

Fernsehen nah besehen

Von WERNER BARZEL S. J.

„Video“ hieß, als wir auf Quinta gingen: ich sehe. Heute heißt es — in Amerika schon, bei uns wann? — ich fernsehe. Oder: der Fernsehapparat. Oder ganz allgemein: das Fernsehwesen. Ein anderer Name ist: „television“.

In den dicht besiedelten Gegenden des nordamerikanischen Ostens wird das Fernsehempfangsgerät ein immer häufigeres und in weiten Kreisen allmählich sogar selbstverständliches Einrichtungsstück. Freilich steht das Fernsehen noch in seinen Anfängen. Die Sendestationen arbeiten vorläufig mit riesigen Verlusten; der Empfang ist nur in einer bestimmten Nähe zum Sender von erträglicher Deutlichkeit und auch da noch unvollkommen und durch atmosphärische Störungen nicht selten getrübt. (Es sieht dann so aus, als ob die Gestalten sich in einem Schneegestöber bewegen.) Aber das wird sich ohne Zweifel bald ändern. Schon liegt die Erfindung bereit, die die Übertragung auch von Farben ermöglicht. Mit zunehmendem Umfang des Fernsehwesens und mit der wachsenden Erfahrung wird man sicher untadelige, klare Bilder auf der Scheibe zu sehen bekommen.

Niemand zweifelt in Amerika daran, daß das Video eine siegreiche Zukunft vor sich hat. Doch man zerbricht sich den Kopf darüber, welche Folgen das haben wird.

Diese Frage betrifft am unmittelbarsten den Rundfunk und den Film. Noch ist das Radio unbestritten in der Führung. Erst kürzlich wurde es in einer Zeitung als ein bezeichnender Scherz verbucht, daß die Leiterin einer Artistengruppe die Bemerkung geäußert habe, das Beste an ihrem Television-erfolg sei, daß er ihnen einen Vertrag beim Radio einbringen werde. Aber auf die Dauer wird der Hörfunk viel Publikum abtreten müssen, und was noch wichtiger ist: viele „sponsors“ werden zum Seh-funk überwechseln.

Der amerikanische Rundfunk lebt von der Reklame. Firmen finanzieren die einzelnen Sendungen, und als Gegenleistung wird vorher und nachher und nicht selten auch zwischendurch das betreffende Erzeugnis angepriesen. Wenn nun die Geschäftsleute sehen, daß ein bildhaftes „advertisement“ erfolgreicher ist als ein rein akustisches, dann werden sie ihr Geld lieber den Videoleuten geben.

Diese warten nur auf solchen Umschwung und nehmen die gegenwärtigen Verluste in der Hoffnung auf das kommende große Geschäft in Kauf. Schon jetzt gehört das Bild einer Packung „Lucky Strike“ zu dem Gewohnten auf der Fernsehscheibe.

Hollywood tut nach außen hin noch gern so, als sei Television als Gegner vorläufig nicht ernst zu nehmen. Statistiken ergeben jedoch, daß die Besitzer von Fernsehgeräten seltener ins Kino gehen. Allerdings folgt

daraus zunächst nur, daß das Filmtheater in eine Krise geraten wird. Denn Filme werden durch das zunehmende Fernsehen eher mehr als weniger benötigt werden. So handelt es sich für Hollywood nicht so sehr um einen Konkurrenten als um einen neuen Absatzzweig, in den es sich nur rechtzeitig einzuschalten gilt.

Die Kinos wollen sich dadurch helfen, daß sie neben der Projektionsleinwand große Fernsehapparate aufstellen. Allerdings werden sie, wenn die Fernsehübertragung wirklich die Filmvorführung verdrängen sollte, den letzten Rest von ihrer Eigenschaft als Theater verloren haben. Sie dienen dann nur den Armen und den Durchreisenden als eine Art amüsanter „Wärmestube“, in der man das genießen kann, was den anderen Leuten bei sich zu Hause zur Verfügung steht. Außerdem ist zu befürchten, daß den Kinos auch dieser Vorteil von den Restaurants weggeschnappt wird. (Wobei zu bemerken ist, daß die Cafés ihr neues Lockmittel gar nicht sonderlich lieben: die Gäste verzehren weniger, wenn sie in ein Fußballspiel vertieft sind.)

