
Forum

Grenzverkehr – EKW und Öffentlichkeit

Die Volkskunde und ihre Nachfolgerinnen repräsentieren ihrem Selbstverständnis nach eine Disziplin aus der und für die Mitte der Gesellschaft. Das war im 19. Jahrhundert der Fall, und gilt heute umso mehr, wo Politik, Universitäten und Forschungsinstitutionen unter dem Schlagwort ‚*Third Mission*‘ mehr denn je Wissenschaftskommunikation und Öffnung in die Gesellschaft fordern. Pointiert hat das 2019 das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) in einem Grundsatzpapier formuliert, in dem es einen „Kulturwandel hin zu einer kommunizierenden Wissenschaft“ anmahnte. Aus Sicht des BMBF sind Wissenschaftler*innen „primäre Akteure der Wissenschaftskommunikation. Durch Transparenz und Dialog können sie selbst einen wichtigen Beitrag leisten, das Vertrauen in Wissenschaft zu stärken“. Wissenschaft verständlich zu machen gehört so gesehen zum Kerngeschäft der Forscher*innen, um die gesellschaftliche Akzeptanz der Erkenntnisse zu erhalten. Mehr noch: Über Forschung zu kommunizieren bedeutet für das BMBF nicht allein, vermeintlich eindeutige Fakten allgemeinverständlich zu vermitteln, sondern auch zu erklären, wie in der Forschung Erkenntnisse entstehen und wo ihre Grenzen liegen. Die Öffentlichkeit wird damit anders ernst genommen als zuvor.

Aufgerufen ist damit schließlich ein anderes Verständnis des Gegenübers der Forscher*innen, das in den Sozialwissenschaften in der Regel gesellschaftliche Akteure sind. Sie sind nicht nur einzubeziehen in die Bewertung von Forschung. Die Sozial- und Geisteswissenschaften verstehen ihre Forschungsprozesse und -ergebnisse inzwischen immer öfter als Resultat gemeinsamer, kollaborativer Anstrengungen von Forscher*in und Beforschten mit geteilter Autor*innenschaft.

So gesehen ist ein reger ‚Grenzverkehr‘ mit der Welt außerhalb der Universitäten, Landesstellen, Museen und anderer (kulturwissenschaftlicher) Forschungs- und Bildungseinrichtungen essenziell, weil er einerseits auf (leider oft recht neoliberal grundierte) Anforderungen an Wissenschaft heute reagiert und andererseits einem veränderten Verständnis von (kultur-)wissenschaftlicher Praxis entspricht. Dafür bedarf es neuer Formate. Das heißt nicht, dass Buch oder Aufsatz als zentrale Vermittlungsformen der EKW weniger wichtig würden. Aber neben diesen ‚klassischen‘ Formen der Wissenschaftskommunikation haben sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten Formate entwickelt, mit denen EKW und Öffentlichkeit zusammenkommen sollen.

Das ist Grund genug für ein Forum in der *Zeitschrift für Empirische Kulturwissenschaft*, das diesem Thema anhand von einigen praxisnahen Beispielen aus dem

Fach nachgehen will. Wie interagieren Forscher*innen der EKW mit der Öffentlichkeit? Was ist die Spezifik der einzelnen Medien bzw. Formate? Welche Chancen und Risiken bieten sie? Was heißt das für das kulturwissenschaftliche Arbeiten? Wie sieht es konkret aus? Und welches Wissen kann hier unter welchen Vorzeichen entstehen? Diesem Fragehorizont entsprechend ist das Forum entlang unterschiedlicher Medien bzw. Formate der Beziehungspflege zwischen EKW und Öffentlichkeit strukturiert: Blog und Magazin (Christiane Cantauw, Dörthe Gruttmann, Elisabeth Timm), Film (Torsten Näser), Social Media (Hannah Kanz), Ausstellung (Nina Gorgus), Vortrags- und Diskussionsformate (Moritz Ege) oder Photo(-voice) und Plakat (Lea Breitsprecher, Sarah May). Eingeleitet wird es mit einer Reflexion von Rolf Lindner über den ethnografischen Text, den Sog starker Einleitungen und die Rolle, die der Fachname in der Aufmerksamkeitsökonomie der Gegenwart spielt.

TT für die Redaktion

<https://doi.org/10.31244/zekw/2023/02.06>

Rolf Lindner

Populärwissenschaftliches Schreiben und der Ruf der Disziplin

Robert Ezra Park, der Begründer der Chicagoer Stadtforschung, behielt in seiner Lehre die Attitüde eines Redakteurs bei, die er in seiner langjährigen Tätigkeit als Journalist, Publizist und PR-Berater erworben hatte, bevor er sich dem akademischen Feld zuwandte. Er vertrat die Ansicht, dass auch wissenschaftliche Abhandlungen ein generelles, über die Mitglieder der *scientific community* hinausgehendes Publikum erreichen sollten. „You are not writing for the professors“, lautete sein Diktum, „you are writing for the general public“.

Für eine junge Wissenschaftsdisziplin wie die Soziologie, die anfangs stark mit *social work* assoziiert wurde, galt es bereits mit dem Titel der Studie eine Sichtweise zu propagieren, die die zeitgenössische *Big C*-Soziologie (*Charity, Crime, Correction*) hinter sich ließ, ohne den Reformgedanken aufzugeben. Die Ersetzung eines Titels wie *The Homeless Man*, der dem *Social Work*-Verständnis entsprach, durch einen Titel wie *The Hobo* (mit dem Untertitel *The Sociology of the Homeless Man*) ist daher als Teil einer Publikationspolitik zu begreifen, der es darum ging, das Phänomen des Wanderarbeiters einer breiteren Öffentlichkeit verständlich zu machen.

Der Versuch, die Aufmerksamkeit des Publikums auf einen (wissenschaftlichen) Text zu lenken, sollte aber nicht nur als rhetorische Figur begriffen werden, sondern auch eine bestimmte Aussage transportieren oder eine epistemische Perspektive an-

deuten, die das Publikum zum Nachdenken bringt. Der Titel *The Hobo* beispielsweise signalisiert, dass es sich beim Wanderarbeiter nicht nur um eine für die Erschließung des Westens unverzichtbare Arbeitskraft handelt, sondern auch um eine für die amerikanische Zivilisation charakteristische, kulturelle Figur.

Bei meiner Geschichte der Stadtforschung, *Walks on the Wild Side*, habe ich mich ebenfalls auf einen literarischen Titel bezogen; nicht auf den gleichnamigen Song von Lou Reed, wie viele Leser:innen verständlicherweise annahmen, sondern auf einen Roman des Chicagoer Autors Nelson Algren (auf den auch Reed rekurriert hatte). Auch in meinem Titel ist bereits eine These enthalten, die von zentraler Bedeutung für die Untersuchung ist. Das Motiv der Forschenden erschöpft sich nicht im wissenschaftlichen Beitrag, sondern fußt auch auf der Lust auf ‚andere‘ Erfahrungen, auf Abenteuer, Körperlichkeit, Sexualität.

