Der Christ im Gespräch mit der Welt : zum Aufbau der Wanderausstellung "Film - Radio - Fernsehen - und Du"

Autor(en): **Kaufmann, Willy**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **25 (1965)**

Heft 3

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-964657

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

wachsenen Situation gerade durch diese Medien der Freiheit des Geistes eine neue Bresche geschaffen werden kann. Noch einmal sei betont, daß hier das Gemeinwesen als solches eine Aufgabe wahrzunehmen hat. Wir dürfen unmöglich von dem in seinen Mitteln beschränkten Fernsehen alle Vorkehren erwarten, die hier denkbar und nötig sind.
Immerhin muß auch festgehalten werden, daß die Massenmedienproduzenten und -verteiler ihrerseits noch besser die eigene menschliche Verantwortung wahrzunehmen haben. Es darf etwa erwartet werden, daß Filmproduzenten, Filmverleiher und Kinobesitzer heute ihre kulturelle Aufgabe deutlicher sehen und ihr intensiver nachkommen als früher. Das Fernsehen seinerseits kann nicht davon dispensiert werden, selber zum rechten Gebrauch des Fernsehens Hilfe zu bieten. Es muß zum Beispiel, nachdem es jetzt die Reklamesendungen in seinem Programm zugelassen hat, selber einen Beitrag zur Konsumpädagogik leisten. Die Erziehung zur Mündigkeit den Massenmedien gegenüber ist die erste Aufgabe der für die Massenmedien Verantwortlichen. SB

Der Christ im Gespräch mit der Welt

Zum Aufbau der Wanderausstellung «Film — Radio — Fernsehen — und Du»

Ein neu durchdachtes, betont positives und konstruktives Verhältnis des Christen zu den Menschen und Dingen seiner Umwelt ist heute wohl der am stärksten beachtete Aspekt katholischen Denkens. Dieses Denken ist in einem ur-christlichen und zugleich höchst aktuellen Sinn weltumspannend geworden. Universalität ist ein wesentlicher Charakterzug unseres Weltbildes. Und es ist nicht nur eine gedachte, sondern eine erlebte Universalität. Dafür sorgen nicht zuletzt die modernen Kommunikationsmittel. Sie sind die Instrumente, die unseren Erlebnisbereich über Raum und Zeit hinweg ins scheinbar Grenzen- und Schrankenlose ausgeweitet haben.
Diese Konfrontation mit ganz neuen Größenordnungen wird von den einen als gewaltige, ja bedrohliche Umwälzung empfunden, von anderen dagegen überhaupt noch nicht erkannt.
Dementsprechend hat die Ausstellung im Rahmen des vorliegenden Bildungswerkes eine zweifache Aufgabe. Sie soll deutlich, fast aufrüttelnd, die neuen Dimensionen der Welterfahrung mit ihren Möglichkeiten und Gefahren vor Augen führen. Sie soll aber auch zu ihrer realistischen Betrachtung anregen und Wege zur fruchtbaren Auseinandersetzung im christlichen Geiste weisen. Wie das in den zehn Abschnitten der Schau versucht wird, sei kurz angedeutet.

1. **Der Mensch als Mittelpunkt — und als Maßstab?** Die Einführung stellt das Ganze bewußt und unmißverständlich auf die Grundlage des christlichen Menschenbildes. Film, Radio und Fernsehen sind Domänen des menschlichen Gestaltens und rufen somit der Frage nach dessen wahrem Maßstab. — Hier wird

auch das graphische Symbolspiel zum menschlichen Vollkommenheitsstreben erläutert, das die ganze Ausstellung begleitet und sinnbildlich abrundet.

2. **Film, Radio, Fernsehen — überall:** Nun wird der Betrachter der «allgegenwärtigen» Realität der modernen Kommunikationsmittel ausgesetzt. Sie erreichen ihn praktisch überall, jederzeit und mit allen erdenklichen Mitteilungen und Erlebnissen. Er kann sich ihrer Ausstrahlung — sei sie direkt oder indirekt — nicht entziehen. Findet er sich in dieser Situation zurecht?

3. **In der Spanne eines Menschenalters:** So schnell haben sich Film, Radio und Fernsehen aus ersten Ansätzen zu beherrschenden Faktoren unserer Gesellschaft entwickelt. Im gleichen Zeitraum hat die Menschheit noch Dutzende von anderen Umwälzungen und Erschütterungen erlebt: an geschichtlichen Zeiträumen gemessen alles im selben Augenblick. Es kann und wird seine Zeit brauchen — vielleicht noch Generationen — bis jedes Ding im Gemeinschaftsleben verarbeitet und an seinen Platz gerückt ist. Beginnen müssen wir aber heute.

4. **«Wunderwerke» der Technik und Organisation:** Als nächster Schritt auf dem Wege des Sich-Zurechtfindens bietet sich ein kurzer Einblick in die Infrastruktur der drei Medien an. Sie läßt erkennen, wie kompliziert und weitgespannt der wesensbedingte Aufbau dieser Kommunikations-Instrumente ist. Zugleich wird aber gezeigt, daß letzten Endes Persönlichkeiten, Interessen- und Gesinnungsgruppen und indirekt die ganze Gemeinschaft für den Gang der Dinge die Verantwortung tragen.

