

Zeitschrift: Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires
Band: 97 (2001)
Heft: 1: Thema : Volkskundliche Erzählforschung
Artikel: Populäre Medien in der volkskundlichen Erzählforschung : verpasste Grenzgänge am Beispiel der Erforschung fernsehmedialer Narrationen
Autor: Schmitt, Christoph
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-118085>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.10.2024

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

Populäre Medien in der volkskundlichen Erzählforschung

Verpasste Grenzgänge am Beispiel der Erforschung fernsehmedialer Narrationen

Christoph Schmitt

In den schlecht abgegrenzten Gebieten, wo man unschöne Kategorien findet und sich die Professoren gegenseitig aufessen, ruhen die dringenden Probleme der Wissenschaft. Mit diesem Rekurs auf Goethe leitet Marcel Mauss seinen scharfblickenden Aufsatz *Les Techniques du corps* (1936) ein¹, in dem er die Ethnologie auf die Rolle des Körpers als Ausdrucksmedium symbolischer Kommunikation hinwies. Solches Neuland versprechend, ragt die Erforschung von Massenkommunikation über das Körperthema, das man sich interdisziplinärer kaum ausmalen mag, noch hinaus. Denn die Historische Anthropologie hat inzwischen Auge und Ohr zu einer Kultur- und Sozialgeschichte der durch Massenmedien verlängerten Sinne fortgeschrieben.² Eine Medienvolkskunde – die begriffliche Amalgamierung ist zunächst heuristisch gemeint – ist noch nicht einmal auf der «klassischen» publizistikwissenschaftlichen Stufe so recht angelangt, auf der schon der Ruf nach einer «Medienanthropologie» erschallt ist.³ Auch massenmediale Transformationsprozesse mündlich-schriftlicher zu bewegungsbildlichen Textsystemen (und umgekehrt) sind am Problemhorizont des Fachs nicht zu erkennen.

Kurzum: Die Volkskunde, sofern sie sich in fachliche Bezüge stellt und nicht nur als institutionalisierte Definitionsmacht agiert, hat den Paradigmenwechsel zur Medialität nicht vollzogen. So sind im inzwischen recht bunten Themenfächer der «Zeitschrift für Volkskunde» Film und Fernsehen bis Anfang der 90er-Jahre mit keinem Stichwort vertreten.⁴ In den Problemhandbüchern fehlt das Medienthema entweder ganz, oder es wird von fachfremder Seite dargestellt.⁵ Nur jene Grenzgänge bieten aber Erkenntnisgewinn, bei denen der Forscher über aktive, mindestens bilinguale Sprach- bzw. Fachkompetenz verfügt, also das Begriffssystem mehrerer Disziplinen beherrscht und anwendet. So bleiben integrative Ansätze, wie die neue Medienphilosophie⁶, für das Fach folgenlos, sofern es an echter Transferleistung fehlt. Denn es führt kein direkter Weg in die Medienphilosophie. Andernfalls dilettieren Volkskundler in der Rolle des Philosophen, und hinter ästhetisierten Sprachgewändern haben sich Kompilationen und halbverdaute Begriffe ausgebreitet. – *Prospera animos efferunt*. Geht es nämlich um die Brotfrage der Disziplin, ihr berufsqualifizierendes Ausbildungsprofil⁷, steht das Medienthema hoch im Kurs.

Im Besonderen aber enttäuscht der Beitrag der volkskundlichen Erzählforschung zur zeitgenössischen Medienanalyse. Damit meine ich jene Zunft, die ihre Kompetenz aus der historischen und vergleichenden Betrachtung traditionsbildender, kulturell also tiefsprunger Erzählstoffe und ihrer Kontexte bezieht. Arbeiten

ausgewiesener Volkserzählforscher zum filmischen Erzählen findet man höchstens fallweise. Erst recht in der Auseinandersetzung mit der «grossen Erzählmaschine Fernsehen»⁸ ist die Stimme von im Fach agierenden Spezialisten für Volksprosa, populäre Lesestoffe oder Imagerie Populaire kaum zu vernehmen oder wird allenfalls, wie in den einschlägigen Artikeln der «Enzyklopädie des Märchens» (z. B. «Film»), unter dem Gesichtspunkt der Traditionsrelevanz erhoben.⁹ Jüngere Vorstösse, wie die Zürcher Tagung über «Alltag und Medien», bei der auch der Serienalltag des Unterhaltungsfernsehens behandelt wurde¹⁰, stellen nach wie vor die Ausnahme dar.

Die folgende Suche nach medienkundlichen Grenzgängen in der volkskundlichen Erzählforschung stellt sich weitgehend als Geschichte ihrer Verhinderung dar. Noch beim Jahrtausendwechsel sind sie kaum in Sicht.¹¹ Die verpassten Chancen werden im wissenschaftshistorischen Zugriff kommentiert, wodurch dem Leser zugleich Ansätze für ein medienvolkskundliches Perspektivbündel geboten werden.¹²

***Homo narrans* in der Kulturindustrie (50er-Jahre: Kurt Ranke)**

Der Hörfunk der Vorkriegszeit war als Medium noch kein Reflexionsgegenstand der Volkskunde, wurde jedoch zur Verbreitung heimatlicher Kultur, in volkspädagogischer Absicht oder für Sammelzwecke fleissig genutzt.¹³ Nach dem Krieg setzt sich diese Kooperationsform in den Arbeitstagungen «Volkskunde und Rundfunk» fort.¹⁴ Sucht man die das Medium thematisierende Nachkriegsvolkskunde, wird man in den von Walter Hävernick (1905–1983) am Museum für Hamburgische Geschichte verlegten «Beiträgen zur deutschen Volks- und Altertumskunde» (BDVA) fündig. Da Hävernick Numismatiker war¹⁵, hätte der Spagat zum neu zu erschliessenden Medienthema nicht grösser sein können. Immerhin forderte Hävernick dazu auf, dass sich die Volkskunde «sine ira et studio» mit dem Rundfunk zu befassen habe.¹⁶ Da sich dieser aber reibungslos, «ohne Störung der Volksseele», in den Kreis der Vermittler geistigen Guts einreihen soll¹⁷, ist Hävernick noch stark vom Gedanken des «Artenschutzes» geprägt.

