

Aus aller Welt

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Film und Radio mit Fernsehen**

Band (Jahr): **15 (1963)**

Heft 18

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.

konnten, wenn sie sich die entsprechenden Mittel durch die Einnahmen aus der Werbung verschafften. Niemals hätten zum Beispiel Luxemburg oder Monte Carlo oder Gibraltar aus den Gebühren der Fernsehteilnehmer das Fernsehen bezahlen können. Sie waren denn auch die Ersten, die schon vor einer Anzahl Jahren diesen Weg beschritten. Das aber hatte wiederum die Wirkung, dass, besonders bei Luxemburg diese Sendungen nach Deutschland hineinstrahlten, was bei den dortigen Wirtschaftskreisen in jener Ecke des Landes einige Unruhe bewirkte. Sollten sie zusehen, wie fremde Produkte konkurrenzlos, allein, Werbung in ihren Jagdgründen betrieben? Dort sammelten sich die ersten Anhänger des Werbefernsehens und konnten aus naheliegenden Gründen bald Anhang im ganzen Land gewinnen, da nur eine für ganz Deutschland zu treffende Gesamtregelung niemandem Nachteile zufügte und gleiches Recht für alle schuf.

Die Nachbarn Deutschlands waren allerdings gezwungen, ihrerseits Stellung zu nehmen. Soweit sie nicht deutsch sprachen, vermochte ihnen das deutsche Werbefernsehen allerdings nicht viel anzuhängen. Für die Schweiz, wohin das deutsche Fernsehen stark ausstrahlt, liegen jedoch die Dinge anders. In "Kirche und Fernsehen" wird interessanterweise angeführt, dass bei uns eine sonst in der Schweiz gar nicht gehandelte deutsche Zigarettenmarke allein als Folge der deutschen Fernsehwerbung importiert werden musste, weil die Nachfrage zu lebhaft geworden sei. Und damit wäre erklärt, wie zwangsweise sich bei jeder neuen Erfindung auch immer deren unangenehmere Seiten selbst dort bemerkbar machen, wo zu Anfang der feste Wille bestand, ihnen keinen Raum zu gewähren.

Es bildet einen schwachen Trost, dass wir uns dabei in keiner schlechten Gesellschaft befinden. Holland gehört zwar noch zu den Schwankenden, die schweizerische Umstellung wird aber zweifellos einen gewissen Einfluss ausüben. Gibt aber Holland nach, dann kann Belgien mit Rücksicht auf seine holländisch-flämisch sprechenden Gebiete nicht zurückstehen. Italien und Oesterreich, England, Irland, Spanien und Portugal haben die Werbung so oder anders eingeführt, England noch zweckmässig durch ein besonders kommerzielles Programm ITA, während das Programm der BBC werbefrei bleibt.

Am tapfersten erwiesen sich gegen alle Verlockungen die Skandinavien, Dänemark, Schweden und Norwegen, (während Finnland mit zwei privaten Gesellschaften neben einer staatlichen kapitulierte). Diese drei schlossen untereinander einen Vertrag, der jede Werbung ausschliesst. Auch der starke Druck aus Wirtschaftskreisen, besonders der schwedischen Stahlindustrie, vermochte daran nichts zu ändern. Hoch anzurechnen ist diese Abstinenz Dänemark, das als Grenzland stark dem Einfluss des deutschen Fernsehens ausgesetzt ist und die Folgen täglich zu spüren bekommt, und dazu ein grosser Teil des dänischen Volkes gut deutsch versteht. Allerdings verfügen alle drei Länder infolgedessen über geringere Mittel als ihre Nachbarn, und müssen die Sendezeiten beschränken. Aber das Niveau bleibt höher und die Einstellung der Zuschauer zum Fernsehen respektvoller.

FERNSEH-ZUSAMMENARBEIT DER ALPENLAENDER

Bayern, Oesterreich und die Schweiz haben unter dem komplizierten Namen "Fernsehprogramm-Kontor-Gesellschaft Telepool" eine Organisation gegründet, welche die bessere Auswertung der Fernsehprogramme der drei Länder bezweckt. Sitz ist München, wo auch die Initiative dafür ausgegangen ist; der Bayrische Rundfunk hat auch 48% des Stammkapitals von 500'000 DM übernommen. Die Gesellschaft dürfte in erster Linie wirtschaftliche Zwecke verfolgen; man hofft so, die Produktionskosten des Fernsehens in den drei beteiligten Ländern vermindern zu können. Die ständige Ausdehnung der Programme erfordert eine vermehrte Verwendung ausländischer Programme, die nicht mehr nach vielleicht zweimaliger Vorführung in ihren Heimatländern wieder verschwinden dürften, wenn sie sich auch für andere Gebiete eigneten.

Aber auch kulturelle Ziele sind ins Auge gefasst. Jedes Mitglied soll seine eigene Produktion in die Gesellschaft einbringen, soweit sie internationales Interesse beanspruchen kann. Auf diese Weise lerne man sich besser kennen und verstehen; es werde so gewissermassen eine Austausch-Börse von Programmen geschaffen. Die "Telepool" will aber auch selber Produzent werden, um gemeinsam grosse Ziele zu erreichen, die für ein einzelnes Mitglied unerschwinglich wären. München hat in diesem Sinne bereits Vorschläge für die Programmierung grosser Musikwerke in internationaler Besetzung unterbreitet: von Wagner, Haydn, Händel, Strauss, Etk. Besonders sollen auch neuere Komponisten berücksichtigt werden; Orffs Schulwerk soll unter Leitung des Komponisten selbst festgehalten werden. Mit französischen und italienischen Stellen sei Kontakt aufgenommen worden, und man hoffe, die gesamte europäische Kultur am Beschauer vorüberziehen zu lassen. Sowohl Biographien über grosse Europäer wie Reportagen über grosse europäische Kulturzentren sind in Aussicht genommen.

