Zeitschrift: Film und Radio mit Fernsehen
Herausgeber: Schweizerischer protestantischer Film- und Radioverband
Band: 17 (1965)
Heft: 10

Rubrik: Bildschirm und Lautsprecher

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Von Frau zu Frau

MUBA FRAUENSTUNDEN

EB. So sicher wie jedes Jahr die Muba im Frühling ihre Pforten öffnet, so sicher widmen jedes Jahr die Frauensendungen am ersten Montag nach der Eröffnung eine halbe Stund dieser Ausstellung. Meistens geschieht dies in Form eines Rundganges durch gewisse Hallen, in denen Dinge gezeigt werden, die Frauen interessieren könnten. Manchmal bummeln zwei Reporterinnen durch die Hallen und halten da und dort inne. Man hört das Gedröhn der Tritte, das Summen von Motoren, das Lachen und Schwatzen von Menschen und wähnt sich mitten drin. Es folgt das Gespräch mit irgend einem Verkäufer, und dann geht es wieder weiter.

Andere Male, so auch dieses Jahr, wird einfach über das Gesehene aus dem Studio berichtet.

So oder so ist es nicht anders möglich, als dass die Sendungen sehr persönlich gefärbt sind. Mir scheint, es sei eine der schwierigsten Reportagen, denen sich da Jahr um Jahr die Baslerinnen unterziehen. Welche Fülle ist da zu bändigen, wie schwer muss die Qual der Wahl sein ! Wieviel Ueberblick braucht es, wie schwer ist es, etwas nur flüchtig Gesehenes korrekt zu beurteilen und wieviele Kenntnisse benötigt man, um wahre von falschen Anpreisungen zu unterscheiden !

Man kann weitgehend unpersönlich einen Ueberblick geben, alles nur streifen: Dann wird die Sendung langweilig, und am Schluss hat die Hörerin das Gefühl, sie habe überhaupt nichts Neues erfahren. Man kann, wie dies Jahr, sich bemühen, einiges hervorzuheben, das der Reporterin persönlich in die Augen gestochen hat. Dann besteht die Gefahr, dass dies aus zu subjektiven Gründen geschieht und dass viel Wichtigeres überhaupt nicht erwähnt wird. Und man kann schliesslich, wie - wenn ich mich recht erinnere - letztes Jahr, Reporterinnen an Ort und Stelle Aufnahmen machen lassen. Dann wird die Sendung zwar lebendig, aber unter Umständen total verzerrt. Es kommen Leute zum Wort, die es vielleicht nicht verdienen, der Mundfertigste wird den Löwenanteil der kostbaren Zeit für sich beanspruchen. Er wird ungerechtfertigt die grösste Nachfrage haben. Kurz, man kann es scheinbar machen, wie man will, immer wird der Sendung trotz aller Bemühungen etwas Unbefriedigendes anhaften. Wobei ich betonen möchte, dass die diesjährige Sendung bedeutend besser war als manche früher. Ich weiss aus eigener Erfahrung, welches Debakel die Sendung oft nach sich zog und habe es mir früher aus beruflichen Gründen direkt zur Pflicht gemacht, sie jedesmal genau anzuhören, damit ich auf Fragen der unmöglichsten Art gewappnet war.

Dies Jahr frage ich mich, als vollkommen Unbeteiligte, ob sich die grosse Mühe überhaupt lohnt, was wird damit eigentlich bezweckt? Uns Frauen glustig zu machen? Ich weiss nicht recht - jene Frauen, die aus irgendeinem Grunde an die MUBA gehen wollen, gehen wahrscheinlich sowieso. Die andern anzulocken, hat wohl bei dem guten Besuch durch Interessenten irgendwelcher Art keinen tieferen Grund. Neue Entwicklungen erwähnen könnte man vielleicht auch in andern Sendungen, denen das "Werbemässige", die Reklame für gewisse Aussteller, fehlen würde. Dafür könnte man dann besser auf diese Neuerungen eingehen. Ich frage mich ja nur. Dies alles ist keine Kritik - nur hängt man manchmal an einem Zopf, den man im Grunde genommen selbst gern abschneiden oder doch ganz anders zopfen möchte.