Beim Versuch, potenzielle Leser:innen auf ein Werk neugierig, also erwartungsvoll zu machen, kommt der Eingangspassage, gerade auch für die im Netz angebotenen Leseproben, besondere Bedeutung zu. Beispielhaft hat der Chicagoer Soziologe Paul G. Cressey die Neugier des Lesepublikums dadurch entfacht, dass er seine Publikation *The Taxi-Dance Hall* mit der Schilderung einer Nacht in der Vergnügungsstätte („A Night in a Taxi-Dance Hall“) begann. Ob es sich nun um eine Dorfchronik, um eine Milieustudie oder um die Schilderung der migrantischen Lebenswelt handelt, stets liegt der Einstieg in das Thema durch eine dichte Beschreibung einer charakteristischen Szene nahe, die bei der Leserschaft eine Sogwirkung zu erzeugen vermag.

Die öffentliche Beachtung, die Publikationen eines Faches erfahren, hängt freilich nicht allein von der Aktualität der Themen, der Originalität der Perspektive und den angewandten *tricks of the trade* (Becker) ab, sondern auch und nicht zuletzt vom ‚Ruf‘ einer Disziplin. In dieser Hinsicht war die Fachbezeichnung Volkskunde, wie sie ja immer noch bei Fachorganen und -kongressen Verwendung fand, nicht gerade förderlich, um die *gate keeper* der medialen Öffentlichkeit, in der Regel Absolventen der Literatur-, Kultur- und Geschichtswissenschaften, zu überwinden und ein Publikum zu erreichen, das über die klassische Klientel hinausging. Schon die Wortverbindung ‚-kunde‘ ließ, gerade in Zeiten des Szientismus, den Verdacht aufkommen, dass es sich bei unserer Disziplin um eine ‚einfachere‘, ‚niedere‘ Form der Wissenschaft handle. Das hatte durchaus gravierende Folgen für die Beachtung des Faches auf den Wissenschaftsseiten der Publikumspresse, wo man zuweilen nur noch wortspielerisch ‚Kunde‘ vom Volkskundekongress gab. Noch folgenreicher schlug sich meiner Meinung nach der Ruf auf die Zitationspraxis durch Vertreter:innen anderer Fächer nieder, die, vorsichtig formuliert, zurückhaltend blieb, obwohl es durchaus Beiträge aus unserem Fach gab, die bahnbrechend hätten wirken können. Zu denken ist etwa an den Essay *Zur Entwicklung des Zillertaler Regionalcharakters* von Utz Jeggle und Gottfried Korff aus dem Jahre 1974, der das *Invention of Tradition*-Paradigma von Hobsbawm/Ranger empirisch vorwegnahm. Zuweilen drängte sich der böse Verdacht

auf, dass Kolleg:innen aus den ‚gehobenen‘ Fächern auf Zitate aus der *Zeitschrift für Volkskunde* verzichteten, um nicht ihr Renommee zu schädigen. *Zeitschrift für Ideengeschichte* macht sich da als Quelle schon besser.

Mit der neuen Fach- und Organbezeichnung Empirische Kulturwissenschaft sind die Probleme nicht verschwunden, aber wir können durchaus selbstbewusster im Konzert der Disziplinen auftreten. Selbstbewusst, das heißt aber auch, das Profil des Faches im Sinne einer kognitiven Identität zu schärfen und nach außen zu tragen. Dazu scheint mir verstärkte Öffentlichkeitsarbeit notwendig, etwa, um nur ein Beispiel zu nennen, durch einen Pressebrief, der regelmäßig nicht nur über wichtige Neuerscheinungen und anstehende Tagungen informiert, sondern auch und vor allem Statements, Kommentare und Kurzbeiträge zu aktuellen gesellschafts- und kulturpolitischen Fragen aus alltagskultureller Perspektive enthält. Gerade in Zeiten, in denen in auffälliger Weise mit Umfrage-Schnellschüssen in den öffentlichen Diskurs eingegriffen wird, ist das auf *longue durée* bedachte, lebensweltliche Hinterfragen, das unsere Disziplin auszeichnet, als kritische Perspektive herausgefordert.

<https://doi.org/10.31244/zekw/2023/02.07>

Christiane Cantauw, Dörthe Gruttmann, Elisabeth Timm

Blog und Magazin

Seit 2021 veröffentlichen wir *Graugold. Magazin für Alltagskultur*. Das Heft erscheint einmal jährlich im Umfang von 160 bis 180 Seiten im Waxmann Verlag. Am Konzept haben wir rund zwei Jahre gearbeitet, so lange dauerte es, nicht nur Form und Inhalt zu entwickeln, sondern auch den Workflow, die Gestaltung und die Finanzierung aufzubauen. Bereits seit 2019 bloggen wir unter www.alltagskultur.lwl.org/. Als öffentlich getragene Forschungs- und Dokumentationsstelle ist die Kommission Alltagskulturforschung für Westfalen des Landschaftsverbands Westfalen-Lippe in hohem Maße der Wissenschafts- und Kulturvermittlung verpflichtet, auch auf der Basis von ehrenamtlicher Arbeit. Das trifft sich mit dem Ziel der Hochschulen: neben Forschung und Lehre eben der „Transfer von Wissen in die Gesellschaft“, so nennt das die Universität Münster in ihrem Entwicklungsplan.

Jahrzehntelang haben unsere Vorgänger:innen das mit hergebrachten Formen geleistet: Es erschienen mehrere populäre und wissenschaftliche Veröffentlichungsreihen parallel (darunter eine mit Bildbänden) und eine regionale Fachzeitschrift. Aus regelmäßigen Pressemitteilungen wurde nach und nach eine Medienarbeit mit Beiträgen und Beteiligungen unterschiedlicher Art für Nachrichtensendungen, Dokumentationen, Features auch in Radio und TV. Dann kam das Internet und etwa

zeitgleich veränderten sich inhaltliche Anforderungen und mit der Digitalisierung auch Möglichkeiten des wissenschaftlichen und populären Publizierens. Trotz guter Finanzierung bekamen wir immer weniger Manuskripte angeboten und kaum noch welche, die überhaupt publizierbar waren.

Es passte nichts mehr so richtig zusammen: Die Lektoratsarbeit wurde unverhältnismäßig aufwendig und immer wieder sehr konfliktreich, da manche Laien ihr Engagement durch vielhundertseitige Druckpublikationen oder gleich zwei Bände gewürdigt sehen wollten. Auch wissenschaftliche Profis reichten gelegentlich einen Aufsatz oder als Herausgeber einen Sammelband in ganz roher Form ein mit der Erwartung, dass wir doch ‚Hilfskräfte‘ oder ‚Assistenten‘ hätten, die das in Form und zu Qualität bringen. Für unsere eigene (drittmittelgeförderte) Forschung waren die hiesigen Reihen nicht mehr automatisch das passende Umfeld. Andere Ehrenamtliche wiederum blieben bedauerlicherweise unsichtbar, weil sie nicht schreiben, sondern eben Quellen und Sammlungen erschließen wollten.

