

Video Schweiz : zarter Lichtschimmer am Medienhorizont

Autor(en): **Prisi, Jürg**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zoom-Filmberater**

Band (Jahr): **33 (1981)**

Heft 3

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-933109>

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.

Video Schweiz: Zarter Lichtschimmer am Medienhorizont

1. *Offensives Video*

«Fernsehinformation lebt von Prominenz und Expertentum. Das führt bei vielen Zuschauern zur Ohnmacht gegenüber der komplex dargestellten Politik, zu immer grösserer Apathie und letztlich zu politischer Abstinenz. Aber immer werden Stimmen laut, das Fernsehen sei linkslastig. Die das behaupten, wollen eigene Sender. Moderne Technologie und ein riesiger Haufen Geld machen vieles möglich. Satelliten-TV und Programme über Kabelnetze, aber auch Kassetten und Bildplatten werden kommen. Sie werden uns noch besser unterhalten und umwerben. Die Ohnmacht wird zum Scheintod...»

Soweit die «Mediengenossenschaft Container-TV», Bern. Sie ist eine jener autonomen Medien-Gruppen, die sich – mit notorisch üblicher Verspätung – auch in der Schweiz gegen Ende der 70er Jahre da und dort formiert haben. Schlag- und Werbeworte wie «Fernsehen à la carte» oder «Video – die grosse Programmfreiheit» sind ihnen alles andere als wegweisend, wogegen das deutsche Wochenblatt «Die Zeit» doch vermutet, dass 1981 bereits rund eine Million (Video-)Recorder in bundesdeutschen Haushalten herumstehen könnten. Dem Nachrichtenmagazin «Der Spiegel» wiederum soll ein Manager des Fernostherstellers «Victor Company of Japan» (JVC) vorgeschwärmt haben, für die Video-Geräteproduktion bedeute 1980 «das Jahr Null». Und weiter im Text: «Angesichts der allseits vorausgesagten Wirtschaftsflaute verzichten die Deutschen auf unnötige Anschaffungen. Bei so viel Düsternis rundherum bieten nur die eigenen vier Wände Geborgenheit. Da fügt es sich gut, dass gerade dort die Video-Technik Zerstreuung verheisst...»

Und in der Schweiz? Hier stand das Jahr 1980 unzweifelhaft im Zeichen grosser Jugendunruhe und eines immer frostigeren Medienklimas. Auch «offensives Video» trat in den Vordergrund wie noch nie. Mit der Verbreitung einschlägiger TV-Aufzeichnungen und einer schnellen

Herstellung von Gebrauchs- und Interventionsfilmen suchten aktive Medienschaffende der eigenen Wehrlosigkeit gegenüber ferngesteuerter Bilderflut wirksam zu begegnen. So war etwa der «Video-Laden Zürich» an Demonstrationen und Vollversammlungen der Zürcher Jugendbewegung nahezu pausenlos anwesend, ein Beispiel, das auch von andern Medien-Gruppen nachvollzogen wurde. Die Reaktion liess nicht auf sich warten: Am 6. Juni 1980 verbot der Zürcher Erziehungsdirektor Alfred Gilgen die Aufführung eines Video-Films von Ethnologiestudenten zum sogenannten «Opernhauskrawall» und verlangte dessen Konfiszierung. Am 22. August beschloss die Hochschulkommission, Heinz Nigg (Leiter der Projektgruppe «Community-Medien») den Lehrauftrag am Ethnologischen Seminar zu entziehen. Am 17. Dezember beschied der Senatsausschuss ein Wiedererwägungsgesuch des «Vereins Studierender an der Universität Zürich» in abschlägiger Weise: Er beschloss, eine Aufführung des Video-Films «Züri brännt» (vorläufige Dokumentation zur Zürcher Jugendbewegung) in den Räumen der Universität definitiv nicht zuzulassen. Dennoch stand «Züri brännt» im Programm der diesjährigen 16. Solothurner Filmtage (Berichte darüber im nächsten ZOOM-FB) und wird, auf Film kopiert, sogar ins Kino kommen.

