. Ein Verrat an der Wissenschaft ist dies keineswegs, eher ein Dienst an ihr: Volkskunde muß sich im Fernsehen der 90er Jahre menschnah, verständlich, mitteilbar präsentieren und, wenn es das Thema erlaubt, vielleicht sogar auch einmal heiter. Auf diese Weise verläßt sie endgültig den Elfenbeinturm und bringt, was sie an Programm beizutragen hat, über die Sender zur Ausstrahlung. Wenn davon wiederum etwas auf die Universitäten zurückstrahlt, muß das nicht unbedingt ein Schaden sein.

ANMERKUNGEN:

- 1 Walter Dehnert: Fest und Brauch im Film. Der volkskundliche Film als wissenschaftliches Dokumentationsmittel. Eine Analyse, 2 Bde. (= Arbeitskreis Volkskunde und Kulturwissenschaften, Bd. 2 u. 3), Marburg 1994.
- 2 Gotthard Wolf: Die Wissenschaftliche Film-Enzyklopädie als internationale Aufgabe. In: *Research Film* 1 (1953), Nr. 3, 2.
- 3 Gotthard Wolf: Der wissenschaftliche Dokumentarfilm und die *Encyclopaedia Cinematographica*. München 1967, 35.
- 4 Rolf Wilhelm Brednich: Medien und Kulturkontakt. In: *Kulturkontakt – Kulturkonflikt. Zur Erfahrung des Fremden*, 26. Deutscher Volkskundekongress in Frankfurt a. M. 1987 (= *Notizen*, Bd. 28, 2), Frankfurt a. M. 1988, 494.
- 5 Brednich: wie Anm. 4, 495.
- 6 Dehnert: wie Anm. 1, Bd. 1, 154 ff.
- 7 *dgv-Informationen* Nr. 79, H. 3 (Sept. 1970), 13 f.
- 8 Konrad Grunsky-Peper: Der volkskundliche Film – ein wissenschaftliches Stiefkind? In: *Zeitschrift für Volkskunde* 81 (1985), 245–254, hier: 251.
- 9 Rolf Wilhelm Brednich: Der volkskundliche Film – Herausforderung und Aufgabe. Ein Kommentar zu Konrad Grunsky-Peper. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 82 (1986), 95–96.
- 10 Edmund Ballhaus: Der volkskundliche Film. Ein Beitrag zur Theorie- und Methodendiskussion. In: *Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung*, NF 21 (1987), 108–130.
- 11 Brednich: wie Anm. 4, 496.
- 12 Ingeborg Weber-Kellermann: Forderungskatalog an das IWF, Resümee und Perspektiven. In: *Volkskunde in Niedersachsen*, 5. Jg., H. 1, Sept. 1988, 33 f.
- 13 Hans-Ulrich Schlumpf: Die Entdeckung der Langsamkeit. Gedanken zur Dramaturgie des Dokumentarfilms. In: *Medien populärer Kultur. Erzählung, Bild, Objekt in der volkskundlichen Forschung, Festschrift für Rolf Wilhelm Brednich*, hrsg. von Carola Lipp, Frankfurt a. M./New York 1995, 433–441.
- 14 Dehnert: wie Anm. 1, Bd. 1, 168, Anm. 406.
- 15 Kurt Rittig: Südwest 3 – für drei Länder. In: *ARD-Jahrbuch 1992*, hrsg. v. d. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands, 24. Jg., Hamburg 1992, 110.



