Zeitschrift: Die Berner Woche
Band: 32 (1942)
Heft: 49

Artikel: Man sage...
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-649432

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: 13.01.2026

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

Man sage . . .

dass der Kino eine Gefahr für die Jugend darstellt. Aber es ist halt nun einmal so; da hilft das Zeter- und Mordiogeschrei sämtlicher alten und jungen Tanten nichts. Der Kino gehört zum besonders in den letzten Jahren hochentwickelten Kulturleben der Gegenwart, und wer sich gegen ihn wendet, hat es mit den Kinobesitzern, dem Filmverleiherverband, dem Filmproduzentenverband, eingeschlossen die gesamte Schweizerische Filmkammer, zu tun. Und wer die Jugend abzuhalten sucht, in den Kino zu gehen, macht sich lächerlich und der Kreditschädigung schuldig! Aber Spass beiseite! Die vorgeführten Filme sind im allgemeinen gar nicht so schädlich. Einmal gibt es auch gute, manchmal sogar sehr gute unter ihnen, und dann dürfen Kinder den Kino ja gar nicht besuchen. Aber: auch die Kinder lesen die Kinoreklamen in den Zeitungen und auf Plakaten und diese Lektüre ist viel, viel schädlicher, als wenn sie sich den Film selbst ansehen würden. Was in diesen Filmankündigungen oft an Sensationen aufgetischt wird und in welchem Jargon das Auftischen erfolgt, geht hie und da schon über die Hutschnur oder über das berühmte Bohnenlied.

Wünschen Sie einige Beispiele?

„George Sanders als Meisterdetektiv von Scotland-Yard, ein neuer Spürhund des Films, findig, schlau, gerissen.".

oder:

„Was da an haarsträubenden Ereignissen geschieht, grenzt fast ans Unfassbare. Sensationen und tolle Streiche. Die phantastischen Abenteuer übertreffen jede Erwartung!"

und

„Die Welt wird zittern! Der spannendste Film der Gegenwart! Vielleicht verlieren auch Sie die Nerven!"

Aber all das geht noch. Wer auf solchen Bluff hereinfallen will, tue es getrost. Auch der jugendliche Leser solcher auf die Kritiklosigkeit des Publikums abgestimmte Reklame wird kaum Schaden an ihr nehmen. Wir haben uns ja seinerzeit auch an Sherlock Holmes und ähnlichen Helden begeistert und sind im allgemeinen trotzdem brav und gut bürgerlich geblieben.

Da ist denn der Begleittext zum Film „Eine Nacht in Rio" schon weniger harmlos: „Nachtleben in Rio"..., „Romantik"... „Brasilianische Schönheiten"... „Exotische Tänze"... „Grosse Stars"... und wenn, versehen mit einem Bild, auf dem in wirklich von südlicher Wärme zeugende Nichtbekleidung enthülltes Paar sich zeigt, geschrieben steht:

„Alonar, die Sirene der Südsee; ein Film, der alles enthält, was des Menschen Herz, Auge und Ohr erfreuen kann. Musik, die kribbelnd durch die Adern läuft — schöne Menschen, wie Gott sie geschaffen — der Geschlechter Liebe und Hass, stark und leidenschaftlich, wie die Natur selbst",

dann muss auch der Dümmste erraten, auf welche edeln Instinkte diese Reklame anspielt. Dem etwas weniger Dummen allerdings „kribbelt" es auch, aber nicht in den Adern, sondern in den Fingerspitzen. Man fragt sich dann etwa, nach welchen Grundsätzen unsere Filmzensur Filme beurteilt, verbietet und erlaubt und ob wohl die Kinoreklame auch von ihr erfasst wird.

Wenn aber diese Zensur nichts tut oder mangels bestimmer Vorschriften nichts tun kann, sollte sich das Publikum selbst helfen und Filme, die es offenbar nötig haben, mit solch lächerlicher und zweideutiger Ankündigung anzulocken, einfach ignorieren — was hiemit jedem einigermassen gescheiten Kinobesucher empfohlen sei.

K.