Wie Vertreter des Video-Ladens Zürich erklärten, war «Züri brännt» allerdings gar nie als «Gebrauchsfilm» konzipiert und in diesem Sinne wenig repräsentativ für aktuelles Video-Geschehen. Im übrigen würden sich die Produktionskosten auf über 80 000 Franken belaufen, und vier der acht regelmässigen Mitarbeiter hätten allein am Schnitt vier Monate lang gearbeitet. Man sei deshalb darauf angewiesen, dieses Geld wieder einzuspielen, und sei es selbst über den Mechanismus konventioneller Distribution (Filmtage/Verleih/Grosskino): «Ob wir uns übernommen haben, werden wir ja sehen». Der Video-Laden Zürich – als Verein «Video-Zentrum» am 14. März 1977 konsti-

tuiert – ist noch in anderer Hinsicht führend: «Wir arbeiten länger, haben mehr Erfahrung und auch mehr Material akkumuliert». Verschiedentlich als «bestinformierte und bestausgerüstete Informationsstelle in der Schweiz» bezeichnet, funktioniert der Video-Laden vor allem als Dienstleistungsbetrieb. Neben der Aufzeichnung von Theaterstücken, TV-Sendungen, Konzerten, Veranstaltungen und so weiter werden im Jahr zirka zwölf Einführungskurse in die Video-Technik organisiert, Geräte vermietet und ein permanenter Verleih von Video-Produktionen aufrechterhalten. Um beschränkte Möglichkeiten der eigenen Infrastruktur etwas zu erweitern, denkt man auch daran, mehr «konventionellere Aufträge» zu übernehmen und so die hohen Kosten offensiver Eigenproduktionen (3000 Franken die halbe Stunde Video) besser abzudecken. So steht ebenfalls das Vermitteln von Video-Know-How für politische Gruppen zur Diskussion. Dem Unternehmen nach dürfte das (nach 1980) allerdings «schwieriger» werden: «Wir sind jetzt etwas radikalisiert. Vor einem halben Jahr hätten wir vielleicht noch einen Film für die Sozialdemokratische Partei gemacht. Andererseits besteht überhaupt nicht das Gefühl, dass (anarchistische Reinheit) absolut zu bewahren sei. Wir sind uns bewusst, dass wir in Widersprüchen stecken.»

Vorderhand ins Zentrum ihrer Arbeit stellt die Gruppe den Aufbau eines Verteilernetzes (hin zu Quartiergruppen/Freizeitanlagen/Jugendhäusern/Altersheimen/Alternativbeizen) sowie einen Weiterausbau ihres Ladens, die Entwicklung eines fundierten Kurskonzepts, höhere Produktionsqualität und die Erschließung neuer Finanzquellen. Langzeitprojekte sind gegenwärtig nicht geplant. Eine Hintergrundanalyse zur Zürcher Jugendbewegung habe leider abgebrochen werden müssen, nachdem drei Leute sechs Monate daran gearbeitet hätten. Entscheidend für den Abbruch des Projekts seien vorab Fragen der Aktualität und der beschränkten Einsatzmöglichkeiten gewesen: «Problembewusstsein ist ohnehin nur bei Spezialisten da.»

Bei Vorführungen auf der Gasse (mit unabhängigem «Stromkoffer») würden sich

ähnliche Probleme auch hinsichtlich des persönlichen Zeitaufwands ergeben. Hier sei nur eine bestimmte, produktionsaufwendige Art von Gebrauchsfilm denkbar, der Passanten schon nach einem kurzen Blick auf den Schirm ansprechen müsse. In solchem Zusammenhang würde man heute wahrscheinlich auch die entstandenen «Demo-Filme» viel enger und konzeptbezogener angehen. Desungeachtet sollen weitere Schwerpunkte nicht auf Alltagsarbeit (Geräteverleih und so weiter) liegen. So wird in «gemischtem Team» mit zwei auswärtigen Mitarbeitern gegenwärtig ein kurzes Tape zum Kriminalpolizeilichen Informationssystem KIS für eine Gassenvorführung fertiggestellt.

