

# Die Welt im Radio

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Film und Radio mit Fernsehen**

Band (Jahr): **7 (1955)**

Heft 21

PDF erstellt am: **08.08.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## Revolution im englischen Radio ?

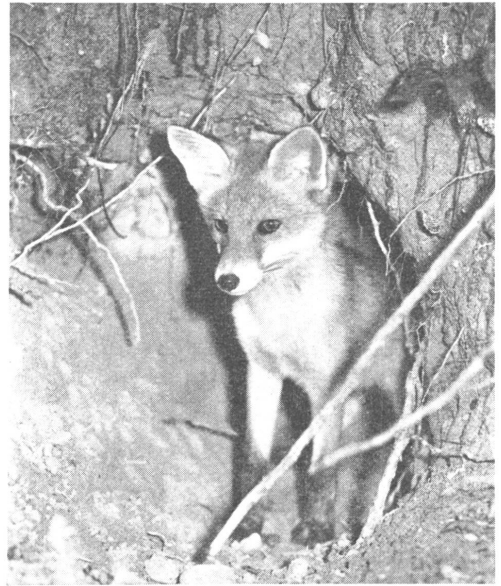
ZS. Es bedeutete sicher eine große Aenderung im englischen Rundspruch, als die Fernsehreklame zugelassen wurde. Dementsprechend ist die heimliche Aufregung groß, was nun kommen werde (wenn auch nach außen echt englisch sich niemand etwas anmerken läßt). Aber man stelle sich vor, daß vielleicht der Eindringling in die geheiligten Räume der englischen Rundspruchgesellschaft, der BBC, sich als lockerer Geselle entpuppen sollte, der den Geschmack und die ebenso geheiligten Konventionen der Mitbewohner im Haus korrumpieren würde! Man hat aber alle Vorsichtsmaßregeln getroffen, sich bis an die Zähne bewaffnet, falls die neue Mitbewohnerin Reklame sich als ungebärdiger Starrkopf erweisen sollte. Die vertraglichen Bestimmungen sind sehr streng und suchen allen möglichen Situationen zu begegnen. Trotzdem aber wird es die englische Radiofamilie in Zukunft nicht mehr so leicht wie früher haben.

Wird der englische Rundspruch deshalb seinen Geist ändern? Wir glauben nicht, er hat schon anderes erlebt. Seit 1926 besitzt die BBC das Monopol für Radiosendungen in England, wobei ihr Neutralität und Unabhängigkeit vom Staate zugesichert wurde. Das Parlament hat darüber zu wachen und besorgt dies ausgiebig. Aber sie hat alle Nachteile zu tragen, die eine Monopolstellung verursacht, sei sie privat oder staatlich. Es kommt immer wieder zu öffentlichen Angriffen, deren Urheber nicht selten Männer von Format sind. Schon 1925 wehrte sich G. K. Chesterton heftig gegen die Schaffung einer einzigen Monopolorganisation: «Man halte sich bloß einmal vor Augen, was geschehen würde, wenn die Regierung eines Tages erklärte, eine gänzlich neue Buchdruckerpresse, alle ändern weit übertreffend, dürfe nur zur Verfügung der Regierung stehen. Parlamentarier und Volk kämen wie brüllende Löwen gestürzt. Aber genau das haben wir gemacht mit der neuen Erfindung des Radios. Ich verstehe nicht, daß man das Ungeheuerliche daran nicht sieht. Aber ich vermute, daß sogar Jona, als er einst gefressen wurde, den Walfisch nicht sehen konnte, in dessen Bauch er sich befand.»

Bald setzten dann Angriffe gegen die Sprache ein, wie sie am Mikrophon gesprochen wurde, das «BBC-Englisch» (was sich ja periodisch auch in der Schweiz wiederholt). Es wurde eine besondere Kommission geschaffen, die darüber zu wachen hatte, daß das gesprochene Radio-Wort im ganzen Lande verstanden wurde. Ihre Beratungen waren jeweils überaus anregend und unterhaltend, denn ihr Präsident war — Bernhard Shaw. — Die letzte Auseinandersetzung brach angesichts der Vorschrift aus, daß die BBC keine Angelegenheit vor dem Mikrophon diskutieren dürfe, die innert zwei Wochen im Parlament behandelt würde. Als die Regierung die Herstellung von H-Bomben ankündigte, brach der Sturm in der Öffentlichkeit los. Die Herren Parlamentarier hatten sich also ein weichgepolstertes Bett geschaffen; ihre Angelegenheiten sollten am Radio nicht mehr diskutiert werden dürfen! Die Zeitungen dampften: Einschränkung des Rechtes auf Meinungsäußerung! Vergewaltigung! Doch Churchill blieb fest. Und interessanterweise unterstützte ihn Attlee in diesem Punkte. Der Angriff war abgeschlagen. Die Grundkonzeption der BBC, von ihr oft verkündet, lautet eben: «Es ist unsere Pflicht, nicht nur der Unterhaltung zu dienen, sondern auch kulturellen Bestrebungen. Es ist die soziale Aufgabe des Radios und die einzige Rechtfertigung für seine Existenz innerhalb der Gesellschaft, daß es auch ein Werkzeug für die Hebung des öffentlichen Geschmacks darstellt.»