Aus aller Welt

Niederlande

- In den Niederlanden ist eine ökumenische Filmzeitung gegründet worden, das "Kritische Film-Forum". Sie ist durch den Zusammenschluss des evangelischen "Kritischen Film-Bulletins" , herausgegeben von der protestantischen Stiftung "Film-Zentrum", und des römisch-katholischen Blattes "Film-Aktion" entstanden. Als Chefredakteure zeichnen Jan Hes, der bisherige Redaktor des "Kritischen Film-und Fernsehbulletins", Generalsekretär der INTERFILM, und A. van Domburg.

-Die "Selbstmörderschule", der seinerzeit in Berlin mit dem Preis der Interfilm ausgezeichnete dänische Spielfilm, ist vom "ökumenischen Filmzentrum" als Diskussionsfilm erworben worden. Er war zuerst verboten gewesen, doch von der Rekursinstanz nach einigen, kleinen Schnitten freigegeben worden.

Bildschirm und Lautsprecher

Japan

- Japan hat eine Anzahl von fremden Sprachkursen eingeführt, die von Fachleuten über das Fernsehen ausgestrahlt werden. Sie erfreuen sich starker Beliebtheit; ihre Teilnehmerzahl übersteigt eine Million. Mehr als die Hälfte der Befragten hört dabei den Anfängerkurs für Englisch. Männliche junge Beamte und Angestellte interessieren sich für die Sendung "Englische Konversation", wogegen männliche Studenten "Leichtes Deutsch" bevorzugen. Die Mehrzahl der Frauen hört "Französisch mit Vergnügen". Besonders Hausfrauen lieben es, doch erreicht es nicht die Teilnehmerzahlen von Englisch oder Deutsch.

-Japan ist dabei, einen Fernseh-Magnetband-Recorder auf den Markt zu bringen, der sich für die Familie und das Geschäft eignet. Mit ihm können alle Bilder und Töne, welche das Fernsehen ausstrahlt, aufgespeichert und später nach Belieben wieder vorgeführt werden. Das verwendete Band ist nur 1,27 cm. breit und kann immer wieder neu verwendet werden. Es kann Sendungen bis zu 30 Minuten aufnehmen und kostet ca. 15$. Der Recorder wiegt etwa 15 kg. und dürfte vorerst ca. 550$ kosten, doch ist eine Massenproduktion vorgesehen.

USA

- Nachdem die grosse Rundspruchgesellschaft NBC bereits 96% der abendlichen Hauptsendungen in Farben ausstrahlen wird, hat sich nun auch ihre Konkurrentin, die CBS, entschlossen, mindestens zwei abendliche Hauptsendungen und alle Kinofilmsendungen, soweit sie auf Farbfilmen beruhen, in Farben zu senden. Damit dürften auch die Farb-Fernsehempfänger stärker verkauft werden und ihr Preis sinken.

- Die Tatsache, dass die amerikanischen Autoproduzenten ihre Wagen grundsätzlich mit Radios ausrüsten, hat zu einem starken Anstieg der Radio-Verkäufe geführt, wie Radio News Bulletin berichtet. Der Verkauf von Autoradios liegt mit 7 744 800 Stück an der Spitze aller Verkäufe, abgesehen von den Transistorradios. Der Verkauf von grossen Radioschränken und dergleichen ist ganz unbedeutend geworden, ein Symptom dafür, dass das Radio als Kulturinstrument stark an Einfluss verloren hat und in erster Linie zur Information und in zweiter zur Verbreitung von leichter Musik Verwendung findet.

-Die freiwillige Selbstkontrolle der Radiosender ("Radio-Code") kann einen leichten Fortschritt in der Zahl der angeschlossenen Teilnehmer verzeichnen. Waren es letztes Jahr noch 37,0%, so sind es heute 42,4% aller Sendestationen. Die Mehrzahl der Sender scheint allerdings noch immer keinen grossen Wert auf Anständigkeit und Mass ihrer Werbesendungen zu legen.

Politische Gefangene, die Steine klopfen müssen, eine in Diktaturstaaten unausrottbare Einrichtung, in dem interessanten Bunuel-Film "Das Fieber steigt in El Pao"