

Zum Welttag der Massenmedien 1968

Autor(en): **Ulrich, Franz**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **28 (1968)**

Heft 5

PDF erstellt am: **12.07.2024**

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.

Zum Welttag der Massenmedien 1968

Der Mensch – abgebildet und geformt durch Presse, Film, Radio und Fernsehen

Die Welt tritt uns in einer Flut von Bildern und Tönen entgegen. Von Plakatwänden, Illustrierten, Kinos und Fernsehschirmen werden wir umworben, informiert, gebildet und unterhalten. Wir leben durch die sozialen Kommunikationsmittel in einer «Gegenwart aller Zeiten» und in der «Präsenz aller Regionen». Die Massenmedien setzen uns «ins Bild» über vergangene Zeiten, ferne Länder und Menschen, Wissenschaft und Technik. Sie konfrontieren uns mit dem Krieg in Vietnam, mit Hunger und Elend in den Entwicklungsländern, mit dem Überfluss und Luxus industrialisierter Länder, mit Kunst und Kitsch, mit Wissenschaft und Technik, mit Menschlichem und Allzumenschlichem. Die Faszination dieser Medien, besonders von Film und Fernsehen, ist die Faszination des Lebens selbst. Im Mittelpunkt steht der Mensch – als Thema, als Gestalter und als Konsument. Der Inhalt der Kommunikationsmittel ist das Menschliche, die Welt der Ideen, Gefühle und Dinge. Die Kommunikationsmittel sind ein Abbild des heutigen Menschen und seiner Welt, mit allen Unzulänglichkeiten, Verzerrungen und Schwächen, die dem Menschlichen selbst eigen sind.

Mensch und Welt sind aber in den Kommunikationsmitteln nicht nur abgebildet, sie werden von ihnen auch geformt. Ihr Einfluss reicht von der Mode bis zu den Denk- und Verhaltensweisen. Der Mensch im Prägungsfeld der Massenmedien ist der Aussenlenkung und der Aussenbeeinflussung ausgesetzt, die sein Auffassen, Denken, Handeln und Verhalten beeinflussen. Der Gefahr der Nivellierung und Verflachung, der Überforderung, Verrohung und Entsittlichung stehen die positiven Möglichkeiten der Information und Bildung, der Erlebnisausweitung und Erlebnisvertiefung gegenüber. Besonders die Jugendlichen sind empfänglich für Leitbilder, sie übernehmen leicht Lebens- und Wertvorstellungen, die von den Massenmedien propagiert werden. Der Mensch ist manipulierbar, ja «machbar» geworden. Millionen beziehen ihre Leitbilder von Film und Fernsehen. Diese Leitbilder sind allzu oft nur Produkte einer Traumfabrik, die den Menschen mit suggestiven, wirklichkeitsfremden und verlogenen Klischees beliefert, seien es kitschig-süsse oder abstoßend scheussliche. Es liegt am Leser oder Zuschauer, welchem Einfluss er sich aussetzen will. Er ist frei in der Wahl seiner Zeitung, des Films, des Radio- und Fernsehprogramms. Er muss sich aber bewusst sein, dass seine Wahl wiederum auf das Angebot zurückwirkt.

Dem modernen, künstlerisch relevanten Film wird etwa vorgeworfen, er schaffe alles andere als Werke der Erbauung, und er sei unfähig, praktikable Rezepte für den Lebensbedarf zu vermitteln. In unserer zerrissenen Welt ist dies nicht nur dem Film unmöglich geworden. Umso wichtiger ist die Auseinandersetzung mit jenen Werken, welche die heutige Wirklichkeit kritisch befragen und ihre Probleme zur Diskussion stellen, ohne selbst schon eine fertige Lösung anzubieten. Wenn sich hier der Zuschauer engagieren lässt, wird er vom passiven Leinwandgucker und Konsumenten zum aktiven Dialogpartner aufgewertet, der nicht unbesehen alles auf sich wirken lässt, was ihm vorgesetzt wird. Hier, in der bewussten geistigen Auseinandersetzung, liegt die grösste Chance, die Massenmedien als Abbildner und Former unserer Zeit auch für unser Leben fruchtbar zu machen. Kirche und Schule obliegt die wichtige Aufgabe, das Rüstzeug für diese geistige Auseinandersetzung bereitzustellen.

Franz Ulrich