Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 28 (1976)

Heft: 10

Buchbesprechung: Bücher zur Sache

Autor: Koller, Erwin

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 17.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

geladen, sich an der Aktion «sechs bis sechs ein viertel» zu beteiligen. Alle Teilnehmer verpflichten sich, unter diesem Thema einen Super-8 Film zu gestalten, wobei die Filmwerkschau 2–3 Kassetten gratis abgibt. Die Interpretation des Themas (etwa Spielfilmszene über morgendliches Aufstehen oder Dokumentarfilmszene über Feierabendverkehr) bleibt dem Filmer überlassen. Es handelt sich jedoch nicht um einen Wettbewerb und die eingereichten Arbeiten werden ohne Preisvergebung ohne Bewertung an der nächsten Filmwerkschau vorgeführt. Anschliessend wird mit den Autoren diskutiert und dem einzelnen in seiner filmischen Entwicklung weitergeholfen. Das Thema darf in der ganzen Breite interpretiert werden und eignet sich für einzelne Filmautoren wie auch für Gruppen oder Klassen. Interessenten merken sich die untenstehenden Daten. Dank eines bescheidenen Einnahmenüberschusses an der diesjährigen Filmwerkschau – erstmals hat der Kanton Solothurn den Anlass unterstützt – und der günstigen Offerte einer Kassetten-Herstellerfirma kann diese Dienstleistung angeboten werden. Wie diese Aktion zeigt, hat sich die vor Jahresfrist nahezu totgesagte Filmwerkschau aufgefangen und damit, wie mir scheint, einen Weg beschritten, der aufmerksame Beobachtung verdient. Helmuth Zipperlen

Aktion «sechs bis sechs ein viertel»
Teilnahmebedingungen und Bestellschein verlangen bei:
Schweizerische Filmwerkschau, Postfach 414, 4500 Solothurn 1. Anmeldeschluss (Rücksendung der Bestellung): 1. Juni 1976; Kassettenversand bis ungefähr 30. Juni 1976; Einsendeschluss für die Filme 20. Januar 1977; Projektion anlässlich der Filmwerkschau 18./19./20. März 1977

Bücher zur Sache

Bestimmen ver(w)altete Zahlen über das Programm?

Matthias F. Steinmann, Publikum und Programm. Eine Darstellung der Publikumsforschung, ihrer Ergebnisse und Anwendungsmöglichkeiten bei der Programmgestaltung von Radio und Fernsehen unter besonderer Berücksichtigung der schweizerischen Verhältnisse (Communicatio publica Band 3), Bern/Stuttgart 1975, Haupt Verlag, 279 Seiten, Fr. 44.–.

Steinmanns «Publikum und Programm» wurde 1975 publiziert, 1973 geschrieben und basiert auf Daten, die anfangs der 70er Jahre erhoben wurden. Die Einführung einer teilweise neuen Erhebungsanlage im Jahre 1975 lässt daher eine detaillierte Rezension als wenig sinnvoll erscheinen. Hingegen mag es angebracht sein, bei dieser Gelegenheit einige grundlegende Gedanken zur Publikumsforschung der SRG anzustellen, auf die Steinmann zwar selbst zum Teil hinweist, die aber in der Praxis oft übersehen werden.

Zum Rahmen: Kommunikationswissenschaft

Dass man über die Hörer und Zuschauer von Radio und Fernsehen mehr wissen müsste, ist unbestritten. Eine Publikumsforschung ist prinzipiell zu bejahen. Die Begrenztheit gegenwärtig praktizierter Publikumsforschung ist aber nicht zu übersehen: Der Zusammenhang mit den übrigen Gebieten der Kommunikationsforschung, vor allem etwa der Kommunikator-Forschung und der Aussagenanalyse fehlt fast völlig. Der Zuhörer und Zuschauer wird zudem als Isolierter befragt, obwohl die engen Zusammenhänge von Medienkommunikation und interpersonaler Kommunikation schon in den 50er Jahren von der Wissenschaft deutlich herausgestellt wur-

den. Im Vordergrund steht noch immer die technische Kontaktierung mit den Medien (die eingeschalteten Geräte bzw. die dadurch erreichten Hörer); was vom Gehörten und Gesehenen auch verstanden, was bewusst aufgenommen wurde, was eigene Einstellungen und Einschätzungen bestärkt oder verändert hat, was im Verhalten der Menschen bewirkt wurde und wo die Gründe dafür liegen, all das fehlt weitgehend. Auch die historische Dimension kommt zu kurz: Die Befragungen sind punktuell. Mittel- und langfristige, vor allem aber hypothetische Fragestellungen (Welche Programme sollten ausser den vorhandenen gemacht werden?) verbieten sich.

