

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 36 (1984)
Heft: 15

Artikel: Noch ist Zeit zum Nachdenken
Autor: Meier, Urs
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932453>

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: 17.04.2026

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

die Kirche in nächster Zukunft an kritischer Reflexion der Medienentwicklung und an medienpolitischer Phantasie, vor allem bezogen auf Videotex?

Die Vorarbeiten und der Entscheid der Zentralkommission bezüglich Videotex-Testversuch in Zürich – und hier insbesondere unsere Videotex-Tagung vom vergangenen März – verstärkten die medienpolitische Diskussion. In kirchlichen Aus- und Weiterbildungsprogrammen gewinnt die Beschäftigung mit Medien an Bedeutung. Unser Testversuch gibt

gute Möglichkeiten, laufend über diese konkrete Arbeit zu informieren. Ich erinnere an die früher erwähnte Doppelstrategie: Publizistisch und in direktem Kontakt mit Menschen wird die Medienentwicklung kritisch reflektiert. Daneben überprüfen wir konkret die Möglichkeiten eines aktiven Engagements im Videotex. Praxis und Reflexion gehören in dieser Arbeitsweise zusammen und führen miteinander weiter.

Die Fragen stellten Matthias Loretan und Peter Müller

Noch ist Zeit zum Nachdenken

Rückfragen an 13 gängige Antworten oder warum die Kirchen auf Videotex-Versuche verzichten sollten

Wer ein bisschen Bescheid weiss über die laufenden Entwicklungen im Informations- und Medienbereich, hat mit klaren Urteilen Mühe. Die Bejahung und Förderung neuer Techniken ist verhängt mit teilweise höchst problematischen Folge- und Wechselwirkungen. Wer standhaft nein sagt, setzt sich dem Vorwurf aus, sich hinter einer wirklichkeitsfremden Moral zu verschanzen und die Verhältnisse der modernen Industriegesellschaft nicht ernstzunehmen. Solche Ratlosigkeit ist schwer zu ertragen. Begreiflich, dass Fachleute und Entscheidungsverantwortliche es dankbar hinnehmen, wenn sich in den allmählich ausgelaugten Expertendisputen gewisse Ansichten und Argumente zu einem Repertoire von Antworten verdichten. Wer handeln soll, muss fähig sein, die Lage zu überblicken, seine Ziele klar zu benennen, die nötigen Mittel zu bestimmen und die Erfolgsaussichten abzuschätzen. Um handlungsfähig zu bleiben oder zu werden, stellt man daher am besten nur Fragen, für die es gängige Antworten gibt.

Im Fall Videotex besteht ein starker Druck, der die Post und den Bundesrat zum Handeln zwingt. Die Kirchen jedoch sind diesem Zwang nicht ausgesetzt, wenn sie ihn sich nicht selbst auferlegen. Es ist zu befürchten, dass selbst ein be-

scheidener Versuch die Kirchen jenem Argumentationszwang aussetzt, der das Spektrum des Fragens, Erlebens und Erkennens verengt.

Im folgenden soll dargelegt werden, weshalb die Kirchen besser daran tun, die gängigen Antworten unvoreingenommen kritisch zu prüfen und die übergangenen Fragen nachdrücklich zur Diskussion zu stellen. Zu raschen praktischen Schritten besteht für die Kirchen im Videotex keine Notwendigkeit. Noch ist Zeit für Fragen; höchste Zeit allerdings!

1. Videotex ist ein Medium

Die Schwierigkeiten fangen schon an, wenn man erklären will, was Videotex sei. Das einfachste ist eine technische Beschreibung des Systems und die Schilderung seiner Anwendungsmöglichkeiten. Dabei bleibt es denn auch in der Regel. Doch niemandem würde es einfallen, die Medien Buch, Zeitung oder Fernsehen bloss technisch und durch Aufzählung möglicher Inhalte verständlich machen zu wollen. Die Einordnung von Videotex unter den Oberbegriff Medien ist üblich. Sie hilft aber nicht weiter, sondern weckt unter Umständen falsche Vorstellungen. In den Thesen der Schweizer Kirchen

«Zur Entwicklung der Massenmedien» von 1983 steht (auch mit Bezug auf Videotex) folgende Definition:

«Mit «Massenmedien» (auch «Massenkommunikationsmittel» oder einfach «Medien») sind ... sämtliche technischen Mittel gemeint, die der Verbreitung von sachlichen Informationen, Meinungen, Ideen sowie unterhaltenden und künstlerischen Darbietungen in Wort, Schrift, Ton oder Bild dienen. Sie vermitteln indirekt Aussagen an ein weitgehend nicht bestimmbares Publikum, sei es an einen grösseren Personenkreis oder die Gesellschaft insgesamt.»