Inhaltlich-wissenschaftlich verstanden wir den Wandel der Erkenntnis- und Aussagehorizonte der EKW als Auftrag, Alltagskultur und Alltagsgeschichte für ‚das Lokale‘ oder ‚die Region‘ neu zu denken: ohne naturalisierende landschaftliche Bezüge, sondern solche Zuschreibungen als (Re-)Präsentationslogiken zu begreifen, die man nutzen und zugleich auch unterlaufen kann. Weil wir wussten, dass diese neue Perspektive auf übergreifende Strukturveränderungen reagierte, haben wir uns aus der Regionalzeitschrift zurückgezogen, publizieren weiter ausgewählte Sammelbände und Monografien, haben aber vor allem zwei neue Formate aufgebaut: Das Blog *Alltagskultur*, das zweimal wöchentlich postet, als unser schnelles und kurzes Medium. Hier erscheinen neben thematischen Beiträgen auch zeitlich gebundene Inhalte wie Veranstaltungs- und Ausstellungshinweise. Zudem publizieren wir das Magazin *Graugold*, bei dem jede der vierfarbigen, reichhaltig illustrierten Ausgaben einen inhaltlichen, redaktionellen und gestalterischen Produktionsvorlauf von über einem Jahr hat. Damit verfügen wir über zwei spezifizierte Instrumente, mit denen wir ein übergeordnetes Ziel umsetzen können: Die Vernetzung mit Ehrenamtlichen und mit vielen kleinen und kleinsten Wissenschafts- und Kultureinrichtungen in der Region.

Gerade Archive und Museen im ländlichen Raum, die nur minimal Personal haben und selbst nicht oder nur sehr spezifisch und sporadisch publizieren können, beteiligten sich sehr gern, weil sie sich mit einem Beitrag in einer der 23 von uns entwickelten Magazinrubriken wie „Woher ist das?“, „Macht man jetzt so“, „Einmal um die halbe Welt“ oder „Zwischen den Zeilen“ zu Themen wie Provenienzforschung, kultureller Wandel, Migration oder mit pittoresken Sammlungsstücken fachlich vertieft zeigen können, ohne gleich einen Aufsatz schreiben zu müssen. Dabei ist es Teil unseres Konzepts, unsere Sach- und Fachhaltung visuell attraktiv und inhaltlich solide zu vermitteln. Deshalb vergeben wir die Gestaltung an eine Fachfrau, und jede Ausgabe wird durch unser Lektorat wissenschaftlich qualitätsgesichert.

Beim Überarbeiten von Wörtern, Formulierungen, Perspektiven in Zusammenarbeit mit den Autor:innen ist für uns die Entwicklung einer Sprache selbstverständlich, die niemanden erdrückt oder ausschließt. Dieses Ringen ist oft kleinteilig sowie inhaltlich und sprachlich außerordentlich anregend. Wir haben bei der Arbeit an mittlerweile vier Ausgaben überdies bemerkt, dass diese Klein- und Feinarbeit einen enormen, elementaren Kontakt- und Netzwerkeffekt hat: Im Blog *Alltagskultur* haben inzwischen über 82 Autor:innen gepostet, an jedem Jahrgang von *Graugold* wirken über 50 Menschen mit, und mittlerweile acht Institutionen sind der Einladung zu einer Trägerschaft gefolgt, sie unterstützen das Magazin über Sammelabonnements.

Das alles kostet Geld. Die Redakteurin ist als Wissenschaftlerin unbefristet auf einer Halbtagsstelle angestellt und unserer Erfahrung nach eine unverzichtbare Basis für die Koordination aller Komponenten im Workflow der kleinteiligen Magazinarbeit. Vor allem diese kontinuierliche Vernetzung vor Ort und den Strukturaufbau halten wir für besonders wichtig angesichts der Erstarkung von rechtsextremen und antidemokratischen Positionen sowie in der Konfrontation mit populistischer Wissenschaftsfeindlichkeit. Wie kann in dieser Situation eine wissenschaftliche Präsenz gelingen, woran sehen wir das? Wir sind skeptisch angesichts einer Dichotomie, die sich manchmal in den Konzepten und der Praxis von Public Science unterschiedlicher Fächer herausgebildet hat: Entweder *Kritik, Konflikt, Aufzeigen, Dagegenhalten, Eingreifen*, als Form ist das die ‚Intervention‘. Oder *Parteinahme, Unterstützung, Teilen, Mitgehen, Engagieren*, als Form ist das die ‚Kollaboration‘. Diese Spaltung macht schwach, die aus dem Militärischen bezogene Metaphorik vermittelt Unbedingtheit und Ausweglosigkeit. Unsere zwei neuen Publikationsformen haben wir deshalb bewusst als langfristigen Kontakt- und Strukturaufbau angelegt.

<https://doi.org/10.31244/zekw/2023/02.08>

Torsten Näser

Ethnografischer Film

Die ethnografisch-kulturwissenschaftliche Arbeit mit Film ist epistemologisch und methodologisch innerhalb der visuellen Anthropologie, die sich disziplinär zwischen der Kultur- und Sozialanthropologie sowie der Empirischen Kulturwissenschaft aufspannt, intensiv behandelt worden. Unter den unzähligen Beiträgen, die mehrheitlich die Methoden und Potenziale filmisch-ethnografischer Forschung thematisieren, finden sich auch solche, die filmisches Arbeiten dezidiert an zeitgenössische Fachdebatten wie Writing Culture oder sensorische Ethnografie, aber auch an aktuellere Diskurse um Materialismus oder Multimodalität anknüpfen.

Eine erste Konjunktur erlebte die fachliche Auseinandersetzung mit Film ab Mitte der 1960er Jahre. Zu dieser Zeit hatte es der Dokumentarfilm, an dem sich das Gros filmischer Arbeiten im Fach orientiert, durch die Entwicklung leicht zu bedienender Handkameras geschafft, eine eigene Referenz gegenüber dem Spielfilm zu behaupten und seinen bis heute hegemonialen Modus eines stark am Realismus orientierten Beobachtungsverfahrens herausbilden zu können. Die darin enthaltenen Analogien zum Feldforschungsparadigma und dem Genre der Ethnografie forcierten das steigende Interesse, Film wissenschaftlich nutzbar zu machen.

Über die Jahre hat sich ein Spektrum an Verfahren herausgebildet, das verschiedene Zugänge auffächert: audio-visuelle Feldnotizen, filmelicitative Interviews, Videowalks oder kameraethnografische Studien. Hinzu kommen sogenannte ethnografische Filme, auf die ich mich im Folgenden konzentriere. Diese sind als montagebasierte narrative Werke zu verstehen, für die gezielt Rohmaterial erstellt wurde und die ethnografische Erkenntnisse informativ und unterhaltsam einem breiten Publikum vermitteln wollen.

