

Gedanken am Bildschirm

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Zoom : illustrierte Halbmonatsschrift für Film, Radio und Fernsehen**

Band (Jahr): **23 (1971)**

Heft 15

PDF erstellt am: **13.09.2024**

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.

GEDANKEN AM BILDSCHIRM

Die Jesus-People

Zum Bericht von Wolf von Lojewski in der ARD

Der in den Programmen abgedruckte Titel «Die Jesus-People» konnte nur dem verständlich sein, der schon etwas von der neuen religiösen Welle in den Vereinigten Staaten vernommen hatte, in der Jesus zum Hippie umstilisiert und der Jesus-Trip als Drogensersatz angeboten wird. Ein Titel mit grösserem Informationsgehalt wäre darum sicher gut gewesen, um weitere Zuschauer für diese Sendung zu interessieren, die in der Tat aufschlussreich genug war. Die Ansage versuchte, hier wenigstens noch etwas gut zu machen, indem sie die Sendung unter dem Titel «Gesucht: Jesus Christus – ein wahrer Hippie» ankündigte. Was dann 30 Minuten lang über den Bildschirm lief, war ein religiöses Panoptikum, das einen mit Entsetzen und Faszination zugleich zurücklassen konnte: Wolf von Lojewski ist es gelungen, einen informierenden Querschnitt durch jene neue religiöse Bewegung zu geben, die in den USA mit der Hippie-Bewegung einhergeht oder sie ablöst. In kurzen Zwischenschnitten, leicht aggressiv kommentiert, entstand vor dem Zuschauer ein Bild von Religion, wie es als Kontrast zu den hierzulande sich manifestierenden Formen der Religiosität kaum schärfer gezeichnet werden konnte: mystische Gebetserfahrung und Zungenreden in statischen Gottesdiensten, spontane Bekehrungen und christliche Taufpraxis, christliche Kommunen und Wanderprediger.

Dass das Ganze – wie die jugendliche Subkultur heute überhaupt – offensichtlich auch ein Bombengeschäft ist, wurde kurz angedeutet, (vielleicht hätte man darauf doch noch etwas mehr eingehen können!) wobei freilich schwer zu entscheiden sein dürfte, wo hier die echte religiöse Begeisterung aufhört, und wo das Geschäft beginnt. Wie soll man es deuten, wenn eine Millionärin ihr Geld für diese neue Bewegung ausgibt, damit die alte Kirche wiedererstehe, wie soll man die Entstehung neuer Gemeinden deuten, die mit den alten traditionellen Kirchen nichts mehr zu tun haben und nichts mit ihnen zu tun haben wollen? Der Traum von einem besseren Amerika und die Vision des Weltuntergangs – beides scheint in der «Theologie» dieser Bewegung nebeneinanderzustehen, wobei es freilich schwerfallen dürfte, den Begriff «Theologie» hier überhaupt zu gebrauchen – angesichts der Prediger dieser Bewegung,

die ausser Bekehrungserfahrungen keine theologischen Voraussetzungen mitbringen. Unerhört primitive Formen von Religiosität bilden sich aus: Kommunen, die sich völlig von der «Welt» distanzieren, kein Rauschgift, kein Alkohol, kein vor ehelicher Geschlechtsverkehr; Prediger, die verkünden, es genüge zu sagen «Jesus, komm in mein Herz!» und schon sei man die Rauschgiftsucht los, denn der Jesus-Trip sei besser als alle übrigen Trips.

Zweifellos: die Welle hat Erfolg: «Jesus muss nur richtig angebetet werden – im Stil der Jugend!» Jesus-Parolen, Jesus-Posters, Jesus-Schlager – clevere Burschen wissen, wie man so etwas macht, und Skeptikern wird erklärt: «Die katholische Kirche versteht uns noch am ehesten – die glaubt noch an Wunder!»