Zur generellen Vorstellung von Medien gehört also das Vermitteln und Verteilen von Information, das Herstellen von Öffentlichkeit. Bei Videotex trifft das höchstens für einzelne Anwendungen zu. Das System Videotex als Ganzes ist jedoch ein riesiges Datennetz, das den Computer zum praktisch allgegenwärtigen Instrument macht. Traditionelle Medien sind hinsichtlich der Arten und Mengen von Information, der Reichweiten und der Nutzungsweisen vielfachen Beschränkungen unterworfen. Bei Videotex gibt es grundsätzlich solche Grenzen nicht (wenn sie auch in der Praxis noch lange spürbar sein werden). Das neue System ist nicht wie bisherige Medien ein Mittel zur Kommunikation in der Gesellschaft, sondern es ist Bestandteil einer allgemeinen Informatisierung der Gesellschaft.

2. Videotex dient der Befriedigung von Informationsbedürfnissen

Die Einführung von Videotex verdanken wir nicht dem Bemühen, allfällige Lücken in der Informationsversorgung der Bevölkerung zu schliessen, sondern den Prognosen, die Videotex als kommerziell vielversprechendes System betrachten. Da der Telefon-Bildschirmtext auf vorhandenen technischen Komponenten beruht, sind die Entwicklungskosten gering. Das lückenlose Telefonnetz und die Verwendung vorhandener Geräte (Fernseh-Bildschirm, Telefonapparat) auf der Benützerseite lassen zudem die Startbedingungen für die notwendige Erzielung

einer hohen Dichte günstig erscheinen. Die wirtschaftliche Stärke eines ausgebauten Videotex-Systems beruht nicht auf seiner Fähigkeit, Informationen verfügbar zu halten (obwohl es auch dazu praktisch unbegrenzte Möglichkeiten hat). Viel wichtiger und sozial folgenreicher sind die Möglichkeiten, Videotex als Instrument der Rationalisierung einzusetzen, etwa im Dienstleistungsbereich. Bei den Informationen wird es sich zum einen um reine Sachauskünfte, zum anderen um Selbstdarstellungen im Sinne von Werbung und *public relations* handeln. Eine publizistische Vermittlung im Sinne des Prüfens, Offenlegens und Deutens von Fakten ist von Videotex nicht zu erwarten.

Dennoch sei nicht bestritten, dass Videotex nützliche Informationen anbieten können. Nur sollte man bedenken, dass Menschen, die Mühe haben, die für sie wichtigen Dinge zu erfahren, höchst wahrscheinlich auch keine potentiellen Videotex-Benützer sind. Diejenigen aber, die keine Schwierigkeiten im Umgang mit einem Datennetz haben, wären auch ohne Videotex fähig, an ihre Informationen heranzukommen. Videotex dürfte daher, wie das schon bei anderen Medien der Fall war, die Kluft zwischen Informierten und Nichtinformierten vergrössern.

3. Videotex wird sich «flächendeckend» durchsetzen

Die Strategen der Informatisierung formulieren als Prognose, was eigentlich eine Bedingung für die Durchsetzung von Videotex ist. Gelingt es nicht, das Datennetz mit der Zeit ähnlich engmaschig zu knüpfen wie heute das Telefon, so kann es sein Rationalisierungspotential nicht oder nur teilweise ausspielen. Die Strategie geht davon aus, dass Privathaushalte ihre Budgets für Information und Medien in den nächsten Jahren vervielfachen und die Leute bereit sein werden, auf diese Weise zum Beispiel dem Dienstleistungssektor die erstrebten Rationalisierungsgewinne zu bezahlen. Es zeichnet sich ab, dass die an Videotex Interessierten darauf drängen werden, der mangelnden Bereitschaft zum Anschluss ans

