

Zum Kapitel : bessere Sendungen und Filme

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Film und Radio mit Fernsehen**

Band (Jahr): **11 (1959)**

Heft 9

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-962971>

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.

DER STANDORT

ZUM KAPITEL: BESSERE SENDUNGEN UND FILME

FH. Verbesserung der Programme der Massenbeeinflussungsmittel Film, Radio und Fernsehen, Hebung ihrer Qualität, ist eines der unverrückbaren Ziele aller Kulturorganisationen, und vor allem der kirchlichen, skeptischem Achselzucken und snobistischem Gebahren zum Trotz. Dass hier Erfolge möglich sind, wenn die richtigen Leute an die richtige Stelle gesetzt werden, ist zweifellos. Einen Beweis dafür liefert uns die Veröffentlichung von Mildred Alberg in einer amerikanischen Zeitschrift über ihre Tätigkeit als Leiterin einer grossen Fernsehproduktion.

Es ist leicht, Fernsehsendungen (oder Filme) herzustellen, die beim Massenpublikum Anklang finden, sofern die nötigen Mittel vorhanden sind. In Amerika heisst das Rezept: Man nehme einen Hollywood-Star, eine einfache Kalendergeschichte und einen Haufen Geld für eine grossartige Ausstattung. Auf diese Weise gelangen ihr sofort Erfolgssendungen. Sie wünschte jedoch diese um keinen Preis der Welt fortzusetzen, weil sie ihr zu billig, zu gewöhnlich und zu blöde vorkamen. Sie wagte sich bald an "Mensch und Uebermensch" von Shaw, jener Komödie, in der ein hartgesottener Junggeselle sich vergebens dagegen wehrt, darin von einem Mädchen geheiratet zu werden, das sich gerade das ins Köpfchen gesetzt hat. Als er sich in der Falle glaubt, lässt er eine grosse Tirade gegen die Mütter heiratsfähiger Töchter los, sie als Ungeheuer hinstellend. Nun ist der "Muttertag" in Amerika einer der wichtigsten Geschäftstage, und ausserdem, wehe dem, der in diesem Land mächtiger Frauenorganisationen frauenfeindliche Angriffe unternimmt! Die Fernsehgesellschaft wurde ausserdem von einer Firma finanziert, die massenhaft Glückwunschkarten, die am Muttertag besonders Absatz finden, herstellt. Prompt kam denn auch von oben die Weisung, die anrührende Stelle über die Mütter auszumerzen. Frau Alberg weigerte sich; dort befände sich ein Höhepunkt der Komödie, der nicht herausgeschnitten dürfe. Lieber keinen als ein verwässerter Shaw! Die Direktion wollte jedoch kein Risiko laufen, doch konnte Frau Alberg noch weiter oben einen Entscheid zu ihren Gunsten erwirken - und die Sendung wurde ein ganz grosser Erfolg. Keine einzige Reklamation aus der angestrahelten 20-Millionen Bevölkerung traf ein. Die Komödie wurde überall als geistvolle Unterhaltung aufgenommen, hoch über dem gewöhnlichen Durchschnitt stehend.

Der Erfolg ermutigte sie. Sie wagte sich an eine Sendung von "Green Pastures" ("Die grünen Weiden", auch als Film herausgekommen) durch Schauspieler, jene warmherzige Darstellung des alten Testaments durch Neger aus dem ländlichen Süden. Es war trotz der Preise, die das Werk erhalten hatte, grosser Widerspruch denkbar. Z. B. konnten die Fundamentalisten zweifellos die Darstellung Gottes als blasphemisch bezeichnen. Frau Alberg wusste, dass sie ihren Kopf riskierte. Schon mit dem Bekanntwerden des Planes begannen denn auch sofort die Pressionen. Selbst Neger befanden sich darunter, die behaupteten, sie würden in dem Schauspiel lächerlich gemacht, aber auch weise Snobs, die eine Verwässerung befürchteten, sofern nur die geringste Aenderung am Text vorgenommen würde. Die Hoffnung, der Aufstand würde bald abflauen, wurde zunichte, als der Rassen-Schulkonflikt in Little Rock ausbrach. Man würde jetzt wohl allerlei in der Sendung erblicken, jedenfalls eine politische Stellungnahme. Nach allen Seiten musste beschworen und beschwichtigt und prominente Persönlichkeiten um Hilfe angegangen werden. In der rassen-politischen Tageshitze wurden die Proben eine fürchterliche Nervenanstrengung, jeder Schauspieler fürchtete, mit seinem Text öffentlich Anstoss zu erregen. Die kleinste Kleinigkeit musste geprüft werden, ob sie nicht vielleicht zu Missdeutungen Anlass geben könnte. Alles wurde langsam hysterisch. Scharen von Pfarrern und Predigern und Negern wurden zugezogen, um alles auf das Genaueste zu prüfen. Manche Kleinigkeit wurde zwar geändert,