Für das Zustandekommen solcher Vorhaben sei – wie bei «Züri brännt» auch – eine persönliche und ungetrübte Beziehung unter allen Mitwirkenden ungeheuer wichtig. Selbst Produktionen aus der eigenen Werkstatt würde man an eine Vorführung, zum Beispiel in einem Quartierverein, nur dann «begleiten», sofern man auch persönlich dahinterstehe. Innerhalb des noch nicht existierenden idealen Distributionsnetzes könnte die Gruppe Video-Laden sich regelmässigere Eigenproduktionen im Sinne von lokalen «*Monats-Schauen*» denken. Konkrete Vorstellungen hinsichtlich Inhalt oder Zielpublikum beständen im Moment allerdings keine. Die Arbeit mit und in der Bewegung habe den Video-Arbeitern nicht nur persönlich viel gebracht, sondern habe auch die Institution Video-Laden reaktiviert und populärer werden lassen: «Ein ganz anderes Lebensgefühl. Man hatte eine (Perspektive) und den Eindruck, an etwas Sinnvollem (auch für andere) zu arbeiten.»

2. Operatives Video

Noch sind die Initianten der 1979/1980 gegründeten *Mediengenossenschaft Container-TV*, Bern, belastet durch Erstinvestitionen. Ihr Trägerverein zählt erst um 20 Mitglieder, und der Kasse fehlen noch an die 15000 Franken. Container-TV definiert sich primär als «Anlaufstelle» für Medienarbeit. Obwohl hier in kleinem

Rahmen das ungefähr gleiche Angebot besteht wie beim Video-Laden Zürich (Schnittplatz/Aufzeichnungsmöglichkeiten/Aufnahmeplatz/Fotolabor/Videothek) zählt man auf das Interesse der Leute und hat bisher noch nie gross auf Werbung gemacht: «Im Rahmen von Art-Video, TV-Collagen, Medienerziehung, technischen Kursen und so weiter verstehen wir die ganze Sache weit gefasst. Die Anregungen müssen von aussen kommen. Wohl haben wir anfänglich die Einsatzgeschwindigkeit des Mediums überschätzt und ein zu grosses (Gruppen-)Bedürfnis nach Video-Arbeit vorausgesetzt. Die Tendenz mitzumachen ist aber steigend.»

Stark betont wird der Einsatz von Video-Technik in Bereichen wie Volksschule, Heimerziehung oder Sozialarbeit. «Unsere Anliegen sehen wir auf drei Ebenen: 1. Möglichst vielen Leuten die Möglichkeiten und Beschränktheiten des Mediums aufdecken; 2. Gleichzeitig zeigen, was welche Geräte nun wirklich bringen

«Immer wird Bild und/oder Ton auf uns geschossen. Wir kehren das Ganze um ...»

Bild: Container-TV

(technisches Know-How und Branchenkenntnis); 3. Die erwähnten Möglichkeiten des Mediums mit Sozialarbeitern, Lehrern, Studenten und anderen im Hinblick auf «operatives Video» ausagieren. – In vielen Gymnasien sind ja die technischen Voraussetzungen an sich schon lange gegeben. Nebst isolierter Kenntnis über das Video-Material und seine Möglichkeiten müssen aber ganze Gruppenprozesse auf Video bezogen werden. Diese Anstrengung ist wichtig. Beratung ist hier unbedingt von nöten, wenn kein Mist gebaut werden soll.»

Beispielhaft für dieses «operative Verständnis» sind die handgreiflichen Ergebnisse eines wöchigen Feriensportlagers für Schüler der Stadt Bern in Fiesch (September 1980). Container-TV übernahm dort das Ressort «Lagerfernsehen». Jeden Abend sprach eine andere kleine Schülergruppe mit ihren Betreuern das Grobkonzept für die «Lager-Tageschau» des nächsten Tages ab. Am folgenden Morgen wurden zwei längere Filmbeiträge (etwa über das Angebot «Fechtkurs» und «Töpfern») produziert, am Nachmittag erfolgte der Schnitt und