Evangelische Kirchen Deutschlands wollen Bildschirmtext nutzen

Im November Gründung einer Arbeitsgemeinschaft

epd. Unter dem Stichwort «Evangelische Kirche» sollen künftig auch Informationen aus dem Bereich der evangelischen Kirchen in der Bundesrepublik und ihrer Einrichtungen über das «neue Medium» Bildschirmtext (in der Schweiz: Videotex) verbreitet werden. Wie der Fernsehbeauftragte der Evangelischen Kirche in Deutschland und Direktor des Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Publizistik, Hans-Wolfgang Heßler, mitteilte, wurde jetzt die Gründung einer Arbeitsgemeinschaft «Bildschirmtext Evangelischer Kirchen» beschlossen. Sie soll im November erfolgen. Zu den Gründungsmitgliedern gehören die Evangelische Kirche im Rheinland, die Evangelische Landeskirche in Württemberg, die Evangelisch-reformierte Kirche in Nordwestdeutschland, der Evangelische Presseverband für Bayern und das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik. Andere Kirchen haben Interesse an einer Mitwirkung bekundet. Das evangelische Bildschirmtext-Angebot wird auf der bislang schon von den kirchlichen Bildschirmtext-Arbeitsstellen in München und Düsseldorf geleisteten Vorarbeit aufbauen. Das künftige Gemeinschaftsangebot soll Informationen, Beratung, Bildung und Unterhaltung enthalten. Der Direktor des Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Publizistik erklärte bei den vorbereitenden Gesprächen in Frankfurt, der Bildschirmtext taue für die Kirche so viel, «wie er zuverlässig und eingängig Funktionen der Werbung für das Angebot der Kirche und der Information über den Dienst der Kirche wahrnehmen kann». Wichtig werde «Einladung und Unterrichtung» sein. Unter Hinweis auf die Bedeutung weiterführender Bildschirmtextangebote im Bereich der sozialen Dienste und der Beratung forderte Heßler eine Sozialklausel in der Gebührenregelung für Anbieter und Nutzer des Bildschirmtextes.

Datennetz mit geeigneten Massnahmen nachzuhelfen. Als Vorbild wurde schon die französische Post genannt, die in der Bretagne begonnen hat, gedruckte Telefonbücher durch Bildschirmtext-Information zu ersetzen.

4. Videotex schafft Markttransparenz und somit Vorteile für Konsumenten

Videotex wird als besonders konsumentenfreundliche Errungenschaft angepriesen. Das System ermöglicht in der Tat rasche und umfassende Preisvergleiche. Preisangaben sind jedoch nicht immer aussagekräftig, und ausserdem sind sie nicht das einzige Kriterium zur Beurteilung von Produkten oder Dienstleistungen. Für andere Angaben bleibt auch der Videotex-Kunde auf Werbeinformationen angewiesen, deren Aussagewert bekanntlich zumindest unsicher ist.

Eine völlige Markttransparenz ist bei genauerer Betrachtung auch gar nicht zu wünschen. Sie würde nämlich den Wettbewerb dermassen verschärfen, dass die Wirtschaftskonzentration dramatisch beschleunigt würde. Man vergegenwärtige sich die Situation eines «flächendeckenden», optimal transparenten Videotex-Marktes und überlege sich die Folgen für den Fall, dass eine Bank auf Guthaben eines Tages mehr Zins bieten würde als alle andern. Konkurrenz ist nur solange förderlich, als die Wettbewerber unterschiedliche Pluspunkte geltend machen können und es deshalb mehrere Gewinner geben kann. Zudem muss die Reichweite der Angebote beschränkt bleiben. Videotex würde beide Kriterien aufheben. Der Bildschirmtext lässt nur den abstrakten Vergleich von eindeutigen Quantitäten wie Zinssätzen zu. Unter solchen Bedingungen entsteht kein Markt, auf dem viele existieren können, sondern eine Wirtschaft mit der Unerbittlichkeit des Schachspiels: Wer auch nur ein bisschen schwächer ist, wird vom Brett gefegt.