1956 hielt Kurt Ranke, damals noch ausserordentlicher Professor in Kiel, einen Vortrag über «Zivilisation und Volkstum».¹⁸ «Zivilisation» ist dabei zum guten Teil auf den Rundfunk gemünzt. Zivilisation und Volkstum erscheinen nicht mehr als strenge Oppositionsbegriffe im Sinne des von Richard Weiss misslich propagierten Gegensatzes von Gemeinschaft und Masse.¹⁹ «Selbst auf die Gefahr hin, als advocatus diaboli auf einem volkskundlichen Scheiterhaufen guter alter Art verbrannt zu werden»²⁰, verwirft er die Trennschärfe bisheriger Kategorien, wie dem «organischen» und «organisierten» oder dem «natürlich sich entfaltenden» und «veranstalteten» Volkstum. Auch das moderne Lebensgefühl ist bei Ranke ausdrücklich «volkstümlich», und zwar infolge eines Funktionswandels, der sich beim Übergang tradierter Gemeinschaften in soziale Organisationen vollzogen hat. Die Volkskunde ist daher nicht nur für das Erzählen in den alten Lebensraumgemeinschaf-

ten, sondern auch für das massenmediale Narrationssystem zuständig. Genauer präzisiert er den Funktionswandel wie folgt:

«Denn wenn heute z. B. keine Märchen oder Sagen oder Legenden mehr erzählt werden, so wäre es doch einmal Aufgabe der Volkskunde festzuhalten, warum diese bestimmten und einmaligen Erzählgattungen zum Untergang bestimmt sind. Der Abgang von etwas Gewordenem ist bekanntlich nicht immer nur ein Verfallsprozess, sondern sehr häufig auch die Ablösung einer überholten Form durch ein nachdrängendes neues Bildungsgefüge. Zum anderen wäre aber zu eruieren, was nunmehr die Rolle dieser Erzählgattungen übernommen hat. (...) Diese neuen Geschichten werden vermutlich keine Märchen oder Legenden oder Sagen der uns bekannten Typen mehr sein.»²¹

Ranke fordert daher schon frühzeitig die Einbeziehung auch audiovisueller Produktionen für die «Enzyklopädie des Märchens»²². Seine Auffassung des Funktionswandels impliziert die Annahme eines aktiven («schöpferischen») Rezipienten, der sich die «Volksseele» bewahrt hat und daher gegenüber der Kulturindustrie weitgehend immun ist. Ranke wendet sich also vom kritischen Konzept des Massenpublikums ab und negiert euphorisch die Manipulationsthese durch Massenmedien, die damals mit der *Stimulus-Response-(Hypodermic-Needle-)*Theorie ein vereinfachtes Wirkungsmodell propagierte. Gleichwohl ist seine Sichtweise der Medienwirkung nicht subjektorientiert wie der spätere «Gratifikationsansatz», der nach konkreten Belohnungsvariablen der Medienzuhaltung fragt.²³ Ihr wesentlicher Nutzen liegt für ihn vielmehr in der Befriedigung eines quasi angeborenen Erzählbedürfnisses. Auch die «Kulturproduktionszentren» kommen daher an der anthropologischen Konstante des *homo narrans* nicht vorbei, den Ranke im Schwinden der alten Erzählgemeinschaften neben dem *homo sapiens, ludens* und *laborans* etabliert und so zugleich die romantischen Implikationen des Konzepts vom «schöpferischen Volksgeist» terminologisch abstreift. An der Serienherstellung von Gebrauchsgütern exemplifiziert er, dass sich die Massenproduktion häufig den alten Formen der sogenannten Volkskunst stilmässig angleiche.²⁴ Dieser an Adolf Spamer und Wilhelm Fraenger anknüpfende Gedanke der Anverwandlung kultureller Güter durch einen kreativen Benutzer überträgt Ranke auf die Serienproduktion (!) des Rundfunks.

In den BDVA findet sich auch die Zusammenfassung einer quantitativen Untersuchung über die Familiendarstellung im deutschen Film.²⁵ Erkenntnisziel der sich als volkskundlich etikettierenden Untersuchung von 200 Filmen war, Wunschvorstellungen von der Familie zu ermitteln. Dabei wurden Film- und Märchenfamilie in eher heuristischer Absicht miteinander verglichen²⁶, da der Film in seiner medialen Eigenständigkeit unvergleichbar sei.²⁷ Der Unterhaltungsfilm erfüllte damals noch Funktionen, die später das Fernsehen übernahm, dessen Familienserien für den Serienalltag prototypisch wurden. Die Volkskunde hatte das Thema also schon früh im Blick.

Etablierungsversuche im Einzelkampf ... (60er-Jahre: Karl Veit Riedel)

Unermüdlich sucht Karl Veit Riedel in den 60er-Jahren, wiederum in den «Beiträgen», Medien als Thema der Volkskunde zu begründen. Er hatte über den Bänkelgesang promoviert²⁸, kam also von der Erzählforschung. Ausser den Masselesestoffen²⁹ reklamierte er den Film als volkskundliches Arbeitsgebiet³⁰, formulierte spezifische Fragen an das Fernsehen³¹, ergründete Werbung und Reklame als Problemfeld der Volkskunde³², reflektierte über die Beziehungen des Fachs zur Tagespresse³³, über «Volkstümliche Strukturen des Fernsehspiels»³⁴ und über das «Fernhören»³⁵. Nach Riedel hat die Volkskunde den «gemeinen Mann» im Visier, was sich mit Hermann Bausingers Definitionsvorschlag populärer Kultur soeben noch deckt, bei dem wesentliche Implikationen von «Volk» erhalten bleiben, nämlich «die Tendenz der Orientierung an den *vielen* (rein quantitativ gesehen) und nach *unten* (sozial gesehen)».³⁶