das Sammeln von ergänzenden Informationen. Die so entstandene Tagesschau (ungefähr neun Minuten) bekamen dann rund 1200 Feriengäste zu sehen. Innerhalb eines derartigen Riesenbetriebs erfuhren die Teilnehmer so nicht nur das Neuste über «Hansli X.», der vom Sprecher aufgefordert wird, sich doch in Zukunft pünktlicher an seine Termine zu halten, sondern es wurde auch berichtet über ein verlorenes Portemonnaie, über Krankheitsfälle, über das sportliche Angebot und über diverse Abendveranstaltungen. Zwar konnte sich ein Kind aufgrund der Hauptbeiträge einer solchen «Tagesschau» nicht mehr in einen andern Kurs umteilen lassen. Dennoch stiess dieses «Lagerfernsehen» als «operativer Kommunikationsfaktor» (Verschränkung von Gruppen- und Kommunikationsprozessen) auf reges Interesse. Nach kurzer Unterweisung waren Kinder imstande, eine Kamera – meistens mit Stativ – selber zu führen. Kinder machten Interviews, bestimmten Inhalt und Form der Beiträge, verlasen Nachrichten, stoppten die Filmteile aus und sagten, wo sie den Schnitt haben wollten.

Das Resultat ist überzeugend und entspricht in abgewandelter Form auch jenen Prinzipien, die das Container-TV für die Benützung seiner sogenannten «Anlaufstelle» vorsieht: «Wir wollen kein «Hurrah-Video». Das Medium bleibt für uns wertvolles Mittel, aber nicht Selbstzweck. Von daher eher tragend ist die konzentrierte Arbeit mit Jugendlichen als der Versuch, ältere Leute für Video zu interessieren. Vielleicht werden sich die heute 14- bis 25jährigen in drei bis fünf Jahren etwas anders mit dem Monstrum Fernsehen auseinandersetzen und ihre subjektiven Erfahrungen weitervermitteln. Im übrigen ist etwa der Austausch von Eigenproduktionen (etwa Vorführungen in einer andern Gruppe) immer abhängig von seiner Form. Unter der Bedingung, dass ein Produzent das Produkt «begleitet» und ergänzende Hintergrund-erfahrung mitvermittelt, würden wir das sicher mehrfach wiederholen: also nicht rein produktorientiert, sondern unter Mit-einbezug des Entstehungsprozesses und der damit verbundenen Auseinandersetzung. Eine «Dokumentation Fiesch»

wurde hinterher mehr als 800 Eltern durchgeführt. In ferner Zukunft könnten wir uns eine Arbeit mit mobilen Einheiten – zum Beispiel über einen «Medien-Bus» – durchaus vorstellen.»

Wie der Video-Laden Zürich will auch Container-TV Bern den relativen Arbeitsaufwand für *Infrastruktur* möglichst auf die tägliche Öffnungszeit beschränken. Kontakte sind ihnen wichtig. Mit abwechselnder Präsenz im Lokal, einer wöchentlichen Gruppensitzung von vier Stunden sowie einer 75prozentigen Teilzeitstelle sind die acht tragenden Container-Leute praktisch voll ausgelastet. Auch sie stellten zu Beginn der *Jugend-Demonstrationen in Bern* noch «schnelle Bänder» her. Mittlerweile steht jedoch der persönliche Aufwand in keinem Verhältnis mehr zum erbrachten Resultat. Aufrufe an die Jugendbewegung, in «gemischten Teams» selber an der Herstellung einer Dokumentation mitzuwirken, fruchteten wenig: «Zusätzlich wurde bei uns auch die Frage des Dokumentarstils diskutiert. Wie sollen wir da hineingehen, dass es auch uns etwas bringt? Wenn schon, hätte man umgekehrt auch Inhalte in die Bewegung tragen müssen. Jene Leute, die das Ganze vorbereitet und vom kulturellen Standpunkt aus mitbeeinflusst haben, waren vielfach ja nicht unter den Demonstranten zu finden. Letztlich hätte aber das Konzept einer solchen Analyse deren Planung zum voraus bedingt.»