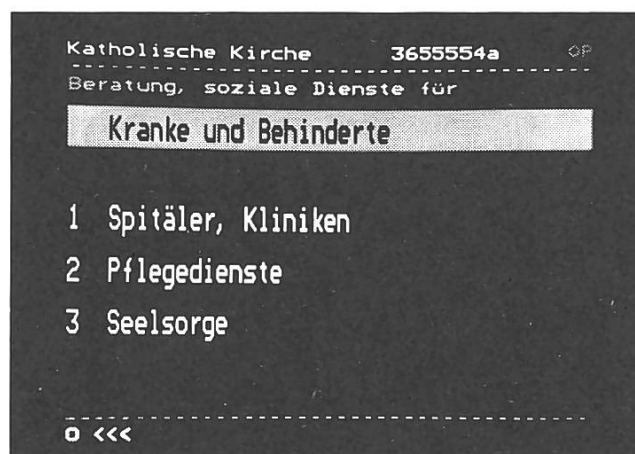
5. Die Auswirkungen von Videotex werden in Versuchen erprobt und erforscht

Es ist wiederholt kritisiert worden, der Aufwand zur wissenschaftlichen Begleitung des Betriebsversuches sei zu gering. Dem kann man zustimmen; aber der Umfang der Forschung ist nicht das entscheidende Problem. Der Betriebsversuch kann Aufschlüsse geben über tech-

nische, administrative und rechtliche Belange. Er sagt aber rein nichts über längerfristige soziale und ökonomische Wirkungen von Videotex. Ein Versuch mit 3000 Teilnehmern und beschränktem Angebot ist etwas total anderes als ein System mit hoher Teilnehmerdichte und universalem Angebot.

6. Die Auswirkungen von Videotex sind beherrschbar

Bei der Frage nach den längerfristigen Wirkungen des voll funktionierenden Videotex kommen wir an den Nerv der Sache. Natürlich gibt es auf der Seite der Betreiber Vorstellungen von den erwünschten wirtschaftlichen Effekten. Daraus lassen sich mindestens begründete Vermutungen über wirtschaftliche, soziale, politische und kulturelle Folgen ableiten. So ist anzunehmen, dass Videotex-Anwendungen wie *home-banking*, Bildschirm-Einkäufe, elektronische Auskunft- und Beratungsdienste zu einem Abbau von persönlichen Kontakten führen werden. Die damit erreichten Rationalisierungen werden Arbeitsplätze vernichten. Weitere Einsparungen sehen verschiedene Unternehmen in der Möglichkeit, Videotex für eine neue, nämlich elektronisch ferngesteuerte und fernkontrollierte Art von Heimarbeit am Bildschirm zu benutzen. Ein ganzes Bündel von Fragen stellt sich bei den Problemen der Systemsicherheit und des Datenschutzes. Informatiker haben darauf aufmerksam gemacht, dass Videotex das am schlechtesten zu sichernde Datennetz sei. In der Schweiz existiert noch kein gesetzlicher Datenschutz, und die Videotex-Informationslieferanten wehren sich gegen die Einbeziehung des Bildschirmtextes ins Datenschutzgesetz. Schliesslich ist von den Auswirkungen des Videotex auf die Presse zu reden. Es wird ein Rückgang der Inserateneinnahmen von annähernd zwanzig Prozent erwartet – ein Ausfall, den eine grosse Zahl von Zeitungen nicht verkraften könnte. Wenn nun mehr und mehr Zeitungsverlage sich an Videotex beteiligen, so ist das kein Trost. Es geht ja nicht bloss darum, dass die Verlagsunternehmen überleben, son-



dern dass sie weiterhin Zeitungen herausgeben.

Wer behauptet, solche Wirkungen im Griff zu halten, muss sich Fragen gefallen lassen: Mit welchen beschäftigungspolitischen Massnahmen ist der zusätzliche Rationalisierungsschub aufzufangen? Wie sollen die Rechte der Videotex-Heimarbeiter(-innen) gesichert werden? Wie stellt man sich die Sicherung des Systems gegen kriminelle Machenschaften, gegen Übergriffe in die Privatsphäre und gegen allgemeine Überwachung vor? Wie ist eine demokratische Öffentlichkeit bei dem zu erwartenden Zeitungssterben zu gewährleisten?