Riedel fragt zuerst nach dem «Sitz im Leben» und beginnt konkret mit der räumlichen Position des Fernsehempfängers, dessen zentrale Lage mit dem Platz des alten Hausaltars verglichen wird.³⁷ Fachintern belächelt, wird der Anordnung von Fernsehapparat und Zuschauer im Rahmen der Dispositivtheorie³⁸ oder in kommunikativen Aneignungsstudien³⁹ eine wichtige Bedeutung zugemessen. Denn die häusliche Blickachse zum «Altar» ist für die Personalisierung und Ritualisierung der fernsehmedialen Kommunikation sehr wesentlich.⁴⁰ Als «volkstümlich» erachtet Riedel vor allem die synästhetische, an Bänkel- und Moritatengesang erinnernde fernsehmediale Darbietungsform, sieht also den *effet du réel*, den Wirklichkeitseffekt, des Mediums.⁴¹ Daneben hebt er das auf Magazin und Varieté verweisende Prinzip der Vielseitigkeit und Abwechslung hervor.⁴² Damit hat er den Programmfluss als Ordnungsmacht des Mediums und die Komplexität seiner Narrationsstruktur im Visier.

Riedels Bezugnahme auf das Märchen stellt eine metaphorische Explikation der medialen Grundeigenschaft des Fern-Sehens dar. Und zwar führt er das Grimmsche «Meerhäschen» (KHM 191) an, in dem die Königstochter, wenn sie nacheinander durch die zwölf Fenster ihres Saales blickt, immer schärfer sieht, bis ihr Blick schliesslich alles durchdringt.

... und Rügebräuche beim «Abschied» (70er-Jahre)

In der Umbruchsphase des Fachs Ende der 60er-, Anfang der 70er-Jahre erntete Riedel gleich von mehreren Seiten Prügel. Er diene fortan als Beispiel des «naiven» Volkskundlers, der sich vom alten Kanon her Fragen moderner Massenmedien zu nähern sucht. Sein Ansatz sei unhistorisch, der Aufweis von Vorläufermedien diene nur dem Nachweis, es habe sich im Grunde nichts geändert.⁴³ Sein Aufsatz über Werbung, in dem er ausgerechnet für eine Beratungsfunktion des Volkskundlers eintrat und (nun trotzig?) sämtliche Werturteilsfreiheit über Bord

warf⁴⁴, erbrachte ihm gar den Vorwurf der «Prostitution»⁴⁵. Der wurde aber weniger im Sinne Max Webers, als wegen des «falschen Bewusstseins» der «unter der Grundständigkeitsflagge angetretenen sogenannten Gegenwartsvolkskunde»⁴⁶ laut. Kurzerhand wurde die «Ausweitung des Kanons auf ... Film, Fernsehen und Tagespresse» nun als «keck» denunziert und als «Holzweg»⁴⁷ gebrandmarkt.

Riedels Ansatz, der sich im Übergang einer neu zu definierenden Volkskunde vollzieht, hat freilich erhebliche Schwächen. Doch ist die Analogie zu einem Märchen, wie dem «Meerhäschen», nicht vielmehr «naiv» im heuristischen Sinne? So ist die Fenstermetapher längst fester Bestandteil des Mediendiskurses: «Fenster zur Welt», lautet ein Werbespruch des frühen Heimkinos⁴⁸, Talkgäste reden «zum Fenster hinaus»⁴⁹, Sendeleisten heißen «Fensterprogramme» etc. Zugleich deutet das Märchenbild – die Gedanken Hans Arnolds aufnehmend⁵⁰ – das «Magische» des Fern-Sehens an, wie es auch in der Metapher vom «Zauberspiegel» anklingt.⁵¹ Aus heutiger Sicht könnte man in dem Bild der von der Prinzessin nacheinander geöffneten Fenster die medialen Entwicklungsstufen zu einer Kultur der (realen) Virtualität erkennen. Auch ganz konkret wurden «Windows» zum Prinzip und Logo einer weltumspannenden Bildschirmoberfläche.

Riedels Gegenwartsvolkskunde galt als modernistisch und historizistisch zugleich. Während Bausinger das Konzept des Funktionswandels nur kritisch einschränkte, indem er auf die «Vielzahl und Vielfalt der Variations- und Bestimmungsmöglichkeiten» von «funktionalen Äquivalenten» hinwies⁵², wurden diese von Scharfe endgültig verworfen, da sie nur der Erhaltung des Kanons und als «ideologisches Theoriesurrogat» dienen würden.⁵³ Auch in jüngeren kritischen Revisionen des Fachs hat Scharfe an der aus seiner Sicht «verheerenden Rolle» des Funktionsparadigmas festgehalten.⁵⁴ Wörtlich genommen unbrauchbar, hätte der Äquivalenzbegriff in seiner Schärfung bzw. Alterierung dem Fach, das am Medienhorizont nur die Inszenierung von Aufklärung als Massenbetrug⁵⁵ erblickte, vielleicht einen theoretischen Ausgangspunkt geliefert, um auch die Frage nach der medialen Transformierbarkeit von Kultur mitreflektieren zu können. So hat inzwischen die Translationsforschung auf die Idealität funktionaler Äquivalenzen hingewiesen und eine Hierarchisierung der Äquivalenzebenen gefordert, wobei sich der Äquivalenzbegriff dem der Adäquanz unterzuordnen hat.⁵⁶