Dass Film das Potenzial besitze, wissenschaftliche Erkenntnisse besonders publikumswirksam zu transferieren, ist ein oft bemühtes Argument seiner Macher*innen. Auch mit dem Ziel, seine nach wie vor randseitige Position unter den fachlichen Vermittlungsmedien positiv zu beeinflussen, versuchen diese, auf ontologischer Ebene einen vermeintlichen Pluspunkt speziell gegenüber schriftlichen Texten zu setzen. Letztere gelten in ihrer wissenschaftlichen Form als sperrig und für die breite Bevölkerung schwer rezipierbar. Filme hingegen werden aufgrund ihres visuellen Charakters und ihrer immensen Zirkulationsrate im Alltag als leichter lesbar erachtet. Allein, ethnografische Filme sind keine Blockbuster, und ethnografische Texte besitzen durchaus literarische Qualitäten. So gesehen ist die starke Kontrastierung der Formate kaum noch stichhaltig, ganz abgesehen davon, dass der diskursiv zwar tief verankerte Film-Text-Vergleich angesichts einer vorherrschenden Mixed-Media-Praxis in der empirischen Kulturwissenschaft ohnehin eine Scheindebatte ist. Da ein ontologischer Zugang aus meiner Sicht nicht viel weiter führt, möchte ich praxeologisch argumentieren, die Spezifik des Films vor allem als Tun in den Blick nehmen und sie aus seiner situiereten, infrastrukturierten, prozessualen sowie historisch entwickelten Praxis ableiten.

Viele Filmemacher*innen haben bei der Erstellung ihrer Filme *eine* Rezeptionssituation im Hinterkopf: das Kino. Dieser Aufführungsraum beeinflusst wesentlich die Wissensbestände, nach denen ethnografischer Film unterrichtet und produziert wird: in puncto technischer Qualität der Aufnahmen, die auf der großen Leinwand bestehen soll; in puncto Dramaturgie, die genauso spannungsvoll sein soll, wie bei Filmen, die dezidiert für eine Kinoverwertung vorgesehen sind; in puncto filmsprachlicher Mittel, die die Zuschauer*innen mit dem Gezeigten regelrecht vernähen soll –

genauso wie es das Kino als paradigmatischer Raum einer solchen Rezeption materiell und symbolisch verkörpert.

Dies zu erreichen ist nicht leicht. Der Grund dafür ist das technische Medium Film, dessen Bestandteile fast alle immanent empirisch sind. Der Informationsgehalt eines *einzig*en Filmbildes ist auch bei stärkster Konzentration immens, vor allem in dessen zeitlichem Verlauf. Permanent bricht der Zufall ein und kann jede noch so gut geplante Aussageabsicht zerfasern. Das Wissen darum führt dazu, das Medium und die ihm eigene Unkontrollierbarkeit in seinem ethnografischen *making of* durch Praktiken der Reduktion einzuhegen, um es anschlussfähig an die Erwartungen der Rezipient*innen zu machen. Auf thematischer und dramaturgischer Ebene führt dies dazu, Geschichten in bewährten Strukturen etwa nach dem Prinzip von Krise und Klimax oder kontrastiv zu konzipieren. Hilfreich hierfür ist, den Plot auf die wesentlichen Bestandteile herunterzubrechen. Auch wenn das Medium per se in der Lage ist (und es im Fall bestimmter Genres wie dem Essay-Film auch tut), offene und assoziative Strukturen anzunehmen, sind die meisten ethnografischen Filme um stringente Linearität bemüht. Dem zuträglich ist, sich auf wenige handelnde Hauptakteur*innen zu konzentrieren, die Geschichte nicht nur, aber auch entlang von „Typen“ zu entwickeln, die Stellvertreter*innenfunktion übernehmen können. Während der Filmmontage befördert der imaginierte Blick der erhofften Kinozuschauer*innen schließlich einen ziemlich rigorosen Prozess aus Verwerfung und Auswahl des „richtigen“ Materials sowie der Suche nach der eingängigen Form. Auch die Einhaltung tradierter Laufzeiten leitet sich daraus ab: Selten sind ethnografische Filme länger als 90 Minuten.

Diese Praktiken, die bezwecken, der „Wirklichkeit“ filmisch habhaft zu werden, um sie in einer durch das Kino tradierten Form zu repräsentieren, die Lust am Zuschauen erzeugt, gilt natürlich nicht für alle ethnografischen Filme, aber für viele. Das kann man zu Recht kritisieren, es bietet aber den Vorteil, ethnografische Einsichten öffentlich wirksam, weil eingängig und anregend, dabei aber immer noch qua Medium ausreichend komplex zu kommunizieren.

<https://doi.org/10.31244/zekw/2023/02.09>

Hannah Kanz

Social Media

An drei Tagen in der Woche wird über den Instagram-Account des Freiburger Instituts eine Story hochgeladen. Dort blinkt ein Schriftzug mit den Worten „*New Post*“, der zum Klicken anregen soll. Social Media beziehungsweise „vernetzende Plattformen“

(Jose van Dijck) wie Instagram, Facebook oder Twitter sind mit der Vorstellung von der Demokratisierung des öffentlichen Diskurses verbunden. Theoretisch kann hier jede Person, unabhängig von Herkunft oder Kapital, über Nacht berühmt werden, ihre Reichweite enorm steigern oder zumindest zu Diskussionen beitragen, bei denen der Zugang zu Sprecher:innenpositionen außerhalb des Internets meist durch Institutionen reguliert und kontrolliert wird. Obwohl es uns an der Universität weder an institutioneller Legitimität noch an symbolischem oder kulturellem Kapital mangelt, sind vernetzende Plattformen für die EKW unter dem Aspekt der Reichweitensteigerung – also dem Potenzial, mit einer außerakademischen Öffentlichkeit in Austausch zu treten – reizvoll. Dabei speist sich die Faszination, Sichtbarkeit für das Fach herzustellen, nicht nur aus der Forderung, als wissenschaftliche Disziplin ihrer gesellschaftlichen Verpflichtung gerecht zu werden, sondern ergibt sich genauso aus marktwirtschaftlichen universitären Logiken, welche zunehmend die Relevanz von Forschung aus (medialer) Aufmerksamkeit ableiten (und crossmediale Vernetzung forcieren).

Dass kulturelle Ausdrucksformen und die Möglichkeiten ihrer Vermittlung durch das jeweilige medientechnologische Repertoire – also sowohl durch die Eigenschaften eines Mediums als auch durch die damit verbundenen Nutzungspraktiken – geprägt sind, wurde aus Sicht der Medien- und Digitalanthropologie schon ausgiebig diskutiert. Ich möchte hier einen Blick auf einige Aspekte der empirisch-kulturwissenschaftlichen Wissenschaftskommunikation werfen, die sich aus der Ko-Konstruktion der Inhalte zwischen Nutzer:innen, Interfaces und der wechselseitigen Bedingung von algorithmisierten Logiken der Wertschöpfung und Aufmerksamkeitssteigerung ergeben.