- 16 Gerhard Schulz: *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt a. M./New York 1992.
- 17 Gerhard Schulz/Axel Buchholz: *Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*, München 1990, 113.
- 18 Für die «Treffpunkt»-Themenübersicht seit 1987 wie auch für zahlreiche weitere Informationen habe ich der «Treffpunkt»-Redaktion des Südwest 3-Landesprogramms, insbesondere den Herren Gerd Motzkus und Olaf Jahnke, herzlich zu danken.
- 19 Katalog des Instituts für den Wissenschaftlichen Film (IWF) Göttingen, *Ethnologie/Europa*, 1983, 4–15; Nachtrag zum Katalog von 1983 v. Feb. 1994, 6 ff.
- 20 Martin Häußermann: Die mediale Konstruktion eines Stadtfestes im Urteil der Dargestellten. Magisterarbeit (masch.), Tübingen 1994, 66.
- 21 Häußermann: wie Anm. 20, 69.
- 22 Die Darstellung der 5-Minutenverlaufskurven der beiden Südwest 3-Abende vom 2. und 3. 1. 1995 sowie der beiden Südwest 3-Nachmittage vom 12. 2. und 19. 2. 1995 hat freundlicherweise Herr Andreas Reinold von der Abteilung Medienforschung des Süddeutschen Rundfunks Stuttgart besorgt.
- 23 Unter Dispersität versteht die Massenkommunikationsforschung die räumliche und zeitliche Zerstreutheit des Adressatenkreises massenmedial verbreiteter Mitteilungen im Kontrast zur räumlichen und zeitlichen Gegenwart des Präsenzpublikums bei direkter Kommunikation. S. dazu Elisabeth Noelle-Neumann/Winfried Schulz (Hrsg.): *Publizistik*, Frankfurt a. M. 1971, 98.
- 24 Horst W. Opaschowski: *Einführung in die Freizeitwissenschaft*. 2., neubearb. Aufl. Opladen 1994 (= *Freizeit- u. Tourismusstudien*, Bd. 2), 193.
- 25 David Riesman/Reuel Denny/Nathan Glazer: *Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters*. Deutsch von Renate Rausch, Darmstadt 1956.
- 26 Zu den sog. «weichen Methoden» der Feldforschung s. Rolf Wilhelm Brednich: *Quellen und Methoden*. In: ders. (Hrsg.): *Grundriß der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie*, Berlin 1988, 75 f. – In gewissem Umfang führen die Medienforschungsabteilungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten übrigens durchaus auch Erhebungen mit «weichen Methoden», also Zuschauerbefragungen, durch.
- 27 Die Informationen entstammen der Gesamtübersicht über das Datenmaterial der Zuschauerforschung für die beiden S 3-Abende vom 2. und 3. 1. 1995, erstellt durch die Medienforschungsabteilung des SDR.
- 28 Zur kritischen Auseinandersetzung mit dem Begriff der Kulturindustrie s. Max Horkheimer/Theodor W. Adorno: *Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug*. In: *Dialektik der Aufklärung, Philosophische Fragmente*, Frankfurt a. M. 1971, 108–150 (erstmalig erschienen: New York 1944).
- 29 Christian Doelker: *Kulturtechnik Fernsehen. Analyse eines Mediums*. Stuttgart 1991.
- 30 S. dazu Hermann Bausinger: *Brauchtradition – Erhaltung, Veränderung, Mitgestaltung*. In: *Beiträge zur Volkskunde in Baden-Württemberg*, 1. Jg. 1985, 9–21.
- 31 S. dazu Ingeborg Weber-Kellermann/Andreas C. Bimmer: *Einführung in die Volkskunde/Europäische Ethnologie*. Stuttgart 1988, 100 f.
- 32 S. dazu Hans Moser: *Der Folklorismus als Forschungsproblem der Volkskunde*. In: *Hessische Blätter für Volkskunde* 55 (1964), 9–57; Hermann Bausinger: *Zur Kritik der Folklorismuskritik*. In: *Populus revisus*, Tübingen 1966 (= *Volksleben* 14), 61–75.
- 33 Noelle-Neumann/Schulz: wie Anm. 23, 141.
- 34 S. dazu Siegfried Zielinski: *Zur Geschichte des Video-Recorders*. Berlin 1986, 325.
- 35 Wolf: wie Anm. 2, 3.
- 36 Vgl. Anm. 4.
- 37 Dehnert: wie Anm. 1, Bd. 1, 167.