

# Berichte/Kommentare

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Zoom-Filmberater**

Band (Jahr): **27 (1975)**

Heft 19

PDF erstellt am: **05.08.2024**

## **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.

fernt, deren Gewicht Hitchcock in Truffauts Interview *expressis verbis* betont... Hinzuzufügen wäre vielleicht noch, dass man sich keinerlei Mühe machte, die brutale Entstellung vor dem Zuschauer zu verbergen. Was sollte das diesen schon angehen? Gäbe es den «Orden der unbefugt benutzten Schere» – das «Bahnhofkino» hätte ihn vor allen anderen verdient.

Die Lieblosigkeit, die man Filmen mitunter entgegenbringt, manifestiert sich aber durchaus nicht nur anlässlich so gravierender Vorfälle. Sie macht sich auch dann bemerkbar, wenn der niedergehende Vorhang die letzte Einstellung verschluckt oder ein Film mitten in einer Einstellung unterbrochen wird, um die obligate Eiscreme-Pause einzuschalten. Nur: dagegen lässt sich wenig ausrichten; man ist auf den guten Willen des Saalleiters angewiesen und auf den Grad seines künstlerischen Empfindens. Anders vielleicht, wenn ganze Passagen eines Werks fehlen. Da der Besucher beim Kauf eines Billetts ja einen Vertrag mit dem Kino eingeht, das ihm für sein Geld eine bestimmte Leistung anzubieten hat, wäre es einmal recht interessant, wie im Falle des «Bahnhofkinos» ein Gericht entschiede. Unseres Wissens liegt bis heute kein Präzedenzfall vor, doch dürfte sich zweifellos eines Tages ein Zuschauer finden, der sich nicht mit dem verächtlichen Lächeln abfindet, mit dem man seine Forderung nach ganzer oder teilweiser Rückerstattung des Eintrittspreises quittiert hat. Denn kann man hier nicht von Diebstahl sprechen? Balts Livio

---

## **BERICHTE/KOMMENTARE**

---

### **Ist der Mensch für die Technik da?**

#### *Impressionen von der internationalen Funkausstellung in Berlin*

14% seines finanziellen Aufwandes für die Freizeit gibt der Durchschnittseuropäer für das Auto aus, ebensoviel aber auch für die Unterhaltungselektronik. Dementsprechend gross war der Rummel in den Ausstellungshallen rund um den Berliner Funkturm. Daran gemessen, gab es anscheinend noch keine Rezession; täglich neu gebrochene Besucherrekorde bezeugten ein anhaltendes Interesse des Publikums, d. h. der potentiellen Konsumenten. Was hat nun die Industrie diesem Interesse zu bieten?

Eine erste Antwort kann schon gegeben werden, wenn man das ominöse Wort «Unterhaltungselektronik» näher betrachtet. Mit diesem Begriff sind Rádio, Fernsehen, Tonband usw. von vorneherein als Spielzeug abqualifiziert, dazu bestimmt, die entsprechenden Triebe der Konsumenten zu befriedigen. Auf diesen Spieltrieb haben die Marktstrategen und Konstrukteure der grossen Firmen jahrelang gesetzt. Man versuchte, den Konsumenten in die gleiche Zwangslage zu versetzen wie mit dem Auto. Jedes Jahr ein neues Modell, noch raffinierter, noch teurer – was dem Auto seine PS, sind für die Stereoanlage die Watt. Dabei spielte es offensichtlich keine Rolle, dass ein überzüchtetes Auto auf unseren Strassen sowenig seine PS jemals ausfahren als der Besitzer einer hochwattigen Anlage diese je ganz ausnutzen kann, es sei denn, er bewohne eine weit abgelegene Villa. Umsatz um jeden Preis heisst die Parole, und Umsatz wird erwartet von Dingen, die mit Zweck und Aufgabe der elektronischen Medien in unserer Gesellschaft wenig mehr zu tun haben. So wurden in Berlin allen Ernstes Fernsehgeräte angeboten, die mittels elektronischer Anzeige das gewählte Programm und die genaue Uhrzeit auf den Bildschirm bringen. Fernsehkopfhörer mit drahtloser Tonübertragung mittels Laser scheinen ebenfalls einem sehr dringenden Bedürfnis zu entsprechen. Somit kristallisiert sich mehr und mehr die Frage heraus, ob die Technik für den Menschen und seine Bedürfnisse da sei oder ob der Mensch sich nach den Bedürfnissen der Industrie und deren Forschungsab-

teilungen zu richten habe. Die Industrie hat sich zumindest in den vergangenen Jahren für die letztgenannte Version entschieden. Heute haben wir den eklatanten Widerspruch zwischen steigenden Absatzsorgen und ebenfalls steigendem Publikumsinteresse an den Medien überhaupt. Aber diesem Interesse kann die Industrie offenbar nichts Entsprechendes mehr bieten.