Der bislang einzige volkskundliche Kongress über Massenmedien stand nicht von ungefähr unter der Prämisse eines überdehnten Kommunikationsbegriffs («Direkte Kommunikation und Massenkommunikation»⁵⁷). Medien wurden primär als Vermittler traditionellen Volksguts (Medienfolklorismus) oder in ihrer Beeinflussung des Volkslebens (Artenschutzgedanke) diskutiert. Binnenfamiliäre Kommunikationen wurden mit Weihnachtsbräuchen, nicht aber mit Familien- oder Alltagsserien beleuchtet.⁵⁸ Das war tatsächlich ein kanonverengender Blick auf die Massenmedien, von dem sich nur Foltins Beitrag über Arbeitsweltdarstellungen im Fernsehen abhob.⁵⁹

Für solch massenmediale Inhaltsanalysen hatte z. B. die Frankfurter Kulturanthropologie nicht viel mehr als schmunzelnde Polemik übrig: «Der neue Trend

hiess: statt Volksmärchen: trivialer Familien- und Liebesroman ..., oder Kriegsromanhefte ...; statt Volkshumor: Comics ..., statt Sitte und Brauch im Arbeitsjahr: Arbeitswelt im Fernsehen ...»⁶⁰. Ihre subjektorientierte Alltagsperspektive liess allerdings das Problem der Medienaneignung links liegen.⁶¹ Langzeitstudien mit Fernsehkindern, sog. «Fallstudien», führte z. B. der Tübinger Volkskundler Jan-Uwe Rogge durch.⁶² Was das Konzept einer Historischen Ethnographie von kontextorientierter Erzählforschung unterscheidet, bleibt abzuwarten.

Seit 1978 vollzog sich in Tübingen mit der Hinwendung zum historischen Alltag eine Abwendung von der empirischen Massenkommunikationsforschung.⁶³ Nur am Marburger Institut für Europäische Ethnologie und Kulturforschung gelang unter Hans-Friedrich Foltin im Zeitraum von dreissig Jahren eine kontinuierliche Medienforschung, die ihre Früchte auch in der Lehre abwarf.⁶⁴ Foltins Ansatz bezieht populäre Lesestoffe aus literatursoziologischer Perspektive mit ein und trägt später zur Entwicklung der mediensoziologisch orientierten Fernsehforschung bei, nimmt aber zur volkskundlichen Erzählforschung kaum Bezug.

Grenzgänge am Ende des Jahrtausends

Die Erzählforschung hat Film und Fernsehen bis in die 80er-Jahre praktisch nicht im Blickfeld gehabt. Medialität wurde vielmehr im Übergang von Oralität und Skripturalität reflektiert⁶⁵, wobei auch Illustrationen traditioneller Erzählstoffe einbezogen wurden.⁶⁶ Doch blieb dieser Blick letztlich schrift- und vergangenheitsorientiert, liess jedenfalls keine Ausweitung auf audiovisuelle Transformationen bzw. auf die durch mediale Übergänge geprägte kulturelle Gegenwart zu. Visualisierungen rezenter Erzählguts wurden zwar an den Textsorten des Witzes⁶⁷ und der Werbeanzeige⁶⁸ exemplifiziert, blieben aber auf das Stehbild beschränkt. Eine der wenigen Ausnahmen bildet die Abhandlung von Willi Höfig, der das in der Nachkriegszeit beliebte Genre des deutschen Heimatfilms aus publizistikwissenschaftlicher und volkskundlicher Sicht darstellte, wobei er die trivialen filmischen Erzählmuster u.a. im Abgleich mit der Märchenfolie gewann.⁶⁹ Sein Ansatz einer qualitativ erläuterten quantitativen Inhaltsanalyse hat das Thema des Heimatfilms bislang am erschöpfendsten behandelt, doch wurde diese gleich mehrere Berührungsflächen bietende Meisterleistung damals vom Fach kaum wahrgenommen. Der bewegungsbildlichen Bearbeitung von Volkserzählstoffen, die das Medienthema allerdings auf die Verlängerung noch stark sichtbarer Traditionen beschränkt, widmen sich erst in den 90er-Jahren umfängliche Arbeiten. Der Verfasser suchte auf Grundlage eines semiotischen Modells der Literaturverfilmung die Eigenschaften fernsehmedialer Transformationen klassischer Märchenstoffe aufzuzeigen.⁷⁰ Methodische Schwierigkeiten bereitete die formal vielfältige Angebotsstruktur des Fernsehens (Bildergeschichten, Puppenspiele, Animations- und Realfilme), doch sollte der Programmfluss als media-

les Ordnungsmuster mitberücksichtigt werden. Lutz Röhrich betreute eine Dissertation zur Adaption von Märchen- und Sagenstoffen der Stummfilmzeit.⁷¹ Transformationsforschungen dienen nicht zuletzt dazu, den Blick vom Ziel- auf das Ausgangsmedium zurückzulenken, um die Wesenhaftigkeit von Merkmalskatalogen neu zu überdenken. Zu fragen wäre genauer, wie weit sich Folkloretraditionen reduzieren lassen, in welchem Kontext sie parodiert werden und wie das Phänomen «originaler» Beiträge zu werten ist.

Vom hierarchisch höher gelegenen Vergleich der Narrationsstrukturen massenmedialer Systeme mit denen herkömmlicher Erzählgemeinschaften ist die hiesige volkskundliche Erzählforschung noch weit entfernt. Auf die Dimension dieses Themas hat Linda Dégh durch exemplarische Analysen amerikanischer Massenmedien, wie der Werbung, hingewiesen.⁷² Auch die Analyse der alltäglichen Gesprächskultur in den Massenmedien, für deren Erforschung auf die Ergebnisse Albrecht Lehmanns zurückgegriffen werden könnte⁷³, ist an der Erzählforschung ziemlich vorbeigegangen.⁷⁴