Zur Basis: Erhebungsmethoden

Kommt also den Ergebnissen der Publikumsforschung schon aus den genannten Gründen ein recht begrenzter Stellenwert zu, so kompliziert sich die Sache noch, wenn nach der Qualität der Erhebungen gefragt wird. Dass in der Bundesrepublik mit neueren Methoden von den bisherigen Daten völlig abweichende Resultate zustande kamen, kann hier übergangen werden. Es genügt, auf die Feldforschung für die Grundlagenstudie hinzuweisen, bei der 18 regelmässig ausgestrahlte Radiosendungen vorgelegt und dazu gefragt wurde: «Können Sie mir bitte zu jeder Sendung sagen, wie oft Sie sie hören: jede oder fast jede Sendung, häufig, manchmal, selten, nie?» Die Beantwortung dieser an sich simplen Frage ergab Werte, die in praktisch keinem Zusammenhang mit der tatsächlichen Hörbeteiligung stehen (S. 141 f.). Es ist nicht ersichtlich, wie solche recht gravierende Fehleinschätzungen bei der Erhebung der Interessen und Desinteressen für bestimmte Sendungen ausgemerzt wurden, obwohl Steinmann diesen Daten eine grosse Bedeutung für die Programmpolitik zumisst. Zum andern werden aber teilweise noch schwierigere Fragen als die genannte in Telephoninterviews gestellt, wo die Beantwortungsmöglichkeit nochmals erheblich erschwert ist.
Es muss also angenommen werden, dass Leute über Sendungen und Programme und Begriffe Auskunft geben, die sie nicht kennen (das zweite Radioprogramm etwa hat nur maximal 2% Zuhörer), oder dass sie keine Antwort geben, was man schwerlich einfach der mangelnden Reflexion über das Programm bei Leuten mit niedrigem Bildungsniveau zuschreiben kann (S. 150). Wenn nicht auch noch die Publikumsforschung in Publikumsverachtung machen will, dann muss ganz klar herausgestellt werden, dass das Erhebungsinstrument eine zusätzliche Selektion in das Sample hineinträgt, was um so bedenkenswerter ist, als man weiss, dass die gleichen Leute auch nicht im Stande sind, sich anderer Feedbacks (Hörer-, Zuschauerbriefe, Telephonanrufe, Pressekritik) zu bedienen. Wenn dagegen immer wieder auf die grosse Zahl der Telephoninterviews pro Jahr hingewiesen wird, so darf nicht übersehen werden, dass damit auch diese Fehlerquellen hochgerechnet werden. Pro Tag und pro Region aber sind die 150 bis 200 durchgeführten Interviews immer noch ein sehr kleines Sample, vor allem für die Beurteilung von Sendungen mit geringem Publikum.
Auch die Spontanurteile werden bei der Analyse von Zielpublikumssendungen (S. 129 ff.) strapaziert. Sie bilden nebst dem ohnehin fraglichen Index das wichtigste Instrument, um qualitative Aussagen über Sendungen erhalten zu können. Hier werden Undifferenziertheit, Oberflächlichkeit und die Ansammlung von Stereotypen zum Prinzip erhoben. Niemand weiss, was denn da beurteilt wurde: Präsentator oder Präsentierte, Inhalt oder Gestaltung, Gesamtsendung oder Einzelbeitrag. Und manch einer muss, nachdem er schon mal durch einen Anruf von der Medienbefragung überrascht wurde, sich nachträglich übertölpelt vorkommen: Wer ist schon imstande, unvorbereitet eine Sendung von gestern abend prompt zu beurteilen und erst noch die Gründe dafür anzugeben! Und auch hier kann die grosse Zahl die Aussagen nicht tiefgründiger machen. Was hilft es da, wenn sich Steinmann wehrt gegen eine nivellierende Tendenz solcher Daten (S. 40) und deren «kreative Interpretation» für die Programmgestaltung fordert (S. 163).