Die Hindernisse von außen wird das Video wohl alle bestehen. Eine andere Frage ist es, ob es mit sich selber so leicht fertig werden wird. Wie sich schon jetzt zeigt, wird die Programmgestaltung dem Fernsehsender zu schaffen machen. Was soll man bringen? Fürs erste mag es den Empfänger schon entzücken, daß er Dinge, die weit weg vor sich gehen, im eigenen Wohnzimmer vom Sofa aus beobachten kann. Aber diese Sensation der Neuheit hat sich bald verbraucht. Dann will der Besitzer eines Fernsehgerätes etwas sehen, das es in sich selber lohnt angeschaut zu werden. Er will etwas haben von dem teuren Apparat. Doch was soll das sein? Wie kann man durch viele Stunden hindurch immer etwas zeigen, das aufmerksame Zuschauer findet?

Hier scheint die eigentliche Schwierigkeit zu liegen, die das Video zu überwinden hat. Vorläufig sind die Programme kurz. Das mag daran liegen, daß die Geschäftsaufträge bei Television noch nicht zahlreich genug sind. Die Firmen können nicht von heute auf morgen auf das Neue überwechseln, weil sie ihre langfristigen Verträge mit den Radiostationen haben. Aber man fragt sich, was geschehen soll, wenn das Fernsehen einmal die ganze Rolle des Rundfunks übernehmen wird. Denn schon jetzt ist es häufig so, daß das Fernsehen rasch ermüdet und langweilt.

Nun ist in Amerika kein Mangel an guten Sportveranstaltungen. Während der Baseballsaison gibt es in den großen Städten so ziemlich jeden Tag ein Spiel von Professionellen, das genügend Anziehungskraft auf das amerikanische Publikum ausübt. Die football-Spiele im Herbst finden jedoch nur an Samstagen und Sonntagen statt, und Korbball, das beliebteste Hallenspiel im Winter, dürfte für ein längeres und häufigeres Anschauen nicht abwechslungsreich genug sein. So kann der Sport, auch wenn Boxen, Ringen, Schwimmen, Hockey usw. hinzugenommen werden, immer nur

einen verhältnismäßig geringen Teil des Programms bestreiten. Was soll in der übrigen Zeit geschehen?

Musik und Vorträge wie beim Radio? Freilich, aber was macht es für einen Unterschied, wenn wir den Sprecher von Nachrichten oder das Orchester nunmehr sehen können? Man entdeckt sehr bald, daß dadurch die Nachrichten nicht wichtiger und die musikalischen Leistungen nicht besser werden, daß die Ausführenden sichtbar in Erscheinung treten.

Man hilft sich, indem man etwa den Sprecher ein Interview anstellen läßt oder die Musikkapelle von verschiedenen Seiten und in immer wechselnden Ausschnitten aufnimmt. Trotzdem bleibt es dabei (wie schon der Film lehrt), daß solche äußere Bewegtheit dem Gebotenen nicht Neues hinzufügt. Man erwartet von dem neuen Medium nicht nur eine visuelle Begleitung des Akustischen, sondern einen eigenen Aussage- und Formbereich.