Haben die traditionellen Kirchen etwas falsch gemacht, wurde am Schluss der Sendung gefragt. Die Frage blieb offen – es kam auch kein Vertreter der traditionellen Kirchen in den USA zu Wort, statt dessen hiess es: Da die Bekehrten vor ihrer «Bekehrung» bereits alle Stadien der menschlichen Existenz durchschritten hätten, könnten sie in den traditionellen Formen der Religion keine Heimat mehr finden. Daran dürfte etwas Wahres sein, wenn es stimmt, was am Schluss des Berichts behauptet wurde, dass es schon heute manchen wohlhabenden Erwachsenen lieber wäre, die Jugendlichen

Für Fred Winter (Erwin Kohlund) ändert im Fernsehspiel «September, der 12.» an einem Herbsttag die Welt. Kurt Früh führt Regie



würden wieder Marihuana rauchen. Der religiöse Trip ist ihnen unheimlich und er belästigt sie auch mehr. Die Geburt dieser Bewegung – so von Lojewski – ist die totale Ratlosigkeit. Ihre Zukunft ist offen. Als Mode dürfte sie bald verschwinden, aber: «Sie hat die Chance, Spuren zu hinterlassen.» Bleibt zum Schluss eine Frage: Wird diese Welle auch uns erreichen? Wird es eine europäische Auflage der «Jesus-People» geben? Leider ging der Film auf diese Frage nicht ein.

Vermutlich sind die Deutschen und auch die Schweizer, um es grob zu formulieren, in religiöser Hinsicht zu «abgebrüht», um auf die Mischung von Geschäft und Ekstase hereinzufallen, mit der diese Bewegung einhergeht. Doch wer weiss! Und es gab auch Bilder in dem Bericht von Lojewski, bei denen man an das Wort erinnert wurde: «Wenn nur Christus verkündigt wird auf alle Weise, es geschehe zum Vorwand oder in Wahrheit, so freue ich mich darüber!» (Phil. 1,18). So einladend sind die Kirchen hierzulande noch nicht, als dass sie zu Pharisäismus und Besserwisserei Anlass hätten. Peter Göpfert

Zufallsergebnisse bei der Zuschauerforschung?

Die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) hat kürzlich die Ergebnisse einer neuen Studie über die Fernsehgewohnheiten der schweizerischen Fernsehzuschauer veröffentlicht. Wir benützen die Gelegenheit der Wiedergabe dieser Resultate der Zuschauerforschung, um auf die Erhebungsmethoden und besonders die ihr eigenen Unsicherheitsfaktoren hinzuweisen, und zwar deshalb, weil im Gespräch mit Fernsehschaffenden oft der Eindruck entsteht, die Einschaltquote der TV-Geräte, das vielbeschworene «Rating», und die übrigen Resultate der Zuschauerforschung gälten in den Anstalten als nachgerade götzengleiche Grössen. Oft fragt man sich, ob sie wirklich noch als das genommen werden, was sie sind, nämlich Wahrscheinlichkeits- und Näherungswerte, oder bereits als das, was sie nicht sind, nämlich «objektive» Gewissheiten.

Die TV-Zuschauerforschung in der Schweiz wird von der SRG und der AG für das Werbefernsehen getragen und finanziert. Zusammen wenden beide Körperschaften im Jahr rund Fr. 700 000.– für die in der Praxis hauptsächlich vom Meinungsforschungsinstitut Konso AG in Basel durchgeführten Erhebungen auf. Der Infratest München, die mit der Zuschauerforschung in der Bundesrepublik betraut ist, obliegt die «Kontrolle und Beratung».

Entsprechend der doppelten Trägerschaft ist auch der Zweck der Zuschauerforschung zweifacher Art: Sie soll sowohl der Programmgestaltung wie der Fernsehwerbung dienen. Betrieben wird vor allen Dingen eine permanente Forschung, die sich in wöchentlichen Resultaten

tatstabellen niederschlägt; andererseits ergänzen gesonderte sogenannte Grundlagenstudien die fortlaufende Arbeit. So befindet sich gegenwärtig eine ausgedehnte Untersuchung in Oberitalien, eine im Tessin und eine bei den ausländischen Arbeitern in der deutschen Schweiz in Ausführung. Eine Untersuchung über das Fernsehverhalten von Kindern soll demnächst in Angriff genommen werden.

Wichtigstes Erhebungsmedium ist das Telefon. Mindestens 350 Haushalte in der ganzen Schweiz werden durch Zufallsauswahl bei der zentralen Lochkartenabteilung der PTT täglich neu aussortiert und zwischen 20 und 21 Uhr angerufen. Für die fortlaufenden Befragungen wird das Telefon ausschliesslich verwendet, erst bei den gesonderten Erhebungen kommt zum Beispiel das persönliche Interview zum Zuge.

