

Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 34 (1982)

Heft: 13

Artikel: Videokultur in der Schweiz

Autor: Sutter, Alex

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932960>

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: 18.01.2026

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

Videokultur in der Schweiz

«Video ist der schnellste Markt der Schweiz», sagt der Vertreter einer Videoband-Herstellerfirma. Dies ist der Ausgangspunkt. Ein subversiver Zugriff zur Videotechnologie muss spekulativ mit dem Mainstream brechen, mit dem publizistischen Wortschwall rund ums Video, all die flachen emanzipatorischen Ansätze mit eingeschlossen, die im übrigen blosser hilfloser Reflex auf die Public-Relation-Offensiven der Elektronik-Konzerne sind. Im folgenden geht es um ein paar wenig beachtete Aspekte der massenhaften Vermarktung von Homevideo-Technologie.

Fernsehkultur

Die Homevideo-Technologie bringt eine ungeheure Verstärkung und Verfeinerung der bestehenden Fernsehkultur mit sich. Diese sei skizzenhaft beschrieben: Bilder/Töne beliebiger Art und Herkunft werden in der Fernsehkultur zum Gegenstand eines mühelosen Konsums. Das Fernsehmedium ist ein Schaufenster zur Welt, worin diese als eine riesige Ansammlung von Zeichen erscheint (aber ohne Zauber). Oder anders gesagt: Die Fernsehzeichen präsentieren eine phantasmagorische Welt. Was zu Erfahrung hin bewegt, also das Fremde in seinen unzähligen Gestalten, ist Unzeichen, eliminiert, um wiederzukehren in der spektakulären Gestalt des Exotischen, Marginalen.

Zwei Zeichenströme

Im Programmfernsehen verketten sich zwei differierende Zeichenströme zu einem komplexen Zeichensystem, eben dem Fernsehprogramm: 1. Unterhaltende Fiktion fasziniert durch präzise Realitätswirkung, die gleichzeitig immer schon aufgehoben ist, was macht: «Der Kampf zwischen Johnny Weissmüller und dem Löwen wirkte sehr echt», oder: «Colombo arbeitet immer mit den selben Tricks». Dies ist Fernsehrealität, die sich als solche zu erkennen gibt. 2. Informie-

rende Dokumentation fasziniert durch den mythischen Bezugspunkt einer aussermedialen objektiven Realität, was macht: «Erstaunlich die Fähigkeit der wilden Stämme, sich der natürlichen Umwelt harmonisch einzufügen», oder: «Schmidt machte heute irgendwie einen müden, niedergeschlagenen Eindruck». Dies ist Fernsehrealität, die sich als solche nicht zu erkennen gibt.

Fiktion des Authentischen

Letzteres verdient einige Beachtung. Der Realitätseffekt durch Fernsehen beruht auf spezifischen Gestaltungen und Abfolgen von Bildern und Tönen. Es gibt eine Menge bildästhetische und dramaturgische Verfahrensweisen, Bilder und Töne so erscheinen zu lassen, als stünden sie in einem besonders intimen Verhältnis zur aussermedialen Realität. Die so entstandenen Bild-Ton-Sequenzen werden einer besonderen Kategorie des fiktionalen Raumes zugeschlagen, nämlich dem Authentischen. Dies umfasst alle Spielarten von Informationssendungen, Reportagen, Features, Dokumentationen, Life-Übertragungen, Interviews und Diskussionen. All diesen Sparten ist gemeinsam, dass in ihnen neue Fernsehrealität unter der fiktionalen Voraussetzung einer vorgefundenen, abgebildeten Realität produziert wird. Im Unterschied zur unterhaltenden Fiktion wird hier allerdings aus der Doppelstruktur ein Geheimnis gemacht. Doch der Mechanismus bleibt sich gleich, was in der simplen Gleichung durchschlägt: «Der amerikanische Präsident ist ein alternder Schauspieler.» Wir sind schon mittendrin in der Hyperrealität.

Hyperrealität und Szenario

Hyperrealität ist paradox: Die Fühler des Fernsehmediums tasten eine aussermediale Realität ab, die ganz und gar durch das übergeordnete Szenario strukturiert ist. Das traditionelle Verhältnis zwischen Realität und Szenario hat sich im Medium Fernsehen grundlegend umgekehrt: Es werden keine Realitäten mehr in/durch

Szenarios eingefangen, dargestellt oder ausgedrückt, sondern die modernen Szenarios bewirken verschiedene Arten von Hyperrealitäten, bei denen es keine Rolle mehr spielt, ob ihnen etwas Aussermediales entspricht. Überall dasselbe: in den Medien, in der Mikropolitik, im Big Business. Das bedeutsame politische, beziehungsweise historische Ereignis existiert nurmehr als Medienereignis in der Dimension der Hyperrealität. Dieser kommt die besondere Macht zu, sogenannt aussermediale Realitäten zu erfinden und sogenannt wirkliche Aktionen und Interaktionen zu initiieren.