Container-TV unterstützt Video-Selbstdarstellungen von Gruppen in Quartier- und Jugendtreffpunkten. Diese animative Videoarbeit wird von ihnen nicht einseitig als «Schritt nach aussen» verstanden. Wie ein «Macher» erklärte, sei er von der Fotografie her zur Video-Arbeit gekommen und er hätte auch nicht unbedingt das Bedürfnis, nun einfach einer Quartiergruppe beizutreten. Im Rahmen einer Arbeit etwa mit der «Arbeitsgruppe Wohnungsnot», bei aktuellen Strassenveranstaltungen oder Vorführungen an Quartierfesten bleibt die Abgrenzung immer klar: «Für mich ist unser Lokal ein Platz für sich. Wir haben im lokalen Bereich Bern allerdings da und dort Berührungspunkte. Gut finden wir eine von Interessenlage und Zielsetzungen her wechselseitige Beziehung, wie sie mo-

mentan zum Beispiel mit dem Kulturtreffpunkt «Schütte 41» besteht: Sie und wir finden das gut. Je nach Platz muss auch die Vorführsituation dem Medium Video entsprechen. An der Uni 500 Leute vor drei Monitore zu setzen, wie wir das mit «Züri brännt» gemacht haben, ist im Prinzip eine unmögliche Situation. In grösserem Ausmass würden wir da eher für eigentliche Video-Kinos plädieren.»

Gesamtschweizerisch wird die Kooperation zwischen den Medien-Gruppen aus der Sicht von Container-TV (etwa in bezug auf Ausrüstungs-Normen) als «unproblematisch», die Beziehung zum Video-Laden Zürich als «gut» bis «reibungslos» bezeichnet. Des weitern spuke die Idee einer schweizerischen Koordinations-Sitzung Zürich-Basel-Bern zwar schon lange in allen Köpfen, sei aber im Herbst 1980 leider nicht zustande gekommen. Wie dazu aus Zürich verlautet, habe man dort eine Basler-Initiative vergeblich abgewartet. Andererseits sehen alle Video-Gruppen, vorab im lokalen Bereich, noch soviel Arbeit vor sich, dass ein lockerer Zusammenschluss via Verleih und Kollegenrabatt vorläufig zu verantworten ist. Über «Konkurrenzdruck» und einen bevorstehenden Boom bei der Fertigung schwerer Heimvideoanlagen zerbricht man sich, wenigstens in Bern, nicht den Kopf: «Es wird noch lange gehen, bis ein Opel-Rekord vor jeder Wohngemeinschaft steht. Das Medium Video auf unseren Treffpunkt zu beschränken, wird für einige Jahre genügen ...»

3. *Autonomes Video*

«Im kleinen Rahmen eines Quartiers treten Probleme auf, die viel hautnah an die Bewohner herankommen, die viel mehr Personen schneller direkt betreffen, als dies beispielsweise auf regionaler oder gar landesweiter Ebene der Fall ist. Der Einzelne fühlt sich viel schneller angesprochen und ist so eher motiviert, sich mit einer Sache auseinanderzusetzen. Die Problematik ist meist leichter durchschaubar, man traut sich eher zu, mitzureden. In diesem begrenzten Umfeld eines Quartiers könnte Video, in der Art eines «kollektiven Gebrauchs» als Kommu-

nikationsmittel mit ganz neuen Dimensionen, sehr gute Dienste leisten.»

Soweit Peter Hug, Animator im Freizeithaus Altstadt, Zürich. Haus und Hof dieses Quartiertreffpunkts sind täglich von Dienstag bis Freitag ab 11.00 Uhr geöffnet: «Für alle, die die Mittagszeit in unserem Quartier verbringen und einen gemütlichen Ort für ihr Picknick suchen! Das Essen bringen Sie mit. Bei uns finden Sie Gedecke, Getränke, Holzkohलगrill, Kochherd und so weiter.» Im Altstadt-haus treffen sich etwa die Bewohnergruppe, die Theatergruppe von Quartierbewohner», Kleingalerie-Besucher, Kinder, Familien, alte Leute, Krimi-Freunde und Werkstattbenützer.

