Das Filmpublikum : III. die Beeinflussung des Publikums für den Film [Schluss]

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **2 (1942)**

Heft 9

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-964828

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

DER FILMBERATER

Redaktion: Dr. Ch. Reinert, Hirschengraben 82, Zürich (Telephon 4 11 31) Verantwortlich für die Besprechungen Dr. Ch. Reinert (Normalformat). · Herausgegeben vom Schweizerischen katholischen Volksverein, Abteilung Film, Luzern, St. Leodegarstr. 5, Telephon 2 22 48 · Postcheck VII 7495 · Abonnements-Preis halbjährlich Fr. 3.90. · Nachdruck, wenn nichts anderes vermerkt, mit genauer Quellenangabe gestattet

9 Aug. 1942 2. Jahrgang

Inhalt

Das Filmpublikum: Die Beeinflussung des Publikums für den Film 3
Film-Musik 4
Bibliographisches: „Die Filmtheater in der Schweiz" 9
Kurzbesprechungen Nr. 9 9

Das Filmpublikum

III.

Die Beeinflussung des Publikums für den Film. (Schluss.)

Auch die Tatsache, dass ein Film in einem bestimmten Kinotheater gespielt wird, bedeutet für ihn selbst in vielen Fällen eine nicht zu unterschätzende Empfehlung. So wie man weiss, dass ein Geschäft, das etwas auf seinen Ruf hält, keine minderwertige Ware zweiter oder dritter Qualität führt, bietet das bewusst gehobene Niveau eines Theaters zum vornherein eine gewisse Gewähr für den künstlerischen Wert der gezeigten Filme. Und wird ein Film noch obendrein durch das Patronat einer Filmbesucherorganisation, die in ihrer Filmauswahl als verantwortungsvoll bekannt ist, empfohlen, so trägt auch diese Tatsache bei vielen zum Besuche bei.

Eine umstrittene Frage ist die der praktischen Wirkung der Filmkritik in der Tagespresse. Ihre beratende Bedeutung darf nicht überschätzt, aber auch nicht gering geachtet werden. Im allgemeinen kann man sagen, dass Kritiken in Zeitungen, die sich an einen weltanschaulich oder geistig einheitlichen Leserkreis wenden (wie z. B. katholische oder sozialistische Zeitungen), am meisten Aussichten haben, die Leser zum Filmbesuch anzuspornen oder von ihm abzuhalten. Ein überzeugter Katholik wird kaum einen Film besuchen, von dem ihm seine Zeitung ausdrücklich abgeraten hat. Ebenso wird ein überzeugter Sozialist Filme, die ihm seine Zeitung als wesensfremd bezeichnet, gewöhnlich meiden. Die Besprechungen in den neutralen sog. Informationsblättern üben einen wenig entscheidenden Einfluss auf den Leser aus,

selbst dann, wenn sie geistreich abgefasst sind und von bekannten Kritikern stammen. Man liest die Kritik, bildet sich darnach ein Urteil, fühlt sich aber in keiner Weise geistig gebunden. Man geht schliesslich doch dorthin, wohin man will. Ähnliches gilt, ohne ihre Bedeutung zu unterschätzen, von den sog. Vorbesprechungen in Filmzeitschriften oder Illustrierten (wie z. B. in der Radiozeitung, deren eigentliche Filmkritik nebenbei gesagt ein beachtenswert hohes Niveau aufweist). Das Material zu den sog. Vorbesprechungen stammt gewöhnlich von den beteiligten Filmkreisen.

In seiner gründlichen Untersuchung über „Jugend und Film" stellt Alois Funk in einer Tabelle über die Werbefaktoren für die Filme an erste Stelle die Empfehlung durch andere. Von 559 Antworten auf seine Rundfrage gaben als Grund zur Auswahl eines bestimmten Streifens an: Empfehlung durch andere: 129, Photos: 116, Plakate: 97, Titel: 70, Filmstars: 48, Zeitungsbesprechungen: 49, Inserate 44, Voranzeige 6.

Die grösste Werbekraft kommt also der Empfehlung von Mann zu Mann zu. Ungefähr das gleiche Verhältnis wie bei den Jugendlichen wird man, ohne einen Fehlschluss zu tun, wohl auch bei den Erwachsenen annehmen dürfen. Interessant ist in diesem Zusammenhang das Schicksal gewisser Filme, die in den ersten Tagen kaum einen Erfolg versprachen, und die nach kurzer Zeit, offenbar durch die Werbung der persönlichen Empfehlung, zu eigentlichen Reissern wurden. Ein Werk, das einem Zuschauer gefällt, wird eben meist auf dem Arbeitsplatz und auf der Strasse einer Mehrzahl von Kameraden weiterempfohlen, von denen sich ein grösserer Prozentsatz ausschliesslich durch diese Empfehlung bewegen lässt. Diese Erwägung lässt uns die Verantwortung ermessen, die wir im Gespräch mit andern durch Empfehlung oder Ablehnung eines Filmes auf uns nehmen. Am Einzelnen liegt es nicht zuletzt und an seiner stillen Werbung von Mann zu Mann, ob er dem guten Erzieherfilm oder aber dem schlechten Film zum Erfolg verhilft.

Film-Musik

Von Franz Fassbind. (Nachdruck ausdrücklich verboten.)

Musik, die universalste Sprache der Welt! Jeder Engländer versteht den türkischen Marsch von Mozart. Dabei hat Mozart wahrscheinlich weder türkisch noch englisch gekonnt, und der Engländer hat unter Umständen keine blasse Ahnung von Deutsch, geschweige vom Türkischen. Der Musiker ist der wahre Weltenbürger; er ist überall zu Hause und überall kann man ihn verstehen. Begreiflich daher, wenn sich der Film dieses Esperantos bedient — schon aus diesem Grunde. Damit werden Kreise und Schichten erfasst, die vorher abseits standen. Ein sogenannter „schlechter Film" kann seiner Musik wegen ein Riesenerfolg werden. Bezeichnend ist nun, dass Filme mit guter Musik filmisch meist zu wünschen übrig lassen, und dass oft Filme, die musikalisch weiter nichts Besonderes bieten, trotzdem grosse Leistungen darstellen. Daraus zu folgern: „Weg mit der Musik, da sie ja stört und doch nichts besser machen kann", wäre falsch. Sie macht ja besser. Ihr Einfluss reicht sogar bis zum Lebensnerv des Filmischen. Wir werden später darauf zurückkommen. Schliesslich muss irgend ein schlechter Film, der seinen Erfolg der Musik zu verdanken hat, gerade durch sie auch filmisch irgendwie gehoben werden, Niveau erhalten. Schu-