5. **Werkzeuge — in wessen Hand?** Diese Frage der Verantwortung muß also noch vertieft werden. Aufs Ganze gesehen besitzen Film, Radio und Fernsehen samt ihrem Fachpersonal jene instrumentale Geschlossenheit, die es gestattet, sie zielstrebig zu führen — oder zu mißbrauchen. Wohl kann durch institutionelle Verflechtung manche Sicherung eingebaut werden. Volle Zuversicht schenkt uns aber nur eine auf gegenseitigem Vertrauen beruhende menschliche Verantwortung.

6. **Geben und Nehmen: das Gespräch.** Ein solcher Brückenschlag von Mensch zu Mensch ist allein imstande, Film, Radio und Fernsehen auf ihre rein vermittelnde, instrumentale Rolle zu beschränken. Zunächst sollte man sich deshalb besser kennenlernen: der Zuschauer und Hörer darf sich für Berufe und Funktionen der Film-, Radio- und Fernsehschaffenden interessieren, genau wie diese sich umgekehrt um seine Probleme und Bedürfnisse kümmern müssen. Ebenso nötig ist ein feineres Gefühl und Verständnis für die «Sprache», die hier gesprochen wird: die neue Sprache der Bilder und Töne. Erst dieses Bemühen läßt aus einem scheinbaren Monolog einen echten Dialog entstehen.

7. **Partner werden:** Dieser zeitgemäße Begriff für menschliche Solidarität und Mitverantwortung soll helfen, das Anliegen zu veranschaulichen. Auch ohne direkte Zwiesprache können beide Partner bewußt und sinnvoll an einem geistigen Austausch der Gemeinschaft teilnehmen, in der jeder Einzelne seinen persönlichen Kontaktkreis hat. Diese Anteilnahme aller wird den Film-, Radio- und Fernsehschaffenden nicht nur gültige Antworten und neue Probleme nahe-

bringen; sie wird auch ihre schwere Verantwortung tragbarer machen und — nicht zuletzt — ihren brennenden Nachwuchssorgen ein fruchtbareres Klima entgegenbringen.

8. **Verstehen — Wählen — Werten:** Unsere drei Kommunikationsmittel sind eben darin keine «Massenmedien», daß sie sich nicht mit allem, was sie bieten, an alle wenden. Nur liegt es in der technischen Natur der Sache, daß die Wahl vom Empfänger zu treffen ist: nach seinem Bedarf, für sein Verständnis und im Lichte der ihm gemäßen Wertung. Jeder ist selbst dafür verantwortlich, daß sein Anteil am Gespräch nicht im Übermaß oder in Mißverständnissen untergeht. Um sein Urteil zu schärfen, kann der Christ eine wachsende Zahl von Fachleuten und Hilfsmitteln zu Rate ziehen.

9. **Des Menschen Streben nach Vollendung:** Der Appell an diese Triebfeder christlichen Denkens und Handelns nimmt die eingangs gestellte Grundfrage wieder auf und formuliert den tieferen Beweggrund zur Auseinandersetzung mit allen gezeigten Problemen. Unser Auftrag in dieser Welt ist die konstruktive, nach dem Maß des Göttlichen strebende Auseinandersetzung mit der ganzen irdischen Wirklichkeit, so wie wir sie vorfinden. Darin sind die Werkzeuge universeller Kommunikation ein wichtiger Faktor — und eine große Chance.

10. **Auf jeden kommt es an:** Bei jedem Kauf eines Kinobilletts, bei jedem Griff nach den Tasten oder Knöpfen des Empfangsgerätes fällt von neuem die Entscheidung. Der Christ ist sich ihrer bewußt, ohne darob die Freude an den schönen Dingen zu verlieren. Nicht um «Pflicht oder Vergnügen» geht es hier, sondern darum, daß Ernst wie Fröhlichkeit ihren richtigen Sinn erhalten. — Mit diesem Blick auf die praktische Situation des Alltags entläßt die Ausstellung ihren Besucher.

Willy Kaufmann

Reklame im schweizerischen Fernsehen

Seit 1. Februar 1965 bringt das Schweizer Fernsehen Reklamesendungen. Das einzige Motiv, diese Sendungen in das Programm aufzunehmen, war das Bedürfnis nach vermehrten finanziellen Mitteln. Man kann also die Neuerung als ein notwendiges Übel bezeichnen und hofft, es werde das eigentliche Programm an Inhalt und Form gewinnen. Wenn man allerdings die durch das Werbefernsehen übernommenen neuen Auflagen, insbesondere die Ausdehnung der Sendezeit, in Betracht zieht, darf man realistischerweise diese Hoffnungen nicht zu hoch spannen.

Was die Werbesendung selbst betrifft, die in der sendegünstigsten Zeit (das heißt zwischen 19 und 20 Uhr) ausgestrahlt werden soll, steht nun vor allem das psychologisch-pädagogische Problem der Beeinflussung der Kinder durch die Reklamesendungen auf. Es ist keineswegs so, wie einfache Gemüter glauben, daß diese Sendungen völlig harmlos und unproblematisch seien. Wir