Facts, die ohne Fragen zu ermitteln sind
Einige solchermaßen eingeholte Werte stellen sich gemäss einem Bericht der Abteilung Zuschauerforschung der AG für das Werbefernsehen wie folgt dar (nur auf die deutsche Schweiz bezogen): Von den 887 000 Geräten waren im Durchschnitt des ersten Halbjahres 1970 jeweils um 20 Uhr etwas mehr als die Hälfte eingeschaltet, während die Sehbeteiligung bis 22 Uhr auf ein Drittel zurückging. Von 100 eingeschalteten Geräten wurde zu Beginn des Fernsehabends nur auf 18 ein ausländisches Programm empfangen; «bei den späteren Sendungen», wie die Forscher wortkarg bemerken, möglicherweise also schon ab 21 Uhr, waren es hingegen 40.

In der Beurteilung von Sendereihen durch die Zuschauer figurieren an der Spitze die Denunziantenschau «Aktenzeichen XY» und das Familienratespiel «Wünsch dir was». Im Urteilsindex, der auf einer Skala von -10 bis +10 Punkten das durchschnittliche Urteil der befragten Zuschauer angibt, kommen sie auf 6,6 und 3,4 Pluspunkte und weisen Sehbeteiligungen von 62 und 66% auf. Bei der Einstufung nach dem «Grad der Zufriedenheit der Zuschauer» bringt es «XY» auf «ausgezeichnet», der Familientürk von Vivi Bach und Dietmar Schönherr nur auf «gut».

«Sehr stark» oder doch «stark» interessiert zeigten sich jeweils über die Hälfte der Befragten an folgenden Sendungsgattungen: Nachrichten, aktuelle Information; Quiz, Unterhaltungssendungen; Fernsehfilme; Kinofilme; vermischte Information; Theaterübertragungen; volkstümliche Musik, Folklore; Operetten, Musicals; Reiseberichte. Für Sportdirektübertragungen sprachen sich 40, für Sportdokumentation 30% aus.

«Filme aller Art» wurden noch besonders aufgeschlüsselt: Über die 50%-Marke gelangten Unterhaltungsfilm und Komödien, Kriminalfilme, Familienfilme. Anspruchsvolle und Problemfilme brachten es nur auf 40, Liebesfilme gar nur auf 23%.

Klischeefragen

Nirgends zeigt sich die Fragwürdigkeit der Methoden besser als gerade in dem

zuletzt Gesagten: Wer will zum Beispiel in jedem Fall Unterhaltungsfilm von «Familienfilmen» unterscheiden, oder gar «Thriller und Spionage» von Kriminalfilmen? Wieviele Leute werden sich beeilen, ihr Desinteresse kundzutun, wenn man sie mit der Klischeefrage erschreckt: «Interessieren Sie sich für anspruchsvolle und Problemfilme?» Dass zum Beispiel der anspruchsvollste Problemfilm, um bei der toten Zuschauerforscher-Terminologie zu bleiben, zugleich auch unterhaltsam sein könnte, fällt in diesem starren Befragungsschema ausser Betracht.

Weiter: Wie sicher kann man sein, dass der Laie zum Beispiel noch Fernsehfilm und Kinofilm auseinanderhalten kann, wenn auch die Fachleute in vielen Fällen vor der Frage kapitulieren? Oder «aktuelle Information», mit 84 Interessen-Prozenten ausgewiesen, von «vermischter Information», die es auf 59% bringt, und von einfacher «Information und politischer Diskussion», der nur 41% gutgeschrieben werden?

Im Falle von «XY» und «Wünsch dir was» ist daran zu erinnern, dass beide Sendungen immer gleichzeitig mit dem Deutschschweizer Programm auch vom ZDF und dem österreichischen Fernsehen ORF ausgestrahlt werden, was sehr einseitige, auswahlarme Fernsehhabende zur Folge hat. Das dürfte sich sicherlich in den hohen Sehbeteiligungen widerspiegeln. Bezüglich der Abwanderung der Schweizer Teilnehmer auf die ausländischen Kanäle – in der SRG scheint man auf dieses Phänomen zu blicken wie das Kaninchen auf die Schlange – muss noch gesagt sein, dass von den 887 000 Geräten, die von den Forschern in Rechnung gestellt werden, ein sicher noch beträchtlicher, in dem genannten Bericht nicht ausgewiesener Anteil die ausländischen Programme nicht, nur zum Teil oder schlecht empfängt; den Teilnehmermassen ist jedenfalls nicht in dem Ausmass eine wirkliche Alternative zum Schweizer Programm geboten, wie es der Bericht indirekt hinstellt.