Besonders jüngere Medienwissenschaftler aber ringen nun zunehmend um Begriffe, die von der Erzählforschung – obwohl nicht zwingend entwickelt – in langer Forschungspraxis erprobt und korrigiert wurden. So gehen Argumentationen fehl oder werden unscharf, wenn zum Beispiel mit Märchenstrukturen der Tendenz nach fantastische Narrationsmuster erklärt werden.⁷⁵ Oder fantastische Textsorten werden mit postmodernen Theorien erklärt, wobei jegliche Bezugnahme auf Begriffe oder Fragestellungen der «klassischen» Erzählforschung unterbleibt.⁷⁶ In jüngeren Medienanalysen wird der Rekurs auf den Mythos als Gattung immer beliebter. Tatsächlich liegt der Mythos voll im Trend der neueren medienwissenschaftlichen Nomenklatur, wie allein die Titelschöpfungen vieler Abhandlungen anzeigen. Nicht nur werden medial vermittelte Mythen⁷⁷ und Mythenneuschöpfungen⁷⁸ analysiert oder Mythenbildungen über Medien diskutiert⁷⁹, sondern der Mythos selbst wird als Narrationssystem in Analogie zur Angebotsfläche des Fernsehens gesehen. Eine solch synchrone Zusammenschau des historischen Nacheinanders, und zwar von griechischem Mythos und Television, hat jüngst Joan Kristin Bleicher mit dem Anspruch einer Fernsehpoetik⁸⁰ als Habilitationsschrift vorgelegt. Dabei fehlen jegliche Bezüge zur Volkserzählforschung, die ihrerseits ihre Berührungsflächen nicht publik gemacht hat. Ist die Kreativität solcher Ansätze zu begrüßen, so gelangen die Autoren über scharfsinnige Beobachtungen selten hinaus, sollten also generalisierende oder gar theoriebildende Schlussfolgerungen vermeiden. Der Erzählforschung näher stehen solche Untersuchungen des Fernsehens, die das Mythische als Denksystem betrachten, das neben dem Mythos so unterschiedliche Textsorten wie die verschiedenen Gattungen der Volkserzählung und auch rituelles Verhalten einschließt. So hat z. B. Roger Silverstone⁸¹ seiner Behandlung des Themas Anfang der 80er-Jahre strukturalistisch ermittelte Konstanzen unterlegt, die dem Funktionsmodell Propp⁸² und der Aktantentheorie Greimas⁸³ entnommen wurden.

Ausblick

Mit der Zunahme der Kanäle hat sich die «Fernsehgemeinde» ausdifferenziert.⁸⁴ Seine gemeinschaftsstiftende Funktion, die volkskundlichen Gehversuchen das noch junge Medium in die Arme treiben sollte, geht zunehmend verloren, ebenso seine festeren Formen und Traditionen, die der Volkskundler damals gerade vermisste. Wird das Fernsehen nun, mit dem veredelnden Hauch der Patina, ähnlich der Fotogeschichte, zum Objekt volkskundlicher Forschung erkoren? Andererseits ist es noch immer die alltäglichste Form virtueller Vergemeinschaftung. Die «öffentliche Netzhaut»⁸⁵ ist nach wie vor das fernsehende Auge – um mit einer Metapher des eingangs erwähnten Körperthemas zu sprechen. Denn ein Ende des Fernsehens als «Leitmedium» ist – jedenfalls im Bereich der narrativen Systeme – nicht in Sicht.

Als Übertragungs- und filmisches Medium, das genuine Präsentationsweisen hervorgebracht hat, bietet das Fernsehen dem Erzählforscher gleich mehrere Untersuchungsfelder. Die Gewohnheit des Umgangs mit Stoffmengen befähigt den Erzählforscher, in der Vielfalt des fernsehmedialen Angebots weniger leicht den Überblick zu verlieren. Angesichts des formalen Rückzugs auf blasse, diskursive Strukturen braucht sich das Fach vor der früheren «Stoffhuberei» wahrlich nicht zu fürchten. Und da der populäre fernsehmediale Code standardisiert ist, sollte diese Aufgabe auch forschungsökonomisch zu bewältigen sein.

Ein dringendes Desiderat ist die Präzisierung der Beschreibung inhaltlicher und formaler Fernsehklischees und die über soziale Variablen hinausgehende Darstellung von Bedürfnissen nach «trivialer» Fernsehunterhaltung. Hier könnte die Erzählforschung ihr Wissen für eine systematische Beschreibung stereotyper filmischer Klischees fruchtbar machen und etwa aus der Häufung von Motivbündeln, Erzähltypentrümmern, Sprach- und Bildformeln ihre Schlüsse ziehen. Eine Vision wäre die Erstellung eines am Sujet orientierten Katalogs fernsehmedialer Unterhaltung, aber wer wollte solche Kärnerarbeit übernehmen?

Die Methode der qualitativ interpretierten, quantitativen und besonders für die Medienbetrachtung relevanten Inhaltsanalyse hat längst nicht ausgedient. Häufigkeitsauszählungen von Variablen sollte man nicht als «intellektuelle Feigheitsgebärde»⁸⁶ denunzieren. Denn vielmehr sind es jene, auf festen Grund zielende Kärnerarbeiten, auf welche die Hermeneutik ebenso herabblickt, wie sie ihre soliden Dienste in Anspruch nimmt. «Weiche» Methoden, so zentral sie für die Volkskunde auch sein mögen, sollten für den Gang in die Medienwissenschaft nicht das alleinige methodische Rüstzeug bilden.

Über das «Funktionsparadigma» sollte in der Medienvolkskunde gründlich nachgedacht werden, und zwar unter Einbeziehung der Erzählforschung und verwandter Disziplinen, wie zum Beispiel der (linguistischen) Translationsforschung. Funktionsadäquanzen sollten dabei vor allem auf hierarchisch höher gelegenen Ebenen gesucht werden. So wäre zum Beispiel zu fragen, wie sich die Taxonomie des fernsehmedialen Genresystems zu den Taxonomien vorfilmischer Gattungssys-

teme verhält. Denn bestimmte Metastrukturen, wie das Prinzip der arbeitsteiligen Funktion von Gattungen, bleiben erhalten.⁸⁷ Das Wissen um Lageverhältnisse funktionaler Distributionen könnte den Blick für das moderne, massenmediale Narrationsgeflecht schärfen. Besonders die Erzählforschung als eine der forschungsintensivsten, fachhistorisch und international weit ausgreifenden Stützen des Fachs sollte sich endlich für einen solch anspruchsvollen Wissenstransfer rüsten und ihre vernetzungsfähige Topografie einbringen.