aber im Ganzen blieben Text und Szenen unverrückbar stehen mit dem ganzen Ideengehalt. Den schlimmsten Streich spielte ihr der inzwischen tödlich verunglückte Mike Todd, Ehemann von Elisabeth Taylor. Er setzte bei einer Konkurrenzkette von Fernsehsendern eine Riesenparade aller Mitwirkenden seines Films "Reise um die Welt in 80 Tagen" an, mit den berühmtesten Filmstars und Clowns, genau auf die gleiche Minute. Die Zuschauerzahl sank infolgedessen auf die Hälfte, - doch die Kritik war glänzend, "einer der ruhmreichsten Fernsehabend" nannte es eine führende Zeitung und Andere stimmten ein. Todd wurde von allen Seiten wegen seiner billigen Konkurrenzierung heftig angegriffen. Die Sendung musste wiederholt werden. Seitdem ist Frau Alberg überzeugt, dass das Ansehen und die gewichtige Zuhörerschaft, die eine Fernsehstation (oder ein Filmproduzent) durch mutiges Anfassen "heisser Eisen" gewinnt, bei weitem den möglichen Verlust von anderm Publikum übertrifft.

Sie hatte auch Rückschläge zu verzeichnen. Als sie z. B. die auch als Film erschienene, witzige Komödie "Born Yesterday" herausbrachte, gab es eine Katastrophe, die ihrer Laufbahn beinahe ein Ende setzte. Sicher zählt die Geschichte der ungebildeten Freundin eines Senators, die in Washington durch einen Lehrer gebildet werden soll, und neben der höhern Bildung gleich auch den Lehrer dazu erringt, nicht zu den besonders moralischen Bildern des heutigen Lebens. Hier hat Frau Alberg die viel stärkere, unmittelbare Wirkung des Fernsehens auf die Familie gegenüber dem Bühnenstück oder dem Film unterschätzt. Die Folge war eine Schockwirkung, noch verstärkt durch die Sendezeit am Sonntag-Abend, wo viele Familien dem Fernsehen huldigen. In der Telefonzentrale "leuchteten die Lichter auf der Verbindungstafel auf wie ein grosser Weihnachtsbaum", ein niedagewesener Sturm setzte ein, "es schien, wie wenn jeder Einwohner Amerikas auf den Direktor einbrüllen wollte, weil er das Stück über den Sender hatte laufen lassen". Von den Bergen von Protestbriefen, die lastwagenweise kamen, nicht zu reden. An einer grosse Protestversammlung gab dann der Direktor bekannt, dass nur noch Familiengeeignete Sendungen passieren dürften. Das hinderte nicht, dass Frau Alberg später "Die kleinen Füchse" (in der Schweiz mit Bette Davis als Film gelaufen), herausbrachte, die Geschichte einer hartherzigen Frau, die zur Mörderin wird. Die Direktion vertrat den Standpunkt, "dass es richtiger sei, 20 Millionen richtig, herzlich, packend zu erfassen, als 30 Millionen nur oberflächlich mit hübschen Mädchen und Firlefanz". Es ist ihr jetzt sogar gelungen, Hamlet und andere Dramen Shakespears mit grossem Erfolg, auf 2 Stunden gekürzt, auf den Fernsehschirm zu bringen, was alle Sachverständigen als reiner Wahnsinn erklärt hatten, und sich dafür ein Riesenpublikum zu schaffen.

Immer auf Nummer sicher zu setzen, scheint ihr das grösste Uebel bei den Massenbeeinflussungsmitteln. Das Resultat kann nur in farblosen, oberflächlichen Leistungen bestehen. Kulturell bedeutende oder umstrittene Stoffe sind keine Gefahr für die Kassen, wenn sie packend gestaltet sind. Der verbreitete Grundsatz "Wer das Publikum für dumm nimmt, ist noch niemals bankerott geworden", ist falsch. Es gibt ein hochwertiges, breites Publikum, das nicht leichte Unterhaltung, sondern interessante und geistvolle Unterhaltung sucht. "Film, Radio und Fernsehen sind durch solche, falschen Grundsätze in ihrem Reifeprozess empfindlich geschädigt worden", meint sie. Es ist Zeit dass man überall aus solchen Erfahrungen lernt.

DAS ZEITGESCHEHEN IM FILM

Die neuesten, schweizerischen Filmwochenschauen.

Nr. 865: Schweizer Mustermesse Basel - Schweizerische Geräte- und Maschinenbauerschaft in Bern

Nr. 866: Verbot der Atomwaffenversuche? - Krankenschwestern im Wolkenkratzer - Tiere im Schulzimmer - Schweizercup-Final.