Abschaffung des Zufalls

Das scheint allen diesen Fällen, in denen sich die offiziellen Werte als relativer herausstellen als angenommen, als gemeinsamer Irrtum zugrunde zu liegen: die Annahme oder unbewusste Vorstellung nämlich, der TV-Konsument sehe mehrheitlich bewusst und selektiv fern, er lasse sich von bestimmten formulierbaren Ideen leiten bei der gezielten Zusammenstellung «seines» Programms. Die Zuschauerforscher haben sich da, so kommt es einem vor, einen Normalzuschauer als Idealteilnehmer zurechtgelegt, der über ganz bestimmte, definierte Interessen verfügt, über einen ausgeprägten Geschmack auch, von seiner Intelligenz und seinem Sachverstand in Fernsehfragen ganz zu schweigen, und der vor allem eines unterlässt: das zufällige Ein- und Umschalten seines Apparats. Pierre Lachat

TV-TIP

5. August, 21.35 Uhr, DSF

Engagierte Frauen

Drei Porträts – eine Produktion des französischen Fernsehens

Mit der Reihe «Engagierte Frauen» möchte das Schweizer Fernsehen drei Persönlichkeiten vorstellen, die trotz ihrer Verschiedenartigkeit eines gemeinsam haben: Sie wollen mit allen ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln das Los der Unterprivilegierten verbessern. Im Gegensatz zu ihren Schwestern, die sich «auf echt frauliche Art» charitativer Werke annehmen, suchen die militante Ex-Schauspielerin Jane Fonda, die neapolitanische Kommunistin Maria Antonietta Macciocchi sowie die junge nordirische Abgeordnete Bernadette Devlin die Ursachen der sozialen Übel zu bekämpfen. Und die Ursachen sehen sie in den respektiven Gesellschaftssystemen, in denen sie leben. Die drei vom französischen Fernsehen hergestellten Porträts versuchen mit Szenen aus dem politischen Kampf dieser Frauen und in Gesprächen ihre Ansichten, Ideale und das persönliche Engagement der einzelnen für ihre Sache aufzuzeigen.

Unter dem Titel «Engagierte Frauen – Zum Beispiel Jane Fonda» strahlt das Deutschschweizer Fernsehen den ersten Teil in Farbe aus. Jane Fonda, die Tochter des bekannten Filmschauspielers Henry Fonda, hat sich vom gefeierten Filmstar zur engagierten Kämpferin für die Rechte von Minderheiten, zur aktiven Revolutionärin, zur lästigen, aber vielbeachteten Antikriegsdemonstrantin gewandelt. Der Film versucht aufzuzeigen, worum es der einstigen Hollywood-Schönheit in ihrer neuen Mission geht.

Das «Beispiel Maria Antonietta Macciocchi» folgt am 8. August, um 21.45 Uhr. Für Maria Antonietta Macciocchi, der ehemaligen Pariser Korrespondentin der Zeitung «Unità», ist mit der Wahl zur kommunistischen Abgeordneten von Neapel im Jahre 1968 ein neuer Wirkungskreis erwachsen. Neapel, das ist für sie die Gesellschaft der Armut, die soziale Struktur der Unterentwicklung. Hier gilt es zu wirken, aufzuklären, Bewusstseinsarbeit zu leisten, im Gespräch, im direkten Kontakt mit dem Volk. Vor allem gilt es auch für die Verbesserung der Frau, der Neapolitanerin, zu kämpfen.

Das «Beispiel Bernadette Devlin» beschliesst die Reihe am 9. August, 22.05 Uhr. Bernadette Devlin ist eine radikale Kämpferin gegen Diskriminierung und Arbeitslosigkeit. Dem Sozialismus verpflichtet, nahm sie trotz ihrer pazifistischen Einstellung an den Aufständen in