Zu den Konsequenzen: Programmpolitik

Stellt sich die Frage nach dem praktischen Stellenwert dieser Daten und «plausiblen Hypothesen» (S. 136). Man kann davon ausgehen, dass bei den Programmschaffenden ein grösserer Teil die Daten, ausser vielleicht den reinen Beteiligungsziffern, ignoriert und ein kleinerer Teil sich heftig gegen deren Überinterpretation wehrt. Wahrscheinlich sind die meisten demographischen Daten (so und so viele Männer und Frauen, Alte und Junge, usw.) für sie zu abstrakt und zum Teil zu alt, als dass sie ihr Sendungskonzept danach richten könnten. Hier versagt also Steinmanns beteuerter Praxisbezug. Überdies liefern die Daten nur Ergebnisse über den Status quo, sagen aber niemals, in welche Richtung die journalistische Arbeit aus der Perspektive des Publikums gehen müsste, von den sehr nützlichen und brauchbaren Tagesablaufstudien, dem Berufs- und Freizeitverhalten der Zuhörer und Zuschauer mal abgesehen. Andererseits darf der Einfluss dieser Zahlen auf das Programm-Management nicht unterschätzt werden, auch wenn Steinmann wiederholt versichert, sie könnten die Programmpolitik nicht präjudizieren. Wonach soll man denn eine Sendung beurteilen? Zahlen sind immerhin vergleichbar und verwaltbar. Und was im Bereich der Mehrheitssendungen noch angehen mag, gerät bei Spezialsendungen sehr bald zu einer Kulturpolitik durch das Hintertürchen der Beteiligungsziffern. Hier aber ergäben wohl intensivere Aussagenanalysen von Sendungen und Sendereihen fundiertere Entscheidungsgrundlagen. Und man kann nur bedauern, dass Projekte der SRG in dieser Richtung nur einen reinen Symbolwert haben im Vergleich zu den Millionenaufwendungen für die Publikumsforschung. Erwin Koller

TV/RADIO-TIP

Samstag, 22. Mai

20.15 Uhr, ZDF

Les Misérables (Die Elenden)

Spielfilm von Richard Boleslawski (USA 1935), mit Fredric March, Charles Laughton, Rochelle Hudson. – Diese x-te Verfilmung des Romans von Victor Hugo gilt als einer der Höhepunkte der Hollywood-Filmgeschichte. Der englische Drehbuchautor W. P. Lipscomb vereinfachte die oft weitschweifige Erzählweise Hugos und eliminierte einige Nebenhandlungen, verfasste aber gerade dadurch ein der literarischen Vorlage durchaus adäquates Drehbuch, in dem Sprache und Tendenz nahezu erhalten sind. Bemerkenswert ist die schauspielerische Besetzung, während man bei der Verwendung religiöser Motive keine besonders glückliche Hand hatte.

Sonntag, 23. Mai

20.15 Uhr, DSF

A Countess from Hong Kong

Spielfilm von Charles Chaplin (1966), mit Marlon Brando, Sophia Loren, Sydney Chaplin. – Ein amerikanischer Milliardärssohn und Diplomat trifft auf einem Schiff eine Exil-Russin, die sich in die USA einschmuggeln will und die ihm schliesslich mehr bedeutet als Geld und Karriere. In diesem freundlichen Unterhaltungsfilm, dem voraussichtlich letzten Werk Chaplins, wirkt allenfalls noch die Gag-Komik früherer Filme nach, während kaum noch etwas spürbar ist von der kindlich-tiefen Naivität des genialen Komikers.

20.15 Uhr, ARD

Dorothea Merz

In einer Reihe von Fernsehfilmen will Tankred Dorst am Beispiel der privaten Entwicklung der Familie Merz die hochpolitische Geschichte des Bürgertums in der ersten Hälfte des Jahrhunderts beschreiben. Dabei sollen die einzelnen Folgen nicht Teile eines vollständig erzählten chronologischen Ablaufs sein, sondern selbständige, in sich abgeschlossene Geschichten, in denen die Hauptfiguren wechseln, Nebenfiguren zu Hauptfiguren werden können. Der zweiteilige Film (Regie: Peter Beauvais) erzählt die «Geschichte einer jungen Frau in Deutsch-