Die Vermutung drängt sich immer mehr auf, dass alles, was einmal objektive Realität genannt wurde, in die Sphäre der Hyperrealität eingetaucht ist und von mannigfältigen Szenarios beherrscht wird, seien sie wissenschaftlich, politisch, ökonomisch oder spektakulär. Es gibt unzählige Indizien für diese gravierende Verkehrung. Um eines der schönsten zu nennen: In den USA existiert ein weitverbreitetes Gerücht, wonach die Mondlandung ein von den Fernsehgesellschaften in der Wüste inszeniertes Ereignis gewesen sei.

Wie steht nun die Homevideo-Technologie zu dieser weitläufigen Produktion von Hyperrealität?

Selbstbestimmtes Kreisen in der Umlaufbahn

Was geschieht dem Käufer eines einfachen TV-Aufzeichnungsgerätes? Seine Kaufmotive und die Hoffnungen, die er in den neuen Kasten setzt, wurden im allgemeinen von den zuständigen Werbefachleuten in die Welt gesetzt. Der Käufer glaubt, eine grössere Freiheit den programmierten Ton-/Bild-Strömen gegenüber zu erwerben. Dass Fernsehen eine Falle und Freiheit kaufbar ist, braucht ihm niemand mehr zu erzählen. Die Aufzeichnungsmaschine verspricht freie Verfügbarkeit über das Programmfernsehen und hält erst noch die Möglichkeit der Anreicherung des eigenen Programmes auf dem Kassettenmarkt offen.

Es ist ein wenig so wie beim Auto. Anstelle der Raumdurchquerung wird die

audiovisuelle Reise privatisiert. Und es bleibt ganz dem individuellen Geschmack und Bedürfnis anheimgestellt, auf welche Bilderreisen man sich begibt und wohin diese führen sollen. Man schiesst sich einfach in eine selbstgewählte Umlaufbahn ein. Das Angebot ist zwar beschränkt, ähnlich wie etwa das Strassenetz, doch dies ist längst kein Hinderungsgrund, nicht abzufahren. Und man wird allmählich in seinen Umlauftrossen heimisch. Dadurch verbessert sich die Beziehung zum etwas fragwürdig gewordenen Fernsehmedium zusehends. Der Privatraum wird endlich zu dem, was er tendenziell schon immer zu sein beanspruchte: zu einer Monade, worin sich die ganze Welt in selbstbestimmtem Konsum spiegelt, zum Nest der Hyperrealität, zum phantasmagorischen Massageraum.

Tendenzen

Dass vor allem Sex-, Action-, sonstige Trivialfilme sowie Lehrprogramme von den Kassettenrecordern abgespielt werden, erstaunt nicht. Es zeichnet sich eine neue Perspektive ab: Der Spielfilm am Fernsehen wird immer mehr zum Werbeträger seiner selbst: Er verweist auf sich als Ware auf dem Kassettenmarkt, ähnlich wie dies bei der Radiopopmusik schon jetzt der Fall ist.

Die TV-Aufzeichnungsgeräte werden vor allem als Wiedergabegeräte von vorproduzierten Trivialfilm-, Telekurs- und Public-Relation-Mischkassetten funktionieren; parallel dazu könnte das Programmfernsehen seine Schwerpunkte eher auf den direkt gesellschaftssteuenden Programmteil verlegen, also auf Life-Diskussionen, Show-Spielchen, Dokumentarberichte, aktuelle Informationen, Politiker-PR, kurz: auf die Szenarios des Hyperrealen, welche die phantasmagorische soziale Realität in die Köpfe der Zuschauer hineinzaubern.

Wiederbelebungsmaschine

Erst wenn ein portabler Kassettenrecorder mit einer Videokamera erstanden



Illusion der Fernseh-Freiheit durch Video.

wird, ist die Privatisierung des Fernsehmediums perfekt. Nun wird selbst die unmittelbare Umgebung des Privatvideografen zum hyperrealen Raum. Routinehandlungen in der entleerten Freizeit wie der Sonntagsspaziergang, das Familienfest oder diverse Spielchen werden mit einer ganz neuartigen Bedeutung aufgeladen, indem sie sich zum hyperrealen Bestandteil eines Privatszenarios mauern. Vegetierende Beziehungen lassen sich mittels medialer Injektion auffrischen; gar die Instandstellung von geborstenen familiären Kanalsystemen mag durch videografische Intervention gelingen. Das Medium pumpt sinnhaltige Hyperrealität in das vorhandene Nichts, und zwar beidseitig: in Richtung von Ereignisproduktion wie auch in jener von mythenbildender Ereignisrezeption.