Aktuell ist die EKW auf Instagram durch 19 deutschsprachige Institute mit eigenen Accounts (und sechs weitere über Fakultäten oder Fachschaften) repräsentiert. Dass viele der Accounts erstmals in den Jahren 2019 oder 2020 aktiv wurden, verdeutlicht in erster Linie einen in den letzten Jahren vollzogenen Umbruch in der Medienlandschaft, bei dem Instagram Facebook als eine der wichtigsten vernetzenden Plattformen ablöste. Die fünf reichweiten-stärksten Accounts des Faches bewegen sich zwischen 1.218 und 693 Follower:innen (Stand 26.07.2023) und zählen damit innerhalb der Plattformlogiken immer noch zu den kleinen Accounts (unter 10.000). Die inhaltliche Ausrichtung der publizierten Beiträge und die damit adressierten Zielgruppen unterscheiden sich je nach Account. Während @kulturanthropologie_dortmund beispielsweise das Hauptaugenmerk auf das Anwerben neuer Studierender legt und regelmäßig Eindrücke aus Ausstellungsprojekten und Publikationen gibt, stellt @uzh_populärkulturen hauptsächlich Vorträge und Veröffentlichungen der Institutsmitglieder vor und scheint sich damit an eine fachinterne Öffentlichkeit zu richten.

Ich betreue in Freiburg seit 2021 das Social-Media-Team, das sich aus studentischen Praktikant:innen und einer:einem studentischen Mitarbeiter:in zusammen-

setzt. Wir gestalten den Account als Wissenschaftskommunikations- und Informationskanal. Das bedeutet, dass das Team regelmäßig eigens für Instagram Texte schreibt und Inhalte produziert. In verschiedenen Reihenformaten sollen so die Fachperspektive und ausgewählte Forschungsthemen für eine außerakademische (Instagram-)Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Darüber hinaus teilen wir Neuigkeiten zum Institutsleben, Inhalte aus studentischen Lehrforschungsprojekten und studienrelevante Informationen zu Fristen etc.

Als schnelllebiges, visuelles Medium, das auf Ästhetisierung setzt, stellt Instagram für die Wissenschaftskommunikation eine Herausforderung dar. In der Logik der Plattform und des Design-Interface kann Text somit nur als Bildunterschrift, begrenzt auf 2.200 Zeichen, eingetragen werden. Die Aufmerksamkeit der Nutzer:innen muss also zuerst durch ein ansprechendes Bild oder eine Grafik gefangen werden, um sie überhaupt auf den Beschreibungstext, in dem wir unsere Inhalte präsentieren, aufmerksam zu machen. An dieser Stelle kann zu Recht gefragt werden, wer überhaupt Texte liest in einem Medium, in dem Nutzer:innen für gewöhnlich von einer bildgewaltigen, ästhetischen Inszenierung zur nächsten wischen. Ähnlich wie bei anderen Publikationsformaten, lässt sich das trotz der von Instagram bereitgestellten „*Insights*“ nur schwer nachvollziehen.

Neben der Zeichenbeschränkung, welche die vom Fach erhobenen Ansprüche an Komplexität und Multidimensionalität der Betrachtung bedeutend einschränkt, wird die redaktionelle Arbeit auch von Netzwerklogiken beeinflusst. Erstens zielen vernetzende Plattformen auf Reichweitensteigerung ab. Die Reichweite einzelner Beiträge und des Accounts wird für die Account-Beteiber:innen von Instagram quantifiziert und in unterschiedlichen Diagrammen als „*Insights*“ zur Verfügung gestellt. Um die Reichweite zu steigern, machen wir den Zeitpunkt, zu dem wir neue Beiträge veröffentlichen, von „algorithmischen Imaginären“ (Taina Bucher) abhängig. Hier wird also unsere Vorstellung davon, wie die Instagram-Algorithmen funktionieren und welches Verhalten von ihnen mit Reichweitensteigerung belohnt wird, handlungsleitend. Zweitens erlauben es diese Netzwerklogiken, Kooperationen und Verbindungen zwischen Instituten und Projekten, die auf Instagram vertreten sind, sichtbar zu machen. Das scheint mir insbesondere für eine Disziplin relevant zu sein, die sich bisher nur schwer auf einen gemeinsamen Namen einigen konnte.

Die Erfahrung der letzten Jahre hat außerdem gezeigt, dass es sich bei den Menschen, die wir gemessen an Interaktion – *liken*, kommentieren, teilen, abspeichern – mit unseren Beiträgen über Instagram erreichen, mehrheitlich um unsere eigenen Studierenden oder lokale Akteur:innen wie die Universitätsbibliothek oder das Uni-Museum in Freiburg handelt. Bei ersteren kann das in meinen Augen durchaus zu einer engeren Bindung an das Fach und das Institut beitragen. Mit dieser Erkenntnis drängt sich allerdings die Frage auf, warum wir so viele Ressourcen in ein Format stecken, bei dem wir die Reichweitensteigerung, die es verspricht, nicht realisieren

können. Letztlich bleibt die Erwartung bestehen, dass uns dieses Medium als Fach erlaubt, einen kleinen Beitrag zu oftmals polemisch geführten Debatten des öffentlichen Diskurses zu leisten, indem wir durch unsere empirisch-kulturwissenschaftliche Brillen unterschiedliche Betrachtungsweisen aufzeigen. Ob und wie das gelesen wird, steht auf einem anderen Blatt.

<https://doi.org/10.31244/zekw/2023/02.10>

Nina Gorgus

Ausstellungen

An der Stelle, wo sich heute das 2017 eröffnete Ausstellungshaus des Historischen Museums Frankfurt (HMF) befindet, stand bis 2012 ein Gebäude im Stil des Betonbrutalismus. 1972 wurde hier eine Dauerausstellung eröffnet, die sehr breit und kontrovers diskutiert wurde. Es sollte „eine Bildungsstätte für alle Schichten“ entstehen; ein Ort für „interessante Entdeckungen, Begegnungen und Auseinandersetzungen“, wie es das Museum beschrieb. Nicht so sehr Objekte standen im Mittelpunkt, sondern Texte, die die Objekte in einen gesellschaftlichen Zusammenhang stellten und die Stadtgeschichte nicht aus der Perspektive der Herrschenden präsentieren wollten, sondern aus der Sicht der werktätigen Klassen. Als Weiterentwicklung dieses Ansatzes führten die Kurator*innen 1980 mit der Ausstellung zu *Frauenalltag und Frauenbewegung im 20. Jahrhundert* partizipatorische Strategien in die Museumsarbeit ein. Im Vorfeld waren interessierte Personen eingeladen, über Konzept und Objektauswahl zu diskutieren. Auch Erinnerungen von Zeitzeug*innen flossen in die Kuration ein; die Ausstellung wurde zum Ort, um gesellschaftliche Debatten zu verhandeln. Dass das Museum offensiv nicht als „neutraler Ort“ auftrat, führte zu kontroversen Diskussionen. Diese Ausstellung und die Dauerausstellung agierten schon im Sinne einer „Kontaktzone“ (James Clifford), als ein Forum für den sozialen Diskurs.