Anmerkungen

- ¹ Marcel Mauss: Die Techniken des Körpers. In: ders.: *Soziologie und Anthropologie*. Bd. 2: *Anthropologie*. Hg. von Wolf Lepenies und Henning Ritter. Frankfurt a. M., Berlin, Wien 1978, 197–220, hier 199.
- ² Siehe z. B.: *Das Schwinden der Sinne*. Hg. von Dietmar Kamper und Christoph Wulf. Frankfurt a. M. 1984. Die Veränderung der Sinne durch Massenmedien klingt in Utz Jeggles Behandlung des Themas kaum an; ders.: *Der Kopf des Körpers. Eine volkskundliche Anatomie*. Weinheim, Berlin 1986.
- ³ Christian Doelker: *Kulturtechnik Fernsehen. Analyse eines Mediums*. Stuttgart 1989, 11.
- ⁴ Gesamtregister der Zeitschrift für Volkskunde (ZfV). Jahrgang 1–90 (1891–1994). Hg. von Helge Gerndt und Klaus Roth. Göttingen 1995. Nur der volkskundliche Film wird mehrmals behandelt. Immerhin werden Medien im Fach als eigene, wenn auch unstrukturierte Sachgruppe seit dem Berichtsjahr 1989 bibliographiert; *Internationale Volkskundliche Bibliographie für die Jahre 1989 und 1990*. Hg. von Rainer Alsheimer. Bonn 1994 (Vorwort).
- ⁵ Ulrich Saxon: *Medienkultur in der Schweiz*. In: *Handbuch der Schweizerischen Volkskultur*. Hg. von Paul Hugger. 3. Bd. Zürich 1992, 1405–1432.
- ⁶ Zur Einführung siehe Frank Hartmann: *Medienphilosophie*. Wien 2000.
- ⁷ Heinz Schilling: *Berufsfeld Medien*. In: *Berufsleitfaden Volkskunde*. Hg. von Hermann Bausinger. Tübingen 1984, 35–51. Über Anspruch und Wirklichkeit «volkskundlicher Fernsehmacher» hat jüngst Martin Füssenhäuser verhandelt; ders.: *Volkskunde und Fernsehen*. In: Walter Dehnert (Hg.): *Zoom und Totale. Aspekte eigener und fremder Kultur*. Marburg 1999, 97–117.
- ⁸ Knut Hieckethier: *Das Fernsehspiel oder Der Kunstanspruch der Erzählmaschine Fernsehen*. In: *Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland*. Bd. 2: *Das Fernsehen und die Künste*. Hg. von Helmut Schanze und Bernhard Zimmermann. München 1994, 303–348, hier 305.
- ⁹ Rolf Wilhelm Brednich: *Nacherzählen. Moderne Medien als Stifter mündlicher Kommunikation*. In: *Volksdichtung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit*. Hg. von Lutz Röhrich und Erika Lindig. Tübingen 1989 (Script Oralia, 9), 177–186, hier 180. Brednich bedauert, dass das Fernsehen erst gegen Ende der «Enzyklopädie des Märchens» behandelt werden kann, da es unter dem Stichwort «Television» geführt wird (ebd.).
- ¹⁰ Hans-Friedrich Foltin: *Alltag und «Alltag» in den deutschen Fernsehserien. Am Beispiel der Serien «Berlin – Ecke Bundesplatz», «Lindenstrasse» und «Gute Zeiten, schlechte Zeiten»*. In: SAVk 95 (1999), 153–172 (Tagungsband).
- ¹¹ Z. B.: *Volkskunde als Programm. Updates zur Jahrtausendwende*. Hg. von Michael Simon und Hildgard Friess-Reimann. Münster, New York, München, Berlin 1996.
- ¹² Im Vergleich zur Vortragsfassung habe ich meine Thesen in die wissenschaftsgeschichtlichen Erläuterungen eingeflochten.
- ¹³ Christoph Schmitt: *Mecklenburg im Hörfunk der Weimarer Republik. Richard Wossidlo und die Nordische Rundfunk AG*. In: *Stier und Greif* 8 (1998), 76–83.
- ¹⁴ Dazu Renate Glaser: *Die Arbeitstagungen «Volkskunde und Rundfunk» 1953–1963*. Regensburg 1997 (Regensburger Schriften zur Volkskunde, 14).
- ¹⁵ Bracker, Jörgen: *Walter Hävernicks zum Gedenken*. In: *BDVA* 22 (1983), 9–12, hier 9.
- ¹⁶ Hävernicks, Walter: *Rundfunk und Volkskunde*. In: *BDVA* 4 (1959), 9–16, hier 9.
- ¹⁷ Ebd., 16.
- ¹⁸ Kurt Ranke: *Zivilisation und Volkstum*. In: *BDVA* 2/3 (1958), 9–22.
- ¹⁹ Richard Weiss: *Volkskunde der Schweiz*. Erlenbach-Zürich 1946, 13.