In diesem Umfeld ist auch die «*Video-gruppe Altstadt*» anzusiedeln, die heute sieben Mitglieder zählt und sich alle 14 Tage zur Gruppensitzung findet. Katalysator für den Einsatz von Video im Quartier war die Planung des ersten *Quartier-Zmorge* (Ende 1977). Das Quartier-Zmorge, ein Anlass, der an jedem ersten Sonntag des Monats stattfindet, bewährt sich seither als sogenannte Informations- und Ideendreh-scheibe zwischen Bewohnern und Mitarbeitern des Altstadt-hauses. Ende Januar 1978 bildete sich aus einem weiteren Kreis tendenziell Interessierter ein eigentlicher «harter Kern» von etwa sechs Leuten, die als «*Video-gruppe Altstadt*» regelmässiger arbeiten wollten.

Ein erster Film mit dem Titel «Die letzten Stunden eines Quartierlädelis» war das Ergebnis. Im Beisein der Ladenbesitzerin, «die mit ihren Bemerkungen und Kommentaren zum Gesehenen sowohl für Erheiterung als auch für leise Beklemmung sorgte», wurde die Vorführung im Rahmen des Quartier-Zmorge abgehalten und diskutiert. Dank einem Spezialkredit der «Pro Juventute» stand dem Altstadt-haus dann ab Juni 1978 eine mobile Video-Ausrüstung zur Verfügung. Gleichzeitig fand der erste interne Video-Kurs statt. Ein längerer Film zum Thema «Altstadtsanierung» aus der Sicht von Quartierbewohnern wurde zur vorläufigen «Paradearbeit», die am Quartier-Zmorge, an einer Sitzung des Heimatschutzes, im Rahmen von Festen sowie bei einer Ab- teilung der Städtischen Planungsbe-



Der Videoladen: «Wir brauchen Orte, wo wir lernen können, mit Bildern umzugehen ...»

Bild: Container-TV

hörde vorgestellt wurde. Zu diesem Zeitpunkt – so Peter Hug – «wurden die Dienstleistungen des Video-Ladens in Zürich, vor allem bezüglich Schneidemöglichkeiten, für uns unentbehrlich. Die Filme hatten meist Häuserverkäufe, Häuserabbrüche beziehungsweise Renovationen und deren Folgen für die Bewohner zum Inhalt, oder es handelte sich um Dokumentationen von Festen und Aktionen im Quartier. Die drohende Etablierung gleich mehrerer Stützlix-Betriebe in der Altstadt war ebenfalls Thema eines Films.»

Nachdem etliche Hürden überschritten waren, gelang im Winter 1979/80 schliesslich die kontinuierliche Produktion von «Quartier-Nachrichten» für das Quartier-Zmorge. Peter Hug berichtet: «Das hat sich auf das Interesse in der Bevölkerung ausgewirkt. In der Zwischenzeit ist nun das fahrende (Video-Kleinst-Kind) montiert auf einem Handwagenfertiggestellt, und seit Juli 1980 besteht

die Möglichkeit, Video-Produktionen ohne grossen Aufwand überall im Quartier zu zeigen.» Heute erscheinen immer mehr Leute aus dem Quartier, die wissen wollen, was das Thema der nächsten Quartier-Nachrichten sei, oder solche, die sich bei der Herstellung eines Films zu Veranstaltungszwecken beraten lassen. Ein bestechendes Feature zur umstrittenen Bürkli-Platz-(Verkehrs-)Vorlage wurde in Zusammenarbeit mit Leuten von ausserhalb des Quartiers entwickelt und realisiert. Gerade diese «faszinierende Form des Einbaus von spielerischen Elementen in einen halbdokumentarischen Hintergrund» ist für Peter Hug eine «Entdeckung». Die Motivation zur Mitarbeit bei Leuten innerhalb wie ausserhalb des Quartiers war entsprechend gross: SP-Stadtrat und Medienspezialist Jürg Kaufmann («... Das Fernsehen ist eben ästhetisch völlig ungenügend...») täte gut daran, einmal in den Spiegel vor der eigenen Nase zu blicken. Trotz einem angemessenen Bestreben um die – fürs Auge – einigermassen angenehme Verbindung von Form und Inhalt, soll aber in keiner Weise «Fernsehen» in irgendeiner Form

imitiert werden. Hug meint dazu: «Man hat ja immer den «Blickpunkt» im Hinterkopf und wird diese leidigen Qualitätsvorstellungen eben sowohl als Produzent wie als Zuschauer nicht so schnell los.»