Heute hat das HMF einige der Ideen weiterentwickelt und partizipatorische und inklusive Strategien ins Leitbild übernommen. Es hat den Fokus darauf gerichtet, als Plattform für den Austausch zu dienen und lädt die Stadtgesellschaft explizit ein, ihre vielfältigen Perspektiven auf die Stadt mit anderen zu teilen. In erster Linie geschieht das im Stadtlabor seit 2010. Zunächst als Pop-up-Ausstellung an unterschiedlichen Orten in Frankfurt unterwegs, bespielt das Stadtlabor seit der Eröffnung des Ausstellungshauses 2017 einen Großteil der Ausstellungsfläche der Galerie *Frankfurt Jetzt!*. Das Stadtlabor unterscheidet sich von klassisch kuratierten Ausstellungen dadurch, dass diese Schauen in mehreren Workshops in *Co-Creation* von Vertreter*innen der Stadtgesellschaft gemeinsam mit dem Museumsteam und

externen Gestalter*innen erarbeitet werden; es geht um geteilte Expertisen. In dem durchschnittlich über zwölf Monate dauernden Prozess beteiligen sich jeweils zwischen 50 bis 300 Personen an Themenschärfung, Recherchen, Konzeptentwicklung, Überlegungen zur Präsentation und Textworkshops. Der Beginn ist zumeist ein offener Aufruf; für einzelne Projekte werden auch Bürger*innen oder *communities* direkt angesprochen, um möglichst viele Gruppen der Stadtgesellschaft zu erreichen. Die Themen werden im Haus entwickelt oder auch von außen herangetragen. Die Spielregeln für die Zusammenarbeit werden in einem Leitfaden festgehalten, der für alle transparent vermittelt wird.

Für die Ausstellungen heißt das: Sie werden zur Plattform für Multiperspektivität und Diversität. Das geschieht nicht ohne Konflikte und ist jedes Mal ein Aushandlungsprozess, der viele Ressourcen benötigt. „Beziehungen zu und zwischen Teilnehmer*innen werden aufgebaut und gepflegt, Befindlichkeiten berücksichtigt, demokratische Prozesse gestaltet und eine Willkommenskultur gelebt“, so beschreibt Susanne Gesser das Vorgehen, neben Angela Jannelli eine der beiden ständigen Kuratorinnen. Am Ende eines Stadtlabors können auch andere Produkte wie ein Film, eine thematische Sommertour durch Frankfurt oder ein Sammlungs-Check stehen. Darüber hinaus können im Stadtlabor digital, einer kartenbasierten Webanwendung, Interessierte Beiträge zu ihrer Stadt wie Fotos, Videos, Audios oder Texte teilen.

Mittlerweile werden im HMF partizipative Formate auf unterschiedlichen Beteiligungsebenen auch in den anderen Ausstellungen genutzt, wie etwa die Thementour *Blickwechsel – dem Rassismus auf der Spur* in der Dauerausstellung *Frankfurt Einst?*. Oft erfolgt die Partizipation nicht im Vorfeld der Ausstellung, sondern erst in den Ausstellungen selbst. Die Besuchenden können als Beitragende Kommentare in Schriftform hinterlassen, Orte in Karten ergänzen oder über Fragen abstimmen. Der Austausch findet nur während der Laufzeit der Ausstellung statt, während die Inhalte der Stadtlabor-Ausstellungen mit Broschüren dokumentiert werden und sich so die externen Perspektiven verstetigen. Das ganze Museum öffnet sich zunehmend in und für die Stadtgesellschaft und damit auch EKW-Perspektiven.

Die Stadtlabor-Ausstellungen unterscheiden sich auf den ersten Blick nicht von anderen Ausstellungen: Es werden Objekte, Texte oder Medien im Raum in einem Narrativ inszeniert; die Gestaltung ist professionell. Natürlich ist auch eine Stadtlabor-Ausstellung ein Ort der Verhandlung der Repräsentationen von bestimmten Gruppen und Themen. Doch es ist nicht die Institution allein, die hier durch die Ausstellung spricht – es sind viele Protagonist*innen beteiligt. Die Beteiligung wird thematisiert und transparent gemacht. Auch auf der Vermittlungsebene wird eher der Dialog gesucht, um den Besucher*innen die unterschiedlichen Blicke auf ein Thema zu verdeutlichen.

Die Ausstellungen werden auf diese Weise zum Ort der Produktion von Wissen, doch nicht nur das: Sie erfahren eine relevante Erweiterung. Andere Wissensformen

als wissenschaftliches oder universitäres Wissen werden integriert und weiterentwickelt. Handlungswissen, Erfahrungswissen, lokales Wissen und vieles mehr fließt in die Inhalte ein. Die kuratorische oder institutionelle Deutungshoheit wird geteilt und die Mastererzählung in viele Narrative fragmentiert: Das Museum wird subjektiv. Genau in diesem Dazwischen, also in der Begegnung unterschiedlicher Wissensordnungen, liegt das Potenzial. Bernhard Tschofen verwendet dafür den Begriff der „trading zone“ verstanden als Koproductio von Wissen durch Interaktion unterschiedlicher Akteur*innengruppen. Ausstellungen wie das Stadtlabor werden so zu einem Wissensreservoir, das sich ständig erneuert. Dessen Bedeutung ist allen Beteiligten bewusst, wie das Statement einer Stadtlaborantin zu einem Stadtlabor über Rassismus 2021 deutlich macht: „Mein Eindruck ist, dass sich eigentlich die ‚großen‘ gesellschaftlichen Aushandlungsprozesse (Deutungshoheit, Zugang zu Ressourcen und Entscheidungen, persönliche Interessen und biographische Verletzungen usw.) bei uns im ‚Kleinen‘ widerspiegeln.“

<https://doi.org/10.31244/zekw/2023/02.11>

Moritz Ege

Vortrags- und Diskussionsformate

Zu berichten ist von einer Reihe von Diskussions- und Vortragsveranstaltungen, die 2018/19 in Göttingen stattfanden. Ihr Thema war die Elitenkritik, die Abneigung und Skepsis gegen oder gar der Hass auf (vermeintliche) Eliten, die in den Jahren zuvor besonders laut zu vernehmen waren. Uns interessierte das Antielitäre als gesellschaftliches Phänomen, als ‚kulturelles Thema‘ mit weithin unklaren Implikationen und Effekten. Letztere sollten in den Veranstaltungen mit Projektpartner:innen und anderen Gästen präsentiert und diskutiert werden. In einem interdisziplinären akademischen Arbeitskreis zur ‚Conjunctural Analysis‘ hatten wir die Elitenkritik als Leitmotiv der Gegenwart ausgemacht – ohne aber selbst das Thema oder seine aktuellen Ausformungen bis dato ausführlicher beforscht zu haben. Eine Ausschreibung des Niedersächsischen Ministeriums für Wissenschaft und Kultur zu ‚Zukunftsdiskursen‘ brachte Johannes Springer und mich dann auf die Idee, dem Thema in Vortrags- und Diskussionsformaten mit wechselnden Mit-Veranstaltenden und einer Filmreihe im lokalen Programmkinos nachzugehen.

