Man sage...

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Berner Woche**

Band (Jahr): **32 (1942)**

Heft 49

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-649432

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Man sage . . .

dass der Kino eine Gefahr für die Jugend darstellt. Aber es ist halt nun einmal so; da hilft das Zeter- und Mordiogeschrei sämtlicher alten und jungen Tanten nichts. Der Kino gehört zum besonders in den letzten Jahren hochentwickelten Kulturleben der Gegenwart, und wer sich gegen ihn wendet, hat es mit den Kinobesitzern, dem Filmverleiherverband, dem Filmproduzentenverband, eingeschlossen die gesamte Schweizerische Filmkammer, zu tun. Und wer die Jugend abzuhalten sucht, in den Kino zu gehen, macht sich lächerlich und der Kreditschädigung schuldig! Aber Spass beiseite! Die vorgeführten Filme sind im allgemeinen gar nicht so schädlich. Einmal gibt es auch gute, manchmal sogar sehr gute unter ihnen, und dann dürfen Kinder den Kino ja gar nicht besuchen. Aber: auch die Kinder lesen die Kinoreklamen in den Zeitungen und auf Plakaten und diese Lektüre ist viel, viel schädlicher, als wenn sie sich den Film selbst ansehen würden. Was in diesen Filmankündigungen oft an Sensationen aufgetischt wird und in welchem Jargon das Auftischen erfolgt, geht hie und da schon über die Hutschnur oder über das berühmte Bohnenlied.

Wünschen Sie einige Beispiele?

„George Sanders als Meisterdetektiv von Scotland-Yard, ein neuer Spürhund des Films, findig, schlau, gerissen.".

oder:

„Was da an haarsträubenden Ereignissen geschieht, grenzt fast ans Unfassbare. Sensationen und tolle Streiche. Die phantastischen Abenteuer übertreffen jede Erwartung!"

und

„Die Welt wird zittern! Der spannendste Film der Gegenwart! Vielleicht verlieren auch Sie die Nerven!"

Aber all das geht noch. Wer auf solchen Bluff hereinfallen will, tue es getrost. Auch der jugendliche Leser solcher auf die Kritiklosigkeit des Publikums abgestimmte Reklame wird kaum Schaden an ihr nehmen. Wir haben uns ja seinerzeit auch an Sherlock Holmes und ähnlichen Helden begeistert und sind im allgemeinen trotzdem brav und gut bürgerlich geblieben.

Da ist denn der Begleittext zum Film „Eine Nacht in Rio" schon weniger harmlos: „Nachtleben in Rio"..., „Romantik"... „Brasilianische Schönheiten"... „Exotische Tänze"... „Grosse Stars"... und wenn, versehen mit einem Bild, auf dem in wirklich von südlicher Wärme zeugende Nichtbekleidung enthülltes Paar sich zeigt, geschrieben steht:

„Alonar, die Sirene der Südsee; ein Film, der alles enthält, was des Menschen Herz, Auge und Ohr erfreuen kann. Musik, die kribbelnd durch die Adern läuft — schöne Menschen, wie Gott sie geschaffen — der Geschlechter Liebe und Hass, stark und leidenschaftlich, wie die Natur selbst",

dann muss auch der Dümmste erraten, auf welche edeln Instinkte diese Reklame anspielt. Dem etwas weniger Dummen allerdings „kribbelt" es auch, aber nicht in den Adern, sondern in den Fingerspitzen. Man fragt sich dann etwa, nach welchen Grundsätzen unsere Filmzensur Filme beurteilt, verbietet und erlaubt und ob wohl die Kinoreklame auch von ihr erfasst wird.

Wenn aber diese Zensur nichts tut oder mangels bestimmer Vorschriften nichts tun kann, sollte sich das Publikum selbst helfen und Filme, die es offenbar nötig haben, mit solch lächerlicher und zweideutiger Ankündigung anzulocken, einfach ignorieren — was hiemit jedem einigermassen gescheiten Kinobesucher empfohlen sei.

K.