Die «Quartier-Nachrichten» sind im übrigen eine spezielle Form von Gebrauchsfilm, der sich sowohl örtlich begrenzt definiert wie zeitlich mit seinem Aktualitätsgrad steht und fällt. So werden etwa Anspielungen in Bild oder Kommentar bei späterer Visionierung gar nicht mehr verstanden. Dementsprechend praktisch nicht genutzt wird die gruppeneigene Videothek. Davon abgesehen leben viele Quartierbewohner recht zurückgezogen, da die Altstadt im positiven wie negativen Sinn auch sonst genug «Rummel» bietet. Es ist demzufolge schwierig, jene Personen als Publikum zu erreichen, die sich gerade nicht als «Spezialisten» politisch oder sozial besonders interessiert zeigen. Zudem bestehen quartier-intern wenig Vorführmöglichkeiten. Immerhin wurde die Gassen-Vorführung des Bürkli-Platz-

Films mit einer Unterschriftensammlung gekoppelt. Man versucht auch, mehr Veranstaltungen mit dem Einwohnerverein oder der Bewohnergruppe gemeinsam zu planen und ab und zu ein Weekend mit Video-Kurs durchzuführen. Peter Hug: «Ein demokratisch funktionierendes Kommunikationssystem auf Quartierebene stellt für mich immer noch die lohnendste und die unseren Möglichkeiten am besten entsprechende Art von Video-Arbeit dar. Vor allem aber scheint es mir einer der besten Wege zu sein, wenigstens in diesem bescheidenen Rahmen der Kabelfernseh-Euphorie eine Alternative gegenüberzustellen.» Die Entwicklung in «seinem» Quartier scheint ihm langsam, doch immer sicherer recht zu geben.

Jürg Prisi

Kontaktadressen

- Videoladen VZ, Genossenschaft für Medienarbeit, Tellstr. 21, 8004 Zürich (Tel. 01/241 77 90)
- Container-TV, Talweg 1, 3014 Bern (Tel. 031/42 47 54)
- Videogruppe Altstadt, Altstadtthaus, Obmannamtsgasse 15, 8001 Zürich (Tel. 01/251 42 59)

FORUM

Rückblickend und vorausschauend: Papstreisen in den Medien

«Der Papst reist, unterstützt vom Gebet der gesamten Kirche, wie Petrus (Apg 12, 5), um das Evangelium zu verkündigen, um die Brüder zu stärken (Lk 22,32), um der Kirche Trost zu spenden, um mit den Menschen zusammen zu treffen». So sagte Johannes Paul II. am 28. Juni 1980 zu den Mitarbeitern der römischen Kurie, und er fügte bei: «Das, und nur das, ist das Ziel des Pilger-Papstes, auch wenn manche ihm andere Motivierung unterstellen möchten» (L'Osservatore Romano, deutsche Ausgabe, 16. August 1980).

Ob dieses vom Papst selbst formulierte Ziel durch die Art und Weise der Reisen erreicht werden kann; ob diese Reisen mit jenen des Petrus verglichen werden können; ob der Papst wirklich mit «den

Menschen» zusammentrifft – diese und weitere Fragen dürfen gestellt werden (auch in den Medien), doch ehrlicher Weise nur, indem die Motive des Papstes ebenfalls gewürdigt werden. Die Medien haben eine Botschaft zuerst unverfälscht zu vermitteln, bevor sie durch Kommentare und Gegendarstellungen ihre kritischen Akzente setzen. Für die Papstreisen heisst dies: Die Medien haben die Intention des Papstes zur Kenntnis zu nehmen und ihr einigermaßen Rechnung zu tragen. Dies bei Anerkennung der journalistischen Freiheit für Kommentar und alternative Darstellung.

Vom Kriterium der päpstlichen Intention her lassen sich rückblickend auf die Reise nach Deutschland einige Anmerkungen