Selbst eine "Fernsehuniversität" steht auf dem Programm. Karl Jaspers wird eine Einführung in die Philosophie geben, Prof. Muschg (Basel) wird über die deutschsprachige Literatur des zwanzigsten Jahrhunderts sprechen, während der Physiker Werner Heisenberg "die Struktur der Materie" behandeln, Butenandt die "Chemie des Lebens"

und Weisäcker "die Entstehung der Welten" besprechen werden. Eine Schlüsselvorlesung wird Golo Mann halten, über die deutsche Geschichte in den letzten 150 Jahren.

Auf dem Internationalen Markt soll "Telepool" ausserdem für alle drei Mitglieder als Einkäufer tätig sein. Gedacht wurde hier vor allem an gute und grosse Unterhaltungsprogramme. Die Unterhaltung kommt aber nach den Absichten der Gründer erst in zweiter Linie.

DIE "ANSPIELFILME" AM DORTMUNDER KIRCHENTAG

Am Kirchentag in Dortmund wurden erstmals sogenannte "Anspielfilme" verwendet, welche "regere Diskussionen in kleineren Gruppen bei gleichen Startbedingungen zum selben Thema möglich machen sollten". Es waren drei Filme von je 10 Minuten Dauer, hergestellt von dem Regisseur Volker Vogeler. Mit Alltagsszenen sollte in das jeweilige Diskussionsthema eingeführt werden. Die Filme rollten vor den Diskussionsgruppen jeweils zweimal ab.

Der Evangelische Pressedienst nennt die Filme ein "wesentliches Element der neuen Struktur des Kirchentags", sie seien, zum Zwecke des "Anspiels" von Diskussionen geschaffen, eine "filmhistorische und filmdramaturgische Neuheit". Auch der Evangelische Filmbeobachter in München spricht von "absolutem Neuland auf dem Gebiet christlicher Filmarbeit", lobt die subtile Arbeit des Regisseurs, beanstandet jedoch den starken Bildschirmcharakter und den "fast indiskutablen Ton". Ferner bedient sich die Hersteller in der Machart zu moderner Methoden, drückten den Filmen so einen stark intellektuellen Stempel auf. Christoph Baumgartner stellt in "Kirche und Film" fest, dass sich im Verlauf der Tagung die Stimmengemeinschaft hätten, die zur Ansicht neigten, dass eigentlich jeder einigermaßen zeitkritische Film die gleiche Aufgabe besser erfüllt hätte.

Aus aller Welt

England

-Trotzdem für das diesjährige Festival von Edinburgh sehr sorgfältig programmiert wurde, erwartet man wieder ein Defizit von etwa 1,1 Millionen Franken, ungefähr gleichviel wie letztes Jahr. Eine dringend einberufene Sitzung der Festivals-gesellschaft wurde abgesagt da neue Pläne im Studium seien. Von sachverständiger Seite ist erklärt worden, um aus der Defizit-Periode herauszukommen, müsse eine Festival-Stiftung mit einem Kapital von ca. 11 Millionen Franken geschaffen werden. Aber das sei eine politische Angelegenheit. Immerhin sollen sogleich Sparmassnahmen eingeleitet werden, unter anderem die Schliessung des Büros in London, das allein ca. 130'000.-Fr. im Jahr kostete.

Bildschirm und Lautsprecher

USA

-In einem Bericht der Universität Chicago wird festgestellt, dass es ca. 57 Millionen Fernseh-Empfänger im Lande gibt, einen Empfänger auf drei Köpfe. Mehr als 60% der Fernsehliebhaber beiderlei Geschlechtes sähen im Fernsehen die Spitzen-Erfindung unserer Zeit, während nur 51% der Frauen die modernen Waschapparate als solche betrachten und gar nur 37% der Männer die modernen Autos. Zahllose Leute hätten erklärt, dass sie sich fühlten, "wie wenn ihnen jemand gestorben wäre", wenn der Empfänger einmal nicht funktioniere. Durchschnittlich stehe der Fernsehapparat in Amerika 6 Stunden in den Familien im Betrieb, Tag für Tag.

Besser geschulte Fernseher mit einem Einkommen von ca. Fr. 30'000.- aufwärts stünden den Programmen kritischer gegenüber, da diese nach ihrer Auffassung für Leute gesendet würden, "die an die Arbeit gingen, heimkämen und vegetierten". Aber für alle Einkommensgruppen war "Entspannung" die hauptsächlichste Aufgabe des Fernsehens.

Trotz des Lärms wegen der gefährlichen Auswirkungen des Fernsehens auf Kinder glaubten die meisten Eltern an die erzieherischen und unterhaltenden Vorteile desselben, welche die Nachteile überwogen. Dagegen wurden verschiedene Werbesendungen als taktlos und unangebracht kritisiert.

Der Jahresbericht der Amerikanischen Bibliotheken-Organisation erklärt, dass es erwiesen sei, wonach Fernsehsendungen über in- und ausländische Sendungen die Lektüre günstig beeinflussten und ihren Niederschlag in der Auswahl der verlangten Bücher fänden.

- Ein neues, tragbares Aufzeichnungs-Fernsehgerät "Ampex" ist auf den Markt gebracht worden, das nur noch 59 kg wiegt. Es gestattet die Aufzeichnung von Fernsehsendungen in Schulen und Vereinen da sein Preis stark herabgesetzt wurde.