7. Um über Videotex kompetent urteilen zu können, müssen die Kirchen mitmachen

Ein amüsantes Argument, wenn man es auf andere Bereiche anwendet... Im übrigen stimmt es natürlich, dass praktische Mitwirkung zu Erfahrungen verhilft, etwa

bezüglich der Informationsgestaltung oder des personellen und finanziellen Aufwands. Doch dieses Wissen brauchen sich die Schweizer Kirchen nicht teuer zu erkaufen: Es kann bei den deutschen Schwesterkirchen erfragt werden. Doch gerade das, was die Kirchen an Videotex am brennendsten interessieren muss, ist aus Versuchen nicht abzulesen – aus den für die Schweizer Kirchen einzig denkbaren Mini-Versuchen erst recht nicht. Die entscheidenden Fragen können nur in breit angelegten Prospektivstudien erforscht werden. Da diese Arbeit nicht geleistet wird, sollten sich wenigstens die Kirchen mit kompetenten, nicht interessenbedingt enggeführten Fragen zu Wort melden. Es spricht einiges dafür, dass sie als Aussenstehende dazu leichter in der Lage wären, als wenn sie sich vorschnell am System beteiligen und damit faktisch Partei ergreifen.

8. Die Kirchen sollten Videotex für ihre eigenen Belange erproben

Fragestellungen sind nicht wertneutral. Rücken die Kirchen anwendungsbezogene Fragen in den Vordergrund (welche Informationen sind geeignet, wie präsentieren, Akzeptanz, Kosten usw.), so haben sie eine Grundentscheidung getroffen, mit der sie die Post und die interessierten Wirtschaftskreise in deren Medienpolitik unterstützen. Der Vorrang solcher praktischer Fragen würde nämlich bedeuten, dass die Kirchen den ins System eingebauten Sachzwang als Gegebenheit hinnähmen. Die Kirchen würden mit ihrem Verhalten dazu beitragen, der als Prognose verbrämten Strategie der allgemeinen und flächendeckenden Verbreitung den Charakter einer *self-fulfilling prophecy* zu verschaffen.

9. Als Mitwirkende können die Kirchen sich dafür einsetzen, dass Videotex zu einem benützerfreundlichen, umfassenden Informationssystem ausgestaltet wird

Dieses Argument hat ein besonderes Gewicht, weil es als einziges den Gedanken

einer Mitverantwortung der Kirchen für die gesellschaftliche Kommunikation ins Spiel bringt. Die katholische Bildschirmtext-Zentrale in Deutschland weist auf sehr beachtliche Erfolge ihres frühzeitigen Engagements hin. Es gelang den kirchlichen Btx-Spezialisten, eine Reihe von Verbesserungen in der Grundstruktur des Systems zu erreichen. Doch es muss die Frage gestellt werden: Machen diese systemimmanenten Verbesserungen Videotex sozialverträglicher oder bloss attraktiver? Der Verdacht besteht, dass die Kirchen lediglich auf eigene Kosten zur Perfektionierung von Videotex beitragen. Gerade in den Bereichen Sozialinformation, Beratung und Lebenshilfe bringen die Kirchen eine Kompetenz mit, an der auch andere Anbieter lebhaft interessiert sein könnten. Sie werden den Kirchen dafür auch dann noch dankbar sein, wenn diese (vielleicht aus Kostengründen) dereinst aus Videotex längst wieder ausgestiegen sind.

10. Die Kirchen müssen zusehen, dass sie nicht (wieder) den Anschluss an die modernen Entwicklungen verpassen

Die Kritik an einer fortschrittsfeindlichen Kirche stammt aus einer Zeit, da «Fortschritt» noch eine makellos leuchtende Vokabel war. Inzwischen ist es nicht mehr so anrühlich, der wissenschaftlich-technischen Entwicklung gegenüber kritisch zu sein.

Ein Verzicht auf aktive Mitwirkung als Informationsanbieter im Videotex zum jetzigen Zeitpunkt bringt den Kirchen keinen Schaden. Der Start des Systems geht mit grossen Verzögerungen vor sich.

