

Gewohntes und Ungewohntes

Autor(en): **Vian, Walter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **31 (1971)**

Heft 6

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-964467>

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.

Gewohntes und Ungewohntes

«Ist das Kinopublikum zu dumm?», unter diesem Titel veröffentlichte in «Film» Nr. 3/71 Eduard Schneider, Chefredaktor des Organs des Schweizerischen Lichtspieltheater-Verbandes, einige Gedanken und Bemerkungen zum Thema Publikum und Film.

Die Antwort auf die eigentlich nur rhetorische Frage stand ja fest: Als Verkäufer den Käufer einer Ware öffentlich dumm zu nennen, wäre nicht nur dumm — es wäre auch überheblich und — gemein.

Den Vorwurf eines Filmkritikers, «Kino sei immer noch unverbindliche Unterhaltung und Jahrmarktsrummel» greift E. Schneider auf und meint: «Einiges daran trifft leider zu. Die Sache sieht aber doch etwas anders aus, wenn man versucht, die Ursachen zu sehen. (...) Der springende Punkt ist, dass das Publikum früher dem guten Film recht gut gefolgt ist, während es ihm heute grossenteils die Gefolgschaft versagt. Woran liegt das?» Und hier anknüpfend, baut er seine These auf: «Entscheidender dürfte wohl sein, dass die Bildsprache dieser Filme (Schneider nennt Filme von Fellini, Antonioni, Bunuel) in ihrer Verschlüsselung, Verfeinerung und Komplizierung an den Besucher äusserst hohe Anforderungen stellen. (...) Diese Filme sind für das Publikum ungewohnt. Und was ungewohnt ist, lehnt der Mensch ab.»

«Kann das Publikum durch eine gezielte Angewöhnung an das Ungewohnte umgelernt werden? Darin liegt die grosse Chance der Filmpädagogik. (...) Die Anregung und Ausstrahlung, die das Publikum aus seinen Sehgewohnheiten herausführen würden, täte dem Kino zweifellos not.»

Sehgewohnheiten aber sind doch letztlich nur durch Filme zu ändern — und Filme werden hauptsächlich in Kinos gespielt. Ja, die Filmwirtschaft sieht doch in all jenen, die sich ebenfalls bemühen Filme zu zeigen, immer noch — mehr oder minder — Konkurrenten. Eine Filmpädagogik aber, die zu neuen Sehgewohnheiten hinführen soll, müsste heute vor allem Filme, Filme und nochmals Filme zeigen. All jene nämlich, die das Kino nicht erreichten. Auch die Filme, die nach anderen Sehgewohnheiten verlangen, waren nicht einfach eines Tages da; auch sie haben Tradition, entstanden allmählich in einem Prozess — der allerdings immer stärker von den herkömmlichen Normen abwich. Das Kino könnte also — durch sinnvolles Programmieren der im Zusammenhang jeweils richtigen und wichtigen Filme — mindestens ebensoviel dazu beitragen, das Publikum zu neuen Sehgewohnheiten hinzuführen, wie es scheinbar von der Filmpädagogik erwartet wird.

Es gibt Leute, die immer noch glauben, was im Kino gezeigt werde, habe bestenfalls Jahrmarktsniveau — und deshalb bringen sie Kino und Jahrmarktsrummel miteinander in Beziehung; und es gibt andere, die sehen, dass in der Filmwirtschaft alle alles, wirt durcheinander, anbieten, was sich irgendwie verkaufen lässt — deshalb bringen diese Jahrmarktsrummel und Kino miteinander in Beziehung. Wenn Kinos nicht einfach nur Filme, sondern bestimmte Filme — auf dem Lande mit nur einem Kino halt wenigstens an bestimmten Tagen —, wenn Verleiher nicht einfach nur Filme, sondern bestimmte Filme anböten, wäre ebenfalls viel für die Sehgewohnheiten und noch mehr für die Gewohnheiten des Kinogängers allgemein getan!

Immer wenn ich einen Western sehen will, könnte ich dann ins Kino um die Ecke gehen und würde dort nicht zufällig mit einem Bergman oder so konfrontiert, der mir dann beim besten Willen ungelegen kommt — oder auch umgekehrt. Walter Vian