- ²⁰ Ranke (wie Anm. 18), 19.
- ²¹ Ebd., 13.
- ²² Siehe Manfred Grätz: Die Enzyklopädie des Märchens. Untersuchungen zu Konzeption, Erstellung und Nutzungsmöglichkeiten. Hausarbeit zur Prüfung für den höheren Bibliotheksdienst. Köln 1984 (masch.), 14.
- ²³ Siehe Michael Schenk: Medienwirkungsforschung. Tübingen 1987, 379–420 (Nutzen- und Belohnungsansatz).
- ²⁴ Ranke (wie Anm. 18), 17.
- ²⁵ Martha Cehak: Das Bild der Familie im deutschen Film. In: BDVA 2/3 (1958), 23–84.
- ²⁶ Ebd., 63 f.
- ²⁷ Ebd., 62.
- ²⁸ Karl Veit Riedel: Der Bänkelgesang. Wesen und Funktion einer volkstümlichen Kunst. Hamburg 1963.
- ²⁹ Karl Veit Riedel: Volksliteratur und «Massen»lesestoff. Probleme und Wege der Forschung. In: BDVA 6 (1962), 65–84.
- ³⁰ Karl Veit Riedel: Der Film – ein Gegenstand der Volkskunde. In: BDVA 8 (1964), 21–36.
- ³¹ Karl Veit Riedel: Fernsehen und Volkskultur. In: BDVA 9 (1965), 23–37.
- ³² Karl Veit Riedel: Werbung und Reklame als volkskundliche Probleme. In: BDVA 10 (1966), 93–117.
- ³³ Karl Veit Riedel: Tagespresse und Volkskunde. In: BDVA 11 (1967), 7–33.
- ³⁴ Karl Veit Riedel: Volkstümliche Strukturen des Fernsehspiels. In: Hessische Blätter für Volkskunde 58 (1967), 47–68.
- ³⁵ Karl Veit Riedel: «Fernhören» und Volksleben. In: BDVA 12 (1968), 67–99.
- ³⁶ Hermann Bausinger: Kritik der Tradition. In: ZfV 65 (1969), 232–250, hier 243.
- ³⁷ Riedel (wie Anm. 31), 27.
- ³⁸ Vgl. z. B. Christin Bleicher: Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnisystems. Opladen, Wiesbaden 1999, 26.
- ³⁹ Z. B. Andreas Hepp: Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies. Opladen, Wiesbaden 1998.
- ⁴⁰ Doelker (wie Anm. 3), 136 f.
- ⁴¹ Siehe z. B. Pierre Bourdieu: Über das Fernsehen (1996). Frankfurt a. M. 1998, 27.
- ⁴² Riedel (wie Anm. 31), 30.
- ⁴³ Hermann Bausinger: Heile Familienwelt. Anmerkungen zu deutschen Fernsehserien. In: Der Bürger im Staat 20, 3 (1970), 145–150, hier 145.
- ⁴⁴ Riedel (wie Anm. 32); siehe auch ders.: Volkskunde als Grundlage praktischer Beratung. In: ZfV 66 (1970), 44–47 (in Entgegnung auf Kramers: «Wem nützt Volkskunde?»).
- ⁴⁵ Utz Jeggle: Wertbedingungen der Volkskunde. In: Abschied vom Volksleben (1970). Tübingen ²1986, 11–36, hier 19.
- ⁴⁶ Martin Scharfe: Kritik des Kanons. In: Abschied vom Volksleben (wie Anm. 45), 74–84, hier 80.
- ⁴⁷ Ebd., 82 f.
- ⁴⁸ Irmela Schneider: Ein Weg zur Alltäglichkeit. Spielfilme im Fernsehprogramm. In: Geschichte des Fernsehens (wie Anm. 8), 227–301, hier 229.
- ⁴⁹ Harald Burger: Das Gespräch in den Massenmedien. Berlin, New York 1991, 1 f.
- ⁵⁰ Hans Arnold: Das Magische des Films. Phil. Diss. Univ. München [masch.] 1949.
- ⁵¹ Der Zauberspiegel – das Fenster zur Welt. Untersuchungen zum Fernsehprogramm der fünfziger Jahre. Hg. von Knut Hickethier. Siegen 1990 (Arbeitshefte Bildschirmmedien, 14).
- ⁵² Hermann Bausinger: Zur Algebra der Kontinuität. In: Kontinuität? Geschichtlichkeit und Dauer als volkskundliches Problem. Hg. von Hermann Bausinger und Wolfgang Brückner. Berlin 1969, 9–30, hier 26. U. a. warnt er vor kurzschlüssigen Formulierungen, z. B. wenn Film und trivialer Heftroman als «Märchen von heute» bezeichnet würden.
- ⁵³ Scharfe (wie Anm. 46), 80.
- ⁵⁴ Martin Scharfe: Bagatellen. Zu einer Pathognomik der Kultur. In: ZfV 91 (1995), 1–26, hier 22.
- ⁵⁵ Max Horkheimer und Theodor W. Adorno: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente (1944). Frankfurt a. M. ¹²2000.
- ⁵⁶ Dazu Katharina Reiss und Hans J. Vermeer: Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie (1984). Tübingen ²1991 (Linguistische Arbeiten, 147).
- ⁵⁷ Direkte Kommunikation und Massenkommunikation. Referate und Diskussionsprotokolle des 20. Deutschen Volkskunde-Kongresses in Weingarten. Hg. von Hermann Bausinger und Elfriede Moser-Rath. Tübingen 1976 (Untersuchungen, 41).