Der Nachrichtendienst, der das Bild einbezieht, darf nicht nur einen Sprecher auftreten lassen, sondern muß das berichtete Ereignis selbst im Bilde vorführen. Wer einen Vortrag im Video hält und nur sich selbst vorzustellen hat, wäre ohne großen Verlust (manchmal sogar mit Gewinn) besser beim Radio geblieben. Vom Sehfunk erwartet man zumindest eine Bebilderung des Vortrages. Am besten drückt sich der Vortragende überhaupt ganz in Bildern aus. Eine Fernsehsendung muß, wenn sie wirklich etwas Neues und Selbständiges sein will, so etwas wie eine lebendige Illustrierte und ein unentwegtes Bilderbuch darstellen. Daß das zu leisten ist, zeigen die Kino-Wochenschau und der Kulturfilm. Nur wird der Verbrauch von diesen Dingen beim Video rascher und massenhafter sein.

Wie der Hörfunk einen Großteil seines Programms mit Musikdarbietungen ausfüllt, so wird sich der Sehfunk vornehmlich auf Spielvorführungen verlegen müssen. Das Schauspiel im weitesten Sinn wird sein Metier werden; also von der Akrobatik bis zur Tragödie; Kunststücke, Zaubertricks, Zirkusnummern, Körperleistungen, Tänze jeder Art ebenso wie das eigentlich Dramatische. Doch wo plötzlich das alles in genügender Zahl und Mannigfaltigkeit hernehmen?

Tatsächlich scheint das Aufkommen des Fernsehens in Amerika dem alten Variété zu einer neuen Blüte verholfen zu haben. Ganze Zweige der Kleinkunst, die sich nur noch in den Zirkussen und allenfalls in Nachtlokalen erhalten konnten, werden auf einmal wieder an die Rampe der großen Öffentlichkeit gerufen. Vor allem sind Komiker sehr gefragt — und, wie sich herausstellt, nicht zu haben. Das Verschwinden der Vaudevilletheater hat den Clown zum Aussterben verurteilt, und jetzt, wo man ihn wieder braucht, fragt man sich ratlos, wie man ihn wieder züchten könne.

Doch Variétévorführungen können nicht für längere Zeit fesseln. Auch wenn sie gut sind (was gegenwärtig wohl von den amerikanischen Programmen nicht immer gesagt werden kann), ermüden sie nach einer

Weile. Das Nächstliegende wäre natürlich, richtiges Drama zu spielen. Das geschieht selbstverständlich auch. Aber wo sind die Regisseure und Schauspieler, die soviele Stücke inszenieren und spielen, daß man jeden Tag etwas Neues aufführen könnte? Soviel Originalität, wie dafür notwendig wäre, gibt es einfach nicht. Darum wird das Video, so wie das Radio auf Schallplatten und Tonschnitte zurückgreift, sich mit Filmen behelfen müssen.

Nun kann Hollywood sicher genügend Filme liefern, und wenn seine Kapazität nicht ausreichen sollte, werden die übrigen Filmproduzenten der Welt nur allzu bereitwillig in die Bresche springen. Aber wird das Fernsehunternnehmen die Filme bezahlen können? Filme wurden bislang nach den zu erwartenden Eintrittsgeldern der Kinos kalkuliert. Werden die „sponsors“ der Televisionsendungen um der Reklame willen dieselben Summen zahlen, wie sie das Publikum bei den Kinokassen zusammentrug? Das gilt für die Vereinigten Staaten. In Deutschland würde das Fernsehwesen wahrscheinlich ebenso wie jetzt das Radio durch die monatlichen Beiträge der Teilnehmer finanziert werden. Aber würden da solche Beiträge bereitstehen, wie sie die Filmfirma erwartet? Aus diesem Grunde ist anzunehmen, daß, welche Fortschritte immer das Fernsehen macht, unser heutiges Kino noch nicht so bald das Ende seiner Tage erleben wird. Anderseits wird die Filmindustrie in Zukunft viel billiger arbeiten müssen, wenn sie ihre Erzeugnisse an den Mann bringen will.