Für uns – beide neu in Göttingen – war die Reihe ein gewisses Abenteuer, vor allem mit Blick auf die Frage nach der Größe und der Zusammensetzung der interessierten Öffentlichkeit(en) und die eigene Mobilisierungsfähigkeit. Die Lokalpresse kündigte jedenfalls die Reihe umfangreich an. Den Anfang machte ein Abend zum

Thema „Gegen die Eliten – ein Konflikt zwischen Stadt und Land?“, den die in Göttingen ansässige Agrarsoziale Gesellschaft e. V. mitveranstaltete. Inputs kamen von einem ihrer Vertreter, der als Landwirt und Agrarpolitiker sprach, einer EKWlerin sowie einem Literaturwissenschaftler. Das klassische Panel-Format mit Inputs, Diskussion auf dem Podium und Öffnung ins Publikum sorgte für reichhaltige Inhalte, war aber auch ein bisschen konventionell konzipiert. Am Ende klopfen wir Beteiligten und Veranstalter:innen uns trotzdem auf die Schulter und betonten, dass der Austausch ungemein bereichernd ist und viel öfter stattfinden sollte. Was auch stimmte.

Der nächste Termin fand im Vereinsraum der Supporters Crew 05 statt, den antifaschistischen Ultras des Göttinger Fussball-Oberligisten, und drehte sich um ein recht spezifisches, aber in diesem Kontext auch dringliches Thema: anti-elitäre Diskurse als Mobilisierungsmittel im rechten Hooliganismus. Diesen Veranstaltungsort hatte die Lokalzeitung besonders bemerkenswert gefunden: die Uni bei den Ultras! Vertreter der Supporters Crew waren fürs Podium angefragt, sie diskutierten aber lieber aus dem Publikum mit. Allerdings: Diesmal war die Veranstaltung richtig schlecht besucht. Einerseits war's trotzdem eine sehr produktive Runde, nach der wir und einige der Supporters anders auf das Thema blickten als zuvor. Andererseits wuchsen auch die Zweifel: War der Zugang zum Thema zu intellektualistisch-reflexiv, zu wenig praxis- und lösungsorientiert, selbst für die Projektpartner? Die Themen der folgenden Abende fanden dann eher ihr Publikum. Im Gewerkschaftshaus sprachen Streikforscher- und Gewerkschafter:innen sowie Studierende über die Frage, ob sich die elitenkritische Stimmung auch in Arbeitskämpfen bemerkbar macht. Rückblickend denke ich, dass es auch der starke Rückbezug zum Arbeitsfeld der Universität selbst war, der hier für eine besondere Diskussionsintensität sorgte.

Die Zukunftswerkstatt im Ihme-Zentrum, einem brutalistischen Gebäudekomplex in Hannover, war ein weiterer Schauplatz der Reihe. Dort hatten Modedesign-Studierende eine Ausstellung mit Mode-Entwürfen vorbereitet, die das Anti-Elitäre ästhetisch thematisierten; zwei Forscherinnen debattierten u. a. über High-End-Streetwear und die feministische Kritik an einer hyperfemininen Ästhetik, wobei sich letztere möglicherweise auch in eine Traditionslinie selbstbewusst-antielitärer Vulgarität einordnen lässt. Die Zusammensetzung des Publikums war uns weniger durchschaubar als an den Abenden zuvor. Es war eine begeisternde Veranstaltung, fand ich – aufgrund der Ausstellung, der Club-Atmosphäre, des Interesses der anwesenden Modebegeisterten als auch politischer Spannungen, die sich in den Präsentationen und in der Diskussion entwickelten.

Die Lesenden werden bemerkt haben: Die Geschichte einer solchen Veranstaltungsreihe lässt sich unterschiedlich erzählen; auch unterschiedliche Punkte als exemplarisch, vielleicht inspirierend oder zumindest als symptomatisch hervorheben. Zunächst einmal haben solche Formate, wie hoffentlich deutlich wurde, viel für sich: Wie von den Förderern vorgesehen, zerbrachen sich Wissenschaftler:innen und An-

gehörige verschiedener Öffentlichkeiten gemeinsam den Kopf. Über Medienberichterstattung, Infomaterial und Publikationen erreichte das Projekt noch einmal ein größeres Publikum. Die ästhetische Komponente und die verschiedenen beteiligten Disziplinen und Praxis-Perspektiven erzeugten eine inhaltliche Vielstimmigkeit, in der sich das Thema der Reihe immer wieder neu wahrnehmen ließ.

Als Organisatoren lernten wir auch einiges über Regeln solcher Kooperationen, die uns vorher eher abstrakt bewusst gewesen waren: über die Notwendigkeit, Projektpartner:innen bereits in der Konzeptionsphase zu involvieren, um Interessen und Ziele zu besprechen und das Vorhaben wirklich als gemeinsames zu beginnen; über den Segen einer professionellen Moderation; oder auch über die Balance zwischen offenen und partizipativen Veranstaltungsformaten und der (nicht zuletzt eigenen) Erwartung nach substanziellem Input. Und wir wussten die finanzielle Förderung zu schätzen, die uns Freiheiten gab, die im Universitätsalltag sonst eher nicht vorhanden sind.

Dass aber auch nicht alles aufging, klang bereits an und lässt sich etwas subjektiv anhand der Veranstaltergefühlslagen beschreiben: Waren wir nach manchen Abenden geradezu euphorisch, so schien sich an anderen der Verdacht zu bestätigen, dass das, was man als Kulturwissenschaftler macht, nicht immer so viele Leute interessiert, die gerade keine ECTS-Punkte zu erwerben haben (zumindest, wenn man keine Promis zu bieten hat). Und auch, wenn die nächste, turbulentere Veranstaltungsrunde solche Selbstzweifel wieder zerstreute, standen am Ende auch einige grundsätzliche Fragen im Raum: Sollte man nicht lieber zuerst gründlicher forschen, bevor es „an die Öffentlichkeit“ geht und man zusammen mit anderen Leuten laut über Dinge nachdenkt? Oder wäre das dann gerade wieder – wie wir in der Konzeption der Reihe eigentlich dachten – ein allzu konventionelles Verständnis des Wissen-raus-in-die-Welt-Tragens? Im Prozess selbst blieb wenig Zeit und Raum, solchen Ambivalenzen nachzugehen. Es hilft aber, denke ich, die Frage, wer was von einer solchen Veranstaltung hat, wessen Probleme sie löst und welche Voraussetzungen sie reproduziert, recht offensiv anzugehen. Das Thema des Anti-Elitären jedenfalls, an dem wir uns abarbeiteten, gewann in der Folge politisch weiter an Bedeutung; die heikle Frage nach der Rolle akademischer Milieus und Expert:innen in dieser Konstellation nicht weniger.

<https://doi.org/10.31244/zekw/2023/02.12>

Lea Breitsprecher, Sarah May

Photovoice und Plakat

Ein Montagabend im Frühsommer 2023 am Freiburger Hauptbahnhof: Ein großformatiges Plakat, drei- auf zweieinhalb Meter, steht an Gleis 1 in Abschnitt C. Es zeigt die Fotografie einer Tannenspitze. An ihr befestigt: ein orangenes Plastikteil, grafisch akzentuiert durch einen pinkfarbenen Rahmen. Darunter die Zeilen, eingeleitet von einem pinken Doppelpfeil: „Ich will das ja auch ein bisschen steuern. Also, ich versuche hier. . . Naturverjüngung: Buche, Ahorn und Esche kommt dann mit hoch. Und unter anderem eben auch diese Tanne.“ Plakate gibt es viele am Bahnhof. Sie werben für Limonade, Kredite und Hotels. – Wie passen Zitat und Tanne da hinein?