Selbst wenn 1986 der Übergang vom Betriebsversuch zum öffentlichen Dienst vollzogen würde, wäre mit einer langen Phase der schwachen Marktdurchdringung zu rechnen, durch die alle Strategien in sich zusammenbrechen könnten. Noch im Jahr 2000 dürfte es jedenfalls eine kleine Minderheit sein, die Videotex im Privatbereich benützt. Auch die Mehrheit der potentiellen Videotex-Anbieter wird deshalb zögern und noch nicht oder nicht mit vollem Engagement mitma-

chen. Die Kirchen vergeben sich nichts, wenn sie hier auf eine Vorreiter-Rolle verzichten. Ein frühzeitiges Engagement – auch wenn es begrenzt und rückholbar ist – hat zudem die ungewollte Wirkung, das moralische Prestige der Kirchen für die Propagierung von Videotex zur Verfügung zu stellen.

11. Mit Videotex können die Kirchen Menschen ansprechen, die ihr fernstehen

Dieses Argument für eine kirchliche Beteiligung am Bildschirmtext wirkt auf den ersten Blick plausibel. Es wird gestützt durch Hinweise auf die «ermutigende Akzeptanz» des Btx-Angebots der Kirchen in der Bundesrepublik Deutschland. Zudem wird die These vertreten, das Videotex-Angebot der Kirchen habe die Funktion eines informativen Vorfeldes für die persönliche Kontaktnahme. Hier gehen wohl Vermutungen und Wunschvorstellungen Hand in Hand. Was die Nutzung des Btx-Angebots der deutschen Kirchen betrifft, so weiss man nur gerade über die Zahl der Anrufe Bescheid. Es ist fraglich, ob gerade diese extrem formalisierte, absolut unpersönliche Art der Information zu direkten Kontakten motivieren könne.

12. Es ist für die Kirchen heilsam, ihr Angebot für Videotex systematisch erfassen und allgemein verständlich präsentieren zu müssen

Die Kirchen würden sich mit einem Videotex-Angebot erhebliche Zwänge auferlegen. Ob sie heilsam wären, ist die Frage. Sämtliche Anlässe, Treffpunkte, Dienste, Auskünfte usw. müssen in einem allgemein verwendbaren Suchbaum-Raster eingeordnet werden können. Jede Information muss absolut verlässlich sein. – Ist Kirche wirklich ein derartiges Dienstleistungsinstitut? Ist sie eine Instanz zur Beantwortung von Fragen? Ist der Suchbaum einmal formuliert, so übt er auf Pfarreien und Kirchgemeinden den Zwang aus, möglichst alle Rubriken mit Angaben zu bestücken. Konkurrenz- und Prestigedenken sorgen für

Druck. Das Videotex-Angebot wird zur Mängelliste: Pfarrei X hat noch immer keinen Mütterverein, und die Gemeinde Y vernachlässigt die pensionierten Angestellten.

Im Versuch soll erprobt werden, was sich als Videotex-Angebot eigne. Auch hier sind die Fragen entscheidender als die Antworten. Fragt man nach leichter Erfassbarkeit und Eindeutigkeit der Daten, nach Abrufhäufigkeit und Akzeptanz der Informationen? Oder sind die Kriterien eher am Wesen und Auftrag der Kirche orientiert? Dann müsste beispielsweise deutlich werden, dass die Kirche nicht nur anbietet, sondern auch auffordert und selbst herausgefordert ist. Es müsste sichtbar werden, dass die Kirche sich bei allem Einsatz bewusst bleibt, dass sie gerade das Wesentliche nicht in der Hand hat. Wie ist das zu vermitteln durch einen zentral verwalteten kirchlichen Bildschirm-Katalog?

13. Bei Videotex haben die Kirchen ihre Informationsgestaltung selbst in der Hand

Das kirchliche Interesse an Videotex rührt unter anderem daher, dass hier eine Möglichkeit der Selbstdarstellung besteht. Die Kirchen sind nicht auf eine journalistische Vermittlung angewiesen, wie das in den publizistischen Medien der Fall ist. Videotex ist ein Instrument für *public relations*. Selbstverständlich würden die Kirchen (wie alle guten PR-Leute auch) sich um solide und gediegene Information bemühen. Zugleich würden sie damit jede publizistische Vermittlung umgehen, die ihnen immer wieder unverständlich, verdächtig und lästig ist. Doch selbst bei redlicher und sorgfältiger Informationsgestaltung könnten die Kirchen es nicht vermeiden, dass ihr Videotex-Angebot wie alle anderen vergleichbaren Informationen im System als PR-Arbeit in Erscheinung tritt. Selbstwer als Benutzer den Kirchen gegenüber positiv eingestellt ist, müsste deren Angebot mit einem skeptischen Vorbehalt entgegennehmen.