Eine andere Schwierigkeit ist die Länge der heute üblichen Filme. Funksendungen müssen kurz sein, in Amerika, weil möglichst viele Firmen zu ihrer Reklamezeit kommen sollen, bei uns, weil von der großen Zahl der Teilnehmer jedem etwas geboten werden muß. Nun können Filme freilich kürzer als jetzt hergestellt werden. Aber die Länge eines Spielfilms ist nicht ganz willkürlich festzusetzen. Die Entwicklung einer Spielhandlung bedarf einer bestimmten Ausführlichkeit. Es gibt natürlich auch den Einakter, aber er ist eine Form unter anderen, und alles läßt sich nicht in Einaktern sagen. Aber vielleicht werden wir eben lernen müssen, uns auch im Schauspiel auf die kurze Fassung zu beschränken. Wie uns die Zeitung die Kurzgeschichte beschert hat, so wird vielleicht das Fernsehen das Kurzstück zur Kunstform der kommenden Zeit machen.

Augenblicklich bringt man in Amerika neben seltenen abendfüllenden Filmen täglich Abschnitte aus einem Film, die sich innerhalb einer Woche zu einem Ganzen zusammensetzen. Also ein Film in Fortsetzungen wie ein Zeitungsroman. Das ist sicher nicht die Lösung, die sich auf die Dauer des Beifalls beim Publikum erfreuen wird.

Das Video ist stolz darauf, ein neues Bildungsmittel darzubieten. Es läßt sich nicht bestreiten, daß ihm, wie dem Film, vielfältige Möglichkeiten in dieser Hinsicht gegeben sind. Freilich sind die Nachteile ebenso offensichtlich (vgl. diese Zeitschrift 142. Bd., August 1948, S. 374 ff.).

Schon die Bequemlichkeit, mit der man beim Video an den Geschehnissen und Problemen der Welt teilnimmt, kann für den Geist gefährlich werden. Reden wir gar nicht von der drohenden Verdrängung des Buches durch Anschauung; denn diese Umstellung wäre zu einem Teil zu begrüßen, zum anderen ist sie nicht zu befürchten, weil sie, im Großen, doch unwahrscheinlich bleibt. Aber wenn es sich nur darum handelt, daß ein Junge sich am Sonntag ein Fußballspiel ansieht, schon da kann man gegenüber dem angeblichen Segen der neuen Erfindung skeptisch werden. Früher mußte der Junge doch wenigstens den Weg zum Stadion machen. Allein dieser kleine Entschluß und diese geringe Anstrengung hielten ihm vor Augen, daß Ereignisse in dieser Welt immer einen bestimmten, unverwechselbaren Ort haben und daß bei einem Ereignis dabei gewesen zu sein, ein unveräußerlicher Vorzug ist, der mit der Unmöglichkeit, zugleich einem anderen Ereignis beizuhören, bezahlt werden muß. Diese Unerbittlichkeit wird durch das Video zwar im Grunde nicht aufgehoben, aber sie wird verwischt und bleibt, zum Schaden der Welterfahrung des jungen Menschen, seinem Bewußtsein vorenthalten. Denn er kann ja, daheim im Sessel sitzend, ohne Mühe abwechselnd ein Spiel in New York und eines in Boston verfolgen.

Man spricht heute viel davon, daß wir in ein Zeitalter des Augenmenschen eintreten. Das wäre an sich gar nicht so beklagenswert, wie es manchen Verwaltern der Bildung erscheinen will. Die Frage ist nur, ob dieser Augenmensch wirklich zu sehen imstande sein wird. Wird der Fernsehapparat es ihn lehren?