Viele kleine Brüder

Nicht nur das Privatleben erfährt auf diese Weise eine szenische Wiederbele-

bung, auch dem Sozialleben blüht daselbe. Die Präsenz von privaten Videokameras auf den Straßen und Plätzen, in den Pärken und Naherholungsgebieten, an öffentlichen Anlässen und in den Begegnungszentren wird jene des Grossen Bruders bald einmal überflügeln. Viele kleine Brüder werden anwesend sein. Wer schon einmal eine Videokamera in den Händen gehabt hat, kennt die Versuchung der kleinen Macht, irgendjemanden anzquatschen, unfreiwillige Antworten auszupressen, komische Situationen auszukosten, kurzum: hyperreale Begegnungen herbeizuführen. Derlei Aktivität wird sich gegenseitig zu einer unabsehbaren Kettenreaktion ankurbeln: Leute, die sich absolut nichts zu sagen haben, werden einander in ihre kleinen Szenarios hineinziehen: da ein kurzes Geplauder und dort ein Gag.

Werden diese zufälligen Aktivitäten noch von einem Plan strukturiert (wie etwa Straßeninterviews als Sozial- oder Marktforschung, gar als Animation zum Sozialleben, als systematische Ankurbelung der hyperrealen Kommunikation), so lässt sich leicht vorstellen, dass sich das

Orwellsche Szenario auf eine ganz andere Weise durchsetzen wird, als es sich sein Schöpfer erträumt hatte.
Übrigens: In diesem kleinen Entwurf wurden die beiden wichtigsten Anwendungsbereiche der Videotechnologie be-

wusst ausgegrenzt, nämlich die Anwendung am Arbeitsplatz und im weiten Felde der Überwachung. Diese werden ja kaum der Videokultur zugerechnet.

Alex Sutter

Unterdrückung und Ausbeutung im ganz Privaten

Notizen zu Rainer Werner Fassbinder und seinen Filmen

Wo Rainer Werner Fassbinder öffentlich auftrat, da hofften die Medien auf einen Skandal. Seit Pasolini ist kein anderer Regisseur dermassen umstritten gewesen. Schon sein äusseres Erscheinungsbild wurde zum Anlass genommen, über ihn zu lästern: Der Hinweis, dass er sich gern in schwarzem Leder, dunkler Brille und breitrandigem Hut zeigte, war auch in Nekrologen noch zu finden – als ob das irgendetwas ausgesagt hätte über das Werk und die Bedeutung des Verstorbenen. Seine Produktivität wurde zur verächtlichen Schlagzeile, das hässliche Schlagwort «Kraftwerk R.W.F.» machte selbst in angesehenen Blättern die Runde. Seine Ernsthaftigkeit und sein Leiden an der Welt wurden noch und noch mit Spott gebrochen, seine masslose Sehnsucht nach ein bisschen Liebe war für die Spötter weinerlich und naiv. Aber die Lästerer, die nach seinem Tod die fromme Miene aufsetzten und heuchlerisch Betroffenheit vortäuschten, werden bald vergessen sein. Nicht aber das, was Rainer Werner Fassbinder hinterlassen hat – dieses unvollendete Werk. Die Filme und das, was sie mitteilten, werden auf die Dauer stärker sein als das dumme Klischee vom «*enfant terrible*», als das er von sensationslüsternen Medien und verklemmten Kritikern verkauft wurde.

Ein durch und durch deutscher Regisseur

Rainer Werner Fassbinder, 1946 im bayrischen Bad Wörishofen als Sohn eines Arztes und einer Übersetzerin geboren, Steiner-Schüler, bei der Mutter, die spä-

ter in einigen Filmen kleinere und grössere Rollen spielte, aufgewachsen, hat über 40 Filme gedreht. In 13 Jahren. Viele davon blieben einem grösseren Zuschauerkreis unbekannt. Die Maschine Kino konnte das rasend schnelle Produktionstempo des Regisseurs nicht verarbeiten, wenn der eine Film endlich in die Kinos kam, hatte Fassbinder meistens schon zwei, drei weitere abgedreht. Erst in den späten siebziger Jahren kamen seine Werke gross in die Kinos der Welt, Filme wie «*Die Ehe der Maria Braun*», «*Lili Marleen*», «*Lola*» und «*Die Sehnsucht der Veronika Voss*».

Diese weitherum bekannten Werke waren, wie fast alle früher entstandenen auch, Äusserungen zu Deutschland, zur Bundesrepublik, dem Land, das er mit Zorn und Angst erforschte – der Heimat, der verfluchten Heimat, der Heimat trotz allem. Rainer Werner Fassbinder war ein durch und durch deutscher Regisseur, auch wenn er «internationale» Filme drehte. Er hätte im Ausland arbeiten können, Angebote lagen vor, Hollywood interessierte sich für ihn und er interessierte sich für die Filme, die das klassische Hollywood gemacht hatte. Aber er ist nicht hingegangen, er wollte den Boden unter den Füssen nicht verlieren, er konnte (wollte) der Welt, auf die seine Filme Reaktionen waren, nicht entrinnen. Das Werk Fassbinders gliedert sich in verschiedene Phasen. Die ersten, noch vom Antiteater produzierten Filme – «*Liebe ist kälter als der Tod*», «*Katzelmacher*», «*Götter der Pest*» und «*Warum läuft Herr R. Amok?*», alle 1969 entstanden – waren von der Sprache und dem Bild her radikal und schmucklos. Die Welt