Eine Gruppe von rund 40 Personen steht vor dem Plakat. Ein Mann erklärt über den Lärm hinweg, dass das Plastikteil auf dem Foto eine „Bisschutzmanschette“ sei; sie schütze den jungen Baum vor hungrigen Rehen und sei Ausgangspunkt für kulturalanalytische Überlegungen zu land- und forstwirtschaftlichen Wissensbeständen, Mensch-Umwelt-Beziehungen und Zukunftsentwürfen, die seine Mitstudierenden und er entwickelt hätten.

Die Szene beschreibt einen Ausschnitt der Abschlussveranstaltung des Studienprojekts *Bioökonomie ins Bild rücken*. 16 Bachelorstudierende der Freiburger Kulturanthropologie forschten zwischen Sommer 2022 und Frühjahr 2023 zur Frage, wie die politische Idee von ‚Bioökonomie‘ – der Defossilisierung der Wirtschaft durch den gesteigerten Einsatz biobasierter Rohstoffe – in der land- und forstwirtschaftlichen Praxis bewertet und umgesetzt wird. Die Ergebnisse sollten (außer-)universitäre Öffentlichkeiten adressieren: Großflächenplakat, Webseite und Instagram waren die Formate der Präsentation beziehungsweise des ‚Grenzverkehrs‘ im Seminar.

Mit Blick auf Potenziale und Limitationen der Großflächenplakate wird zunächst die Erhebungsphase relevant. Wir nutzten die Methode ‚Photovoice‘, die ursprünglich aus den Gesundheitswissenschaften kommt und visuelle mit narrativen Feldzugängen verknüpft: Die Feldpartner:innen erhalten eine Kamera, um für sie relevante Ausschnitte ihrer Alltage zu dokumentieren. Nach einem festen Zeitraum werden die Fotos im Gespräch kontextualisiert. Photovoice sieht vor, die Ergebnisse in Feld und Öffentlichkeit zu kommunizieren. Wie lässt sich dieser Anspruch auf ein kulturanthropologisches Forschungsprojekt übertragen?

Land- und Forstwirt:innen stehen in einem kulturalanalytisch interessanten Spannungsverhältnis: Sie sollen die für bioökonomische Innovationen benötigte Biomasse bereitstellen, werden medial jedoch kaum als Akteur:innen ökologischer Transformation benannt, sondern eher kritisiert. Wenn das Seminar Alltag und Deutungen der Land- und Forstwirt:innen in den Fokus rückte, hatte dies keinen normativen Anspruch, sondern folgte dem Ziel, die dichotomen Zuschreibungen zu dekonstruieren, Komplexität zu steigern und eine kulturalanalytische Neugier („Was passiert hier eigentlich?“) zu vermitteln.



Foto: Lea Breitsprecher

Um das zu erreichen, entwarfen wir vier Plakatskizzen, je eine für jeden beteiligten Betrieb, als visuelle Störmomente im urbanen Raum. Die Skizzen bestehen aus einem Foto und einem Zitat der Feldpartner:innen, einem farbigen Rahmen als Designelement und einem QR-Code, der auf unsere Webseite lenkt. Wir platzierten die Plakate an 16 Orten des Durchgangs und des Konsums in Stuttgart und Freiburg. Sie sollten wie Exponate einer Ausstellung wirken, die nicht auf ein Produkt verweisen, sondern Alltag reflektieren. Um dies zu unterstützen, wählten wir den Bruch als Maxime der Gestaltung: Motive der Landwirtschaft sind vor allem grün, gelb und braun? Also legen wir einen pinken Rahmen darüber. Das Foto zeigt die Technik einer Biogasanlage? Wir wählen ein Zitat zu Natur. Eine Tanne? Hängen wir sie doch in den Bahnhof! Wir wollten Komplexität schaffen, verfremden, irritieren, die kulturalanalytischen Perspektiven großmachen. Die Plakate sind Verdichtungen unserer Deutungen und Analysen. Der Grenzverkehr war damit vorbereitet.

Generell war die Konzeption der Plakate durch viele Vorannahmen geprägt. Das Projekt finanzierten wir mithilfe der Förderlinie *Freiraum 2022* der *Stiftung Innovation in der Hochschullehre*. Hierfür mussten wir bereits im Antrag die Formate der Ergebnispräsentation benennen – die Entscheidung für Plakate war also dem Forschungsprozess vorgelagert und nahm damit auch Einfluss auf ihn: Wir wählten für die Umsetzung von Photovoice Systemkameras, da diese die hohe Auflösung für den großformatigen Druck garantierten; die Geräte waren allerdings recht unhandlich

und nicht sofort intuitiv zu bedienen. So entstanden vermutlich andere Ergebnisse als dies mit Smartphones oder Einwegkameras der Fall gewesen wäre.

In Bezug auf die Plakate sind sicher auch die Sehgewohnheiten nicht zu unterschätzen, die einen Verweis auf ein Produkt oder eine Marke nahelegen. Im Modus der doppelten Repräsentation haben wir Fotos der Plakate auf Instagram veröffentlicht; darunter kommentierte ein Follower: „Das nenn’ ich mal Marketing“. Fragt sich nur: für was? Unsere Universität? Die Kulturanthropologie? Oder Landwirtschaft und Bioökonomie? Wir wollten „ins Bild rücken“, Fragen aufwerfen, primär nicht werben. Aber vielleicht lässt sich dies auch nicht ganz umgehen, da wir ein so öffentlichkeitswirksames Format wie das Plakat wählten. An das Plakat scheint eine Marketingwartung geknüpft, die sich eventuell auch dann realisiert, wenn man versucht, sie bewusst zu brechen.

Die letzte Station der Abschlussveranstaltung ist ein Plakat vor dem Haus des Badischen Landwirtschaftlichen Hauptverbands – dieser hatte die Kontakte zu den Landwirt:innen vermittelt. Die Gruppe positioniert sich um das Plakat des Heidenhofs. Die Familie, die den Hof in Südbaden betreibt, ist anwesend, steht nun vor, ihrem Plakat: Darauf zu sehen sind zwei Familienmitglieder bei ihrer Arbeit an der Biogasanlage. Es sei beeindruckend, dass ihr Alltag hier zu sehen und an dieser Straße in der Stadt kaum zu übersehen sei, kommentiert ein Familienmitglied: Sie hätten sich nun auch eine Kamera gekauft und wollten ihren Alltag weiter dokumentieren. Hinterfragen, was sie täglich tun.

Realisierte das Projekt nun Grenzverkehr zwischen Stadt und Land? Zwischen Universität und Öffentlichkeit? – Auf jeden Fall den zwischen Kulturanthropologie und Landwirtschaft.

<https://doi.org/10.31244/zekw/2023/02.13>