Das heißt nichts anderes, als daß das Publikum am Radio nicht einfach das erhalten soll, was es wünscht, sondern das, was es nach der Meinung der gebildeten BBC-Leitung wünschen sollte. Also keine Programme, welche möglichst viele Leute anziehen. Die englischen Radiosendungen können deshalb langweilig oder bombastisch oder sonstwie schwach sein, die Hörerschaft wird sie weiter vorgesetzt bekommen. Man wirft der BBC vor, sie habe eine völlig unangebrachte, greisenhafte Ehrfurcht vor aller Autorität; sie benötige frisches, rotes Blut. Aber es muß doch anerkannt werden, daß sie mit diesem System im Laufe der Jahre den öffentlichen Geschmack merklich gehoben hat.

Deshalb hat der Reklamebeschluß für das Fernsehen eine so große Aufregung erzeugt. Zweifellos bildet er einen Einbruch in das Prinzip der Hebung des öffentlichen Geschmacks. Doch das Publikum ist ihm mehrheitlich nicht feindlich gesinnt. Fraglich ist nur, ob die Industrie, welche die Reklame bezahlen soll, nicht findet, sie müsse zu viel bezahlen für zu wenig, und deshalb streiken wird. Es ist aber nicht ausgeschlossen, daß sich zwischen ihr und dem normalen Fernsehen ein gesunder Wettbewerb für gute Sendungen entwickelt, was nur günstige Folgen haben könnte. Hier muß die Erfahrung abgewartet werden.



Jungfuchs vor dem Bau. Szene aus dem ausgezeichneten, in sechsjähriger Arbeit entstandenen, preisgekrönten Schweizer Dokumentarfilm «Waldzauber» von O. Schmid in Amriswil.

## Religiöser Aufschwung in Amerika — durch Radio und Fernsehen

ZS. Ueber 60 Prozent aller Amerikaner sind eingeschriebene Mitglieder einer Kirche, und diese Mitgliedschaften nehmen stärker zu als die Bevölkerung, so daß der Prozentsatz noch steigen wird. Die finanziellen Beiträge stiegen sogar noch mehr an als die Mitgliedschaften, jedenfalls bei jenen Kirchen, welche ihre Einnahmen zu veröffentlichten pflegen. Der durchschnittliche Protestant zahlt in der Woche etwa 6 Franken an seine Kirche.

Von den kirchlichen Mitgliedern, die mehr als 97 Millionen Menschen umfassen, sind etwa 60 Prozent Protestanten, ein Drittel ist römisch-katholisch, 6 Prozent jüdisch, und der Rest eine erstaunliche Mischung von verschiedenen Religionen, die beweisen, daß in dem toleranten Amerika alles Erdenkliche unbehindert gedeihen kann. Bei den Protestanten bilden die Baptisten und die Methodisten die größten Gruppen. Die Methodisten haben, anders als in England, in Amerika eine stets wachsende Bedeutung. Die größte Einzelgruppe stellt allerdings jene große Masse dar, die sich zwar als Christen bekennen, aber nicht genau wissen, zu welcher Gruppe sie eigentlich gehören. Die Katholiken machen etwa 20 Prozent der Bevölkerung aus. 1954 wiesen alle Glaubensformen zahlenmäßigen Zuwachs auf: die Protestanten wuchsen um etwa 2,3 Prozent, die römischen Katholiken, vorwiegend durch Einwanderung aus armen Gegenden Europas und Südamerikas, um 2,9 Prozent, und die Juden um 10 Prozent. Pfarrer gibt es heute in Amerika mehr als jemals, über 213 000, verglichen mit 208 000 in 1953. Für Kirchenbauten herrscht ein richtiger Boom, ein rasanter Aufschwung. 1954 wurde die unglaubliche Summe von mehr als 2,1 Milliarden Franken für neue Kirchen verwendet, ein Zuwachs von mehr als 400 Millionen gegenüber 1953.

Den Ursachen für diese Aufwärtsentwicklung nachzugehen ist nicht leicht. Die Amerikaner haben sich immer für eine auserwählte Rasse gehalten und sich niemals besonnen, dafür zu danken, trotz der Existenz von etwa 60 Millionen Menschen, die mehr oder weniger als Heiden bezeichnet werden müssen. Selbstverständlich hat auch der wirtschaftliche Aufschwung der letzten Jahre die amerikanischen Taschen mehr als gewöhnlich geöffnet. Der Kalte Krieg und die Atomentwicklung dürften ebenfalls mitgewirkt haben. Aber am bedeutsamsten erscheint doch, wie aus Amerika geschrieben wird, die andersartige soziale Stellung der Religion in Amerika sich ausgewirkt zu haben. Sie ist da viel zweckgebundener, mehr in Richtung einer sozialen Philosophie. Selbst die Pfarrer sind, mit Verlaub gesagt, irgendwie Geschäftsleute und werden für Erfolge religiöser Art geschult wie andere für Erfolge in wirtschaftlicher Richtung. Vor allem werden sie genau ausgebildet, um auf alle Arten ihre Botschaft verkünden zu können: in öffentlicher Rede, im Schreiben so gut wie im Radio und Fernsehen. Die Amerikaner haben die Erfahrung gemacht, daß auf die Dauer die Wirkung von Radio und Fernsehen in religiöser Beziehung, zweckbestimmt angewandt, ungeheuer ist. Nicht nur weil damit auch jene Leute erfaßt werden können, die nie eine Kirche besuchen und von einem Pfarrer nichts wissen wollen, sondern auch wegen der suggestiven Kraft, welche diesen neuen technischen Mitteln, zu denen auch immer mehr der Film gehört, innewohnt. Ein Theologiestudium ohne Schulung auf diesem Gebiet ist dort heute undenkbar, wobei alle Kirchen eifrig dabei sind, die Fähigkeiten scharf auszulesen und sie mit allen Mitteln zu unterstützen.