Das Tonbild : ein zeitgemässes Seelsorgemittel

Autor(en): **Rzitka, Johanes**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **24 (1964)**

Heft 2

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-964633

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

Das Tonbild — ein zeitgemäßes Seelsorgemittel

Keine Frage: Der Film ist eines der wirksamsten Massenmedien unserer Zeit, wenn nicht das wirksamste überhaupt. Um so mehr überrascht das Testergebnis der Harvard-Universität in den USA: Das Tonbild, ein neuartiges Massenmedium, übertrifft den Film bei gleicher Erlebniskraft in seiner Merk- oder Erinnerungsfähigkeit um 70 Prozent!

Der Film wird vom Bild beherrscht, dessen rascher Wechsel den Zuschauer fasziniert. Doch mit dieser schnellen Folge der Bilder, die oft geistig nicht verarbeitet werden, bringt der Film die Gefahr geistiger Verflachung.

Das gesprochene Wort allein, der Vortrag, geht zwar in die Tiefe, erreicht aber nur einen kleinen Zuhörerkreis. Den Worten eines Redners zu folgen, verlangt mehr an Konzentration als das Betrachten von Bildern: es erfordert intensives Mitdenken, was leicht ermüdet.

Das Tonbild liegt zwischen Film und Vortrag. Es besteht aus einer Reihe gut ausgewählter Dias, die zu einem hörbildartig gestalteten Tonband synchron vorgeführt werden. Tonbandgerät und Kleinbild-Projektor genügen für die Darbietung eines Tonbildes.

Bei dem Einsatz dieser bescheidenen Mittel überrascht nicht nur das Testergebnis der Harvard-Universität: Das Publikum selbst großer Säle bleibt nach der Vorführung gut gestalteter Tonbilder noch eine Weile sitzen, ohne zu sprechen. Es ist nachdenklich geworden. Und der Grund dafür?

Die fesselnde Lebendigkeit des Hörspiels, verbunden mit der suggestiven Kraft des stehenden Farbbildes im Großformat, macht die Stärke des Tonbildes aus. Das flimmerfreie Bild entbehrt der optischen Nervosität des Films. Es schafft Ruhe, und die Ruhe läßt den gehetzten Menschen von heute wieder zu sich selber kommen. Sie führt zum Nachdenken, zur Besinnung. Das Anliegen des Tonbildes fällt in die fruchtbare Atmosphäre des Betrachtens.

Dabei verhält sich der Zuschauer keineswegs passiv. Auf den ersten Blick scheint das stehende Bild nur als Blickfang für die inhaltliche Aussage zu dienen. In Wirklichkeit ergänzt die Phantasie, angeregt durch das vorandrängende Hörspiel, die fehlende optische Bewegung: Die Phantasie beginnt zu arbeiten. Der Zuschauer wird selber produktiv und engagiert sich.

Das Tonbild vermeidet die Nachteile des Films und des Vortrags, vereinigt aber ihre Vorteile. Die Erfahrung zeigt: Das Tonbild ist in hervorragender Weise geeignet zur eindrucksvollen Behandlung von Zeitfragen und zur fesselnden Darstellung religiöser Themen. Damit könnte es ein zeitgemäßes Seelsorgemittel werden — wenn man es entsprechend einsetzte.

Wirtschaft und Politik wissen bereits um seine Werbekraft und benutzen es. Das Christentum hat höhere Werte anzubieten. Die Christen müssen heute, wie der Misereor- und Adveniat-Ruf der katholischen Bischöfe zeigt, weltweite Aufgaben bewältigen. Das muß überzeugend, ja packend an den vielfach bedrängten und gehetzten Menschen herangetragen werden. Das Tonbild könnte es.

KFK/Johanes Rzitka