- ⁵⁸ Ingeborg Weber-Kellermann: Weihnachtsbräuche als Akte binnenfamiliärer Kommunikation. In: *Direkte Kommunikation* (wie Anm. 57), 175–181.
- ⁵⁹ Hans-Friedrich Foltin: Arbeitswelt im Fernsehen. In: *Direkte Kommunikation* (wie Anm. 57), 135–143.
- ⁶⁰ Ina-Maria Greverus: *Kultur und Alltagswelt. Eine Einführung in Fragen der Kulturanthropologie* (1978). Nachdruck Frankfurt a.M. 1987, hier 172.
- ⁶¹ Regina Bendix hat daher die Ethnographie kindlicher Erzähl-Enkulturation eingefordert; dies.: *Zwischen Chaos und Kultur. Zur Ethnographie des Erzählens im ausgehenden 20. Jahrhundert*. In: *ZfVk* 92 (1996), 169–184.
- ⁶² Jan-Uwe Rogge: *Kinder können fernsehen. Vom Umgang mit der Flimmerkiste* (1990). Reinbek bei Hamburg 1999.
- ⁶³ Vgl. Carola Lipp: *Alltagskulturforchung im Grenzbereich von Volkskunde, Soziologie und Geschichte*. In: *ZfVk* 89 (1993), 1–33, hier 9.
- ⁶⁴ Die künftige Gewichtung dieser Schwerpunktbildung nach Foltins Emeritierung im Jahre 2000 ist daher für die Gesamtstruktur des Fachs nicht unwesentlich.
- ⁶⁵ Siehe *Volksdichtung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit* (wie Anm. 9). Ausnahme siehe Brednich, der die Erforschung des Nacherzählens von Medieninhalten, wie von Fernsehserien, als «wichtiges Anliegen volkskundlicher Gegenwartsforschung» einfordert; Brednich (wie Anm. 9), 186.
- ⁶⁶ Z. B. Hans-Jörg Uther (Hg.): *Märchen in unserer Zeit. Zu Erscheinungsformen eines populären Erzählgenres*. München 1990.
- ⁶⁷ Lutz Röhrich: *Der Witz. Figuren, Formen, Funktionen*. Stuttgart 1977, bes. 292–300 (Der Bildwitz).
- ⁶⁸ Wolfgang Mieder: *Deutsche Sprichwörter in Literatur, Politik, Presse und Werbung*. Hamburg 1983.
- ⁶⁹ Willi Höfig: *Der deutsche Heimatfilm 1947–1960*. Stuttgart 1973. Höfig schrieb auch den Artikel «Film» in der *Enzyklopädie des Märchens*. Siehe auch ders.: *Märchen als Vorlage für Film und Hörspiel*. In: *Märchen in unserer Zeit* (wie Anm. 66), 39–55.
- ⁷⁰ Christoph Schmitt: *Adaptionen klassischer Märchen im Kinder- und Familienfernsehen. Eine volkskundlich-filmwissenschaftliche Dokumentation und genrespezifische Analyse der in den Achtzigerjahren von den westdeutschen Fernsehanstalten gesendeten Märchenadaptionen mit einer Statistik aller Ausstrahlungen seit 1954*. Frankfurt a.M. 1993 (*Studien zur Kinder- und Jugendmedienforschung*, 12).
- ⁷¹ Holger Jörg: *Die sagen- und märchenhafte Leinwand. Erzählstoffe, Motive und narrative Strukturen der Volksprosa im «klassischen» deutschen Stummfilm (1910–1930)*. Sinzheim 1994.
- ⁷² Linda Dégh: *American Folklore and the Mass Media*. Indiana 1994.
- ⁷³ Albrecht Lehmann hat die Erforschung alltäglichen Erzählens, von den traditionellen Gattungen wegführend, auf Bezüge zur persönlichen Lebensgeschichte hingelenkt; ders.: *Erzählen eigener Erlebnisse im Alltag*. In: *ZfVk* 74 (1978), 198–215.
- ⁷⁴ Ausnahme z. B. Brednich (wie Anm. 9); Helmut Fischer: *Magazingsgeschichten. Erzählen in berichtend-kommentierenden Rundfunksendungen*. In: *Homo narrans. Studien zur populären Erzählkultur*. Hg. von Christoph Schmitt. Münster, New York, München, Berlin 1999, 285–300.
- ⁷⁵ Z. B. *Neue Helden für die Kleinen. Das (un)heimliche Kinderprogramm des Fernsehens*. Hg. von Ingrid Paus-Haase. Münster ³1997 (*Medien & Kommunikation*, 16).
- ⁷⁶ Z. B. Markus Wiemker: *Trust no Reality. Eine soziologische Analyse der X-FILES. Soziologie einer Fernsehserie am Beispiel von AKTE X. Postmoderne Theorien und Cultural Studies*. Berlin 1998.
- ⁷⁷ *Television Mythologies: Stars, Shows & Signs*. Ed. by Len Masterman (1984). Reprint London 1992; *Mythologies of Violence in Postmodern Media*. Ed. by Christopher Sharrett. Detroit 1999 (*Contemporary film and television series*).
- ⁷⁸ Miriam Meckel: *Medien-Mythos? Die Inszenierung von Prominenz und Schicksal am Beispiel von Diana Spencer*. Opladen 1999.
- ⁷⁹ Douglas Davis: *The Five Myths of Television Power, Or, Why the Medium is not the Message*. New York 1993; Stefan Münker und Alexander Roesler: *Mythos Internet*. Frankfurt a.M. 1999.
- ⁸⁰ Bleicher (wie Anm. 38), 16.
- ⁸¹ Roger Silverstone: *The Message of Television. Myth and Narrative in Contemporary Culture*. London 1981.
- ⁸² Vladimir Propp: *Morphologie des Märchens* (1928). Frankfurt a. M. 1975.
- ⁸³ Algirdas Julien Greimas: *Strukturelle Semantik. Methodologische Untersuchungen* (1966). Braunschweig 1971.
- ⁸⁴ Stefan Münker: *Epilog zum Fernsehen*. In: ders. und Alexander Roesler: *Televisionen. Beiträge zur Medienkritik der Fernsehkultur*. Frankfurt a.M. 1999, 220–236, hier 220.

⁸⁵ Claus-Dieter Rath: Die öffentliche Netzhaut: Das fernsehende Auge. In: Das Schwinden der Sinne (wie Anm. 2), 59–74.

⁸⁶ Scharfe (wie Anm. 54), 22.

⁸⁷ Dazu Lauri Honko: Gattungsprobleme. In: Enzyklopädie des Märchens. Handwörterbuch zur historischen und vergleichenden Erzählforschung. Bd. 5. Hg. von Rolf W. Brednich. Berlin, New York 1987, Sp. 744–769, hier 747.