Auf dem Fußballplatz muß der Junge seinen Geist anstrengen, um das Spiel zu verstehen und zu beurteilen. Die rein physiologische Sehkraft hat eine Entfernung zu überwinden, denn als Zuschauer ist er, auch in der vordersten Reihe, dem Spiel nie ganz nahe. Vor dem Fernsehgerät hingegen braucht er nur lässig zuzuschauen. Die Kamera übernimmt für ihn die Arbeit. Sie schneidet ihm immer gerade den Teil des Spielfeldes heraus, auf dem gerade eine Entscheidung ausgefochten wird, und sie bringt ihm den Kampf so dicht vor die Augen, daß er danach greifen kann: der Kampf findet für ihn auf der Scheibe, die er berühren kann, statt. Das Fernsehen ist in Wirklichkeit ein sehr nahes Sehen. Weder schärft es das Auge, noch lenkt es den Geist auf eine weite, umfassende Sicht. Die selbständige Eroberung der Welt wird dem Auge erspart. Es hat auf der Scheibe nur sozusagen die Trophäen der Siege anderer zu bewundern. Man muß sich besorgt fragen, was das für ein Augenmensch sein soll, der meistenteils von der Anschauung aus zweiter Hand lebt.

Manche Soziologen haben die rasche Verbreitung des Video als ein Heilmittel zur Rettung der Familie begrüßt. Man konnte feststellen, daß Familien, die einen Fernsehapparat erwarben, anfingen, merklich häuslicher zu werden. Nun muß man nur einmal einer Fernsehsendung

zusammen mit einer größeren Anzahl Menschen beigewohnt haben, um zu wissen, was eine solche Veranstaltung für das Gemeinschaftsleben wert ist. Jeder starrt versunken auf die kleine Scheibe. Die Gegenwart seines Nachbarn wird ihm nur bewußt, wenn er ihm irgendwie in den Weg kommt. Keiner spricht ein Wort. Wer es doch tut, wird zurechtgewiesen, weil Reden die Übertragung stört. Das Heim ist zum Kino geworden. Ein Kinopublikum aber hat nichts mit einer Familie gemein.

Immerhin sitzt man zusammen. Doch für wie lange? Wenn die Vorführung fesselnd ist, hält man hübsch still, aber wenn sie anfängt langweilig zu werden, dann kann sie zwar noch eine Weile den Gegenstand bilden, über den man spöttische Bemerkungen austauscht, aber die zusammenführende Kraft ist dahin. Ein Familienleben, das am Zerfallen ist, läßt sich durch keine technische Erfindung erneuern.

Das Fernsehen wird also nicht allzu umstürzend wirken. Es mag in der Geschäftswelt einige Veränderungen hervorrufen, aber sein bildender und gesellschaftlicher Einfluß wird über den der bestehenden Errungenschaften kaum hinausgehen. Wir brauchen in Deutschland nicht ungeduldig zu werden, wenn uns das Video noch für einige Zeit vorenthalten bleibt.

Die Russin

Von MARIA FRANZISKA de SMETH

Die Russin als Frau

,Die Französin', ,die Spanierin', ,die Türkin' sind Worte, die ganz bestimmte und ziemlich einheitliche Vorstellungsbilder auslösen. ,Die Russin' dagegen hatte lange vor der kommunistischen Revolution zwei ausgeprägte Gesichter und diese Besonderheit hat sich in veränderter Form auch im Sowjetstaat erhalten.

Das Gesicht der intelligenten Russin aus der Zarenzeit, die gleichzeitig auf zwei und mehr Doktorate studierte und sich ebenso leidenschaftlich für Politik wie für die Liebe interessierte, war selten hübsch oder schön. Aber es war immer belebt und anziehend.

Wie ein weiträumiger Hintergrund zu diesem ausgeprägten Typus stand das Gesicht der russischen Bäuerin: frisch, natürlich und in seiner slavischen Breite eine gesunde Sinnlichkeit ausstrahlend, wie Mutter Erde selbst.

Trotz aller Pionierarbeit, die man der intellektuellen Russin der Vergangenheit auf keinen Fall absprechen kann, wirkte aber auch sie stets in erster Linie als Frau. Und darum war der Unterschied zwischen der Studentin der besitzenden Schicht und der Analphabetin in ihrer spezifisch weiblichen Eigenart wohl nirgends so gering wie in Rußland. Ihre Be-