Etwas verborgener und delikater ist ein anderer vermutbarer Grund des kirchli-

chen Interesses an Videotex, der in diesen Zusammenhang gehört. Die Realisierung eines Videotex-Informationsangebots ist nur durch zentrale Stellen möglich. Dieser Umstand stärkt die kircheninterne Zentralisierung, weil er finanzielle Abhängigkeiten schafft und Kontrollfunktionen nötig macht. Jede neue gesamtkirchliche Aufgabe stärkt die zentralen Instanzen. Das ist an sich nichts

Schlechtes, wenn es um wichtige Dinge geht. Das Gefährliche ist, dass zentrale Gremien manchmal dazu neigen, Projekte gutzuheissen, weil sie ihnen einen Zuwachs an Kompetenzen und Macht verschaffen. Im Wissen um solche Mechanismen sollten die Verantwortlichen eine Frage wie die der Beteiligung an Videotex mit geschärfter Selbstkritik prüfen.
Urs Meier

FILMKRITIK

Love Streams

USA 1983. Regie: John Cassavetes
(Vorspannangaben s. Kurzbesprechung 84/212)

John Cassavetes, der amerikanische Regisseur, Drehbuchautor und Schauspieler, dessen Film «Love Streams» an den diesjährigen Berliner Filmfestspielen mit der höchsten Auszeichnung, dem Goldenen Bären, prämiert wurde (ZOOM 6/84), hat seit Beginn seines künstlerischen Schaffens den einmal eingeschlagenen, markant-eigenwilligen Weg konsequent weiterverfolgt. Seine schauspielerischen Dienste bot er zwar oft anderen Regisseuren in eher durchschnittlichen, kommerziellen Hollywood-Produktionen an. Es geschah aber nur, um wieder Geld zu gewinnen für eigene Projekte – ein Vorgehen, zu dem sich ja auch ein Orson Welles mehrmals gezwungen sah. Doch als Autor-Regisseur gehörte er zum Gegenpol von Hollywood, zu der Gruppe von Filmmachern, die New York als Basis ihrer unabhängigen Produktionen des «New American Cinema» gewählt hatten. Nur kurz hat er dem Lockruf Hollywoods – nach dem durchbrechenden Erfolg mit seinem «Underground»-Film «Shadows» (1960) – Folge geleistet, um für die Studios niedrig budgetierte, sozial engagierte Filme («Too Late Blues», «A Child Is Waiting») zu drehen. Doch das eigenmächtige Handeln der Produzenten hat

ihm keinerlei Illusionen gelassen, wie es mit der schöpferischen Freiheit für seine eigenwillige Konzeption von Kino aussehen würde. Nach einer längeren Erholungspause – ausgefüllt mit reiner Schauspielertätigkeit – hat dann mit «Faces» (1968) die Reihe jener Filme begonnen, mit denen Cassavetes seine sehr persönliche Kinowelt aufgebaut hat. «Husbands» (1970), «A Woman under the Influence» (1974), «Opening Night» (1977), um nur einige Titel zu nennen: in allen Werken wird deutlich, wie sehr es Cassavetes primär um die Schilderung persönlicher Beziehungen geht, auf Kosten der üblichen dramatischen Entwicklung und Steigerung einer Geschichte; wie sehr seine künstlerische Sensibilität ihn befähigt, auch aus kleinen und kleinsten Rollen Menschentypen aufzubauen, die auf der Leinwand wirklich zum Leben erweckt werden.

Ein wichtiger Faktor ist hier gewiss die Improvisation – im Körperspiel und Dialog –, die der Regisseur und Schauspieler Cassavetes sich und seinen Mitspielern zugesteht, um eben diese menschlichen Beziehungen, wie sie unter den Darstellern der Rollen zum Tragen kommen müssen, in allen Schattierungen auszuloten. Ein weiteres typisches Merkmal ist die Bildung einer Art beständigen Ensembles um Cassavetes herum, auf das er sich in seinen Filmen immer wieder abstützen kann, bestehend aus – unter anderen – Gena Rowlands (privat seit langem Mrs.