Noch nie wurde so deutlich klar wie an der Berliner Funkausstellung, dass die Technik in bezug auf Radio und Fernsehen an einem Wendepunkt angelangt ist. Bis jetzt lag die Initiative stets nur bei den Technikern und Konstrukteuren. Sie schufen neue Medien, die dazu nötigen technischen Apparaturen (hard ware). Das Programm (soft ware) hatte sich nach den Gegebenheiten zu richten. Als das Fernsehen marktfähig wurde, musste es unter riesigen Investitionen eingeführt werden, dann mussten unter dem Druck der Industrie nur wenige Jahre später die kaum angeschafften Installationen zum alten Eisen geworfen werden und neue farbtüchtige traten an ihre Stelle. Das ging natürlich in die Millionen. Millionen, die in die Technik investiert werden müssen, fehlen nachher bei der Programmgestaltung, fehlen, um beste und anspruchsvolle Programmacher entsprechend bezahlen zu können. Wenn wir in den letzten Jahren eine laufende Verflachung des Programmangebotes beobachten können, so ist das eine direkte Folge des technischen Fortschrittes auf der Seite der «hard ware». Jetzt, nachdem die Möglichkeiten der Technik vorläufig offenbar ausgeschöpft sind, sollte es möglich werden, sich des bisher vernachlässigten Programmes anzunehmen. Auch die Industrie sollte überlegen, dass die stagnierenden Absatzmöglichkeiten eventuell dadurch gesteigert werden könnten, indem das Publikum zur Überzeugung kommt, es lohne sich um des Programms willen, sich die dazu benötigte «hard ware» anzuschaffen. Damit aber würde das bisher herrschende Prinzip, dass der Mensch das zu konsumieren hat, was die Technik zu produzieren im Stande ist, umgekehrt. Die Technik muss das produzieren, was der Mensch braucht und konsumieren will. Der Schwerpunkt ist auf die «soft ware» und nicht auf die «hard ware» zu legen. Der Zeitpunkt dazu – Rezession in der Wirtschaft und Krise des Selbstverständnisses auf der Programmseite – scheint mir nicht ungünstig. Statt sich mit den neuesten technischen Spielereien bei Fernsehgeräten oder den Raffinessen von Hi-Fi-Konstruktionen zu beschäftigen, sollte sich das Publikum vermehrt mit der Stellung und Aufgabe der Medienprogramme in unserer Gesellschaft auseinandersetzen – bei der SRG zum Beispiel. Die Hayek-Studie liegt ja vor.

Hans-Dieter Leuenberger

## **Jahrestagung der katholischen «Radio- und Fernsehkommission»**

Die katholische «Radio- und Fernsehkommission» (RFK) führte am 19. und 20. September in Morschach ihre Jahrestagung unter dem Vorsitz von Dr. Anton Häfliger (Gossau SG) durch. Neu in die RFK gewählt wurden Klaus Röllin (Luzern) und Paolo Brenni (Luzern). Zum Studienthema der Tagung «Selbstverständnis kirchlicher Radio- und Fernseharbeit» referierten Otto E. Kress, Geschäftsführer der Tel-lux-Film GmbH in Hamburg, Herbert Janssen, Chefredakteur und Geschäftsführer des Katholischen Instituts für Medieninformation e. V. in Köln, Dr. Karl Logar, Verantwortlicher für Kirchenfunk des ORF-Landesstudios Steiermark in Graz, Erich Leitenberger, Chefredakteur bei der Zeitschrift «multimedia» in Wien, Josef Gemperle, Bischöflich Beauftragter für Radio und Fernsehen in der deutschen und rätoromanischen Schweiz, und Josef Burri, Journalistischer Mitarbeiter der Arbeitsstelle für Radio und Fernsehen in Zürich. Neben der publizistischen Arbeit vor allem im «ZOOM-FILMBERATER» wurde die Mitarbeit der Kirche für die kirchlich-verkündigenden Sendungen ausführlich diskutiert. Dabei ergab sich, dass die Kirche nicht Sendezeit verlangt, aber bei Sendungen wie Gottesdienstübertragungen, die eindeutig kirchlich-verkündigenden Charakter haben, die inhaltliche Verantwortung behalten will.