



In einer Kneipe 40 Kilometer westlich von London kommt die Kunst besonders nah ans Volk. Im Pissoir eines Pubs in der Kleinstadt Reading hat der Photograph George Desaxe seine Photos ausgestellt. Kneipenwirt George Scott ist sehr zufrieden, da nach einem Bericht in der Lokalzeitung die Zahl der Gäste stieg. Wirtin Rose Scott arrangiert für interessierte Damen „special tours“ in das Herrenklo.

Wörterbuch für Amideutsch

Ein „polemisches Wörterbuch der anglo-deutschen Sprache“ ist unter dem Titel „Amideutsch“ diesen Monat im Fischer-Verlag erschienen. Von „action“ bis „zoom“ hat der Mainzer Übersetzer Alfred Probst aus Zeitungen und Zeitschriften wie „Zeit“ und SPIEGEL „Sprachmüll“ gesammelt, unter dem das Deutsche begraben werde. „Allroundathlet, Allroundkleid, Allroundunterhalter“ und andere Allround-Kombinationen verzeichne sogar der Duden, und so was, mokiert sich der Purist, „schimpft sich dann Wörterbuch der deutschen Sprache“. Im Fernsehen ist die Auswärts-Sprache besonders verbreitet: „Kein feeling fürs richtige timing“, hat Probst von einem TV-Serienstar gehört.

Schneller Trinken mit Johnny Cash

Amerikas Barbesitzer haben heimliche Bundesgenossen: Sänger, die im Stil der Coun-

try & Western-Musik (C&W) von einsamen Weidehirten in sternenklaren Nächten, treulosen Liebsten und wahren Whiskyflaschen-Freunden erzählen, steigern den Alkoholkonsum kräftig. Anthropologen der University of Minnesota und der University of Montana beobachteten Tausende regelmäßiger Kunden von C&W-Bars in den Städten Minneapolis (Minnesota) und Missoula (Mon-



Cash

tana). Fazit der drei- bis zehnjährigen Studien: Je langsamer und eintöniger der Rhythmus, je wehleidiger und trauriger der Text, desto schneller trank die Kundschaft. Wenn Elegien von C&W-Interpreten wie Hank Williams, Johnny Cash oder Willie Nelson aus Musikbox oder Radio durch die Kneipe wehten, wurde an der Theke seufzend „another beer“ geordert. „Nirgendwo sonst“, befindet Trinkforscher James Schaefer von der Uni in Minneapolis, verlören Menschen gegenüber dem Alkohol „leichter ihre Selbstkontrolle und Zurückhaltung als in Bars mit C&W-Beschallung“.

Skispringen für Touristen

Das „berauschende Gefühl zu fliegen“, das den deutschen Skiflieger Dieter Thoma bei seinen Sprüngen in die Weltklasse überkam, können neuerdings auch beherzte Ski-Touristen empfinden: Im österreichischen Bad Gaißern unterrichtet Sepp Lichtenegger, zweimaliger Olympiateilnehmer im Skisprin-

gen, die Kunst des Brettfliegens. Die ersten Hupfer absolviert der Skisprungschüler, noch mit Alpinski unter den Füßen, von einem Bukkel, der 15-Meter-Sätze ermöglicht. Im Laufe der fünf Kurstage (à vier Stunden) führt Lichtenegger seine Lehrlinge an eine 40-Meter-Schanze heran. Die Skiflugwoche kostet inklusive Unterkunft ab 659 Mark, die Ausrüstung wird gestellt – einzige Voraussetzung: „A bisserl sportlich“, empfiehlt Lichtenegger, „dürften's scho sein.“

Bildtelefon in der Peep-Show

Noch bevor die Bundespost demnächst das Bildtelefon anbietet, hat sich das Amü-



Bildtelefonsex-Kunde, Modell

siergewerbe der neuen Kommunikationsmöglichkeit angenommen. In einem Hamburger Peep-Show-Etablissement wird die Verbindung zwischen Mann und Frau per Bild und Telefon hergestellt. Auf Knopfdruck erscheint in einer Kabine auf dem Bildschirm ein Modell. Über einen weiteren Knopf stellt der Kunde den Sprachkontakt her und tut seine Wünsche hinsichtlich besonderer Bewegungen oder Posen kund. Über eine dritte Taste schließlich sind acht Kameras zu bedienen, die das Modell aus verschiedenen Perspektiven filmen.