

Audiovision und Evangelisation

Autor(en): **Eichenberger, Ambros**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zoom-Filmberater**

Band (Jahr): **29 (1977)**

Heft 10

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-933014>

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.

KOMMUNIKATION + GESELLSCHAFT

Audiovision und Evangelisation

Zum katholischen «Sonntag der Kommunikationsmittel» vom 22. Mai 1977

In weit grösserem Masse als anfänglich vorauszusehen war, hat der auf den nächsten November in München anberaumte Weltkongress «Audiovision und Evangelisation» in allen Kontinenten Interesse geweckt, Kräfte mobilisiert und ein audiovisuelles Problembewusstsein auf den Platz gerufen. Erstaunlich ist das an und für sich nicht, nachdem die Audiovision überall auf der Welt, wenn auch mit beachtlichen Entwicklungsunterschieden, zur Umwelt der Menschen im 20. Jahrhundert geworden ist. Was die Evangelisierung anbetrifft, so leuchtet ein, dass, will sie in einer vom Christentum sich emanzipierenden (westlichen) Welt überhaupt noch eine Chance haben, nach neuen Formen der Vermittlung gesucht werden muss. Mit «Evangelisation» ist einerseits die Verkündigung der Heilsbotschaft Jesu, andererseits aber auch das daraus hervorgehende Engagement für den Menschen und eine menschlichere und gerechtere Gesellschaft gemeint.

Neuheitswert hat der Umstand, dass diese Aufgaben der christlichen Verkündigung, der menschlichen Entwicklung und der audiovisuellen Vermittlung nun in ihrer gegenseitigen Korrelation gesehen werden. Neu ist auch, dass die Impulse dazu nicht mehr nur, wie bisher, von audiovisuellen Pionieren kommen, sondern von der Amtskirche, durch ihr offizielles Organ, die päpstliche Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel, zu ihren eigenen gemacht worden sind.

An Initiativen im Bereich der Massenkommunikation hat es zwar kirchlicherseits nie gefehlt. Fast seit Film, Radio und Fernsehen existieren, sind zu deren «Betreuung» internationale kirchliche Organisationen ins Leben gerufen worden. Sie haben in den letzten Jahren eine nennenswerte Aktivität, vor allem in den Entwicklungskontinenten angeregt und mitgetragen. Was bisher fehlte war eine ebenso systematische und zielbewusste Tätigkeit im Bereich der sogenannten Gruppen- oder Bildungsmedien, die in den letzten Jahren bekanntlich einen rapiden Aufschwung genommen haben.

Eine Standortbestimmung drängt sich auf

Um grössere Klarheit über die Situation zu gewinnen, und um die Interdependenzen, Gemeinsamkeiten und Eigengesetzlichkeiten dieser Bereiche besser erfassen zu können, drängte sich eine Standortbestimmung auf. Sie wird auf den Münchner Kongress hin vorbereitet, der dann auf Grund des durch eine weltweite Fragebogenaktion erarbeiteten Inventars über Sach- und Arbeitsprioritäten zu beraten hat und Vorschläge für eine möglichst leistungsfähige Infrastruktur (zuhanden der päpstlichen Kommission) ausarbeiten soll. Natürlich kann eine solche Standortbestimmung nicht (mehr) einseitig etwa von den Voraussetzungen einer fortgeschrittenen AV-Technologie der Industrienationen her erfolgen. Um diese Gefahr zu bannen, wurden die wichtigsten Vorbereitungsarbeiten von allem Anfang an auf die *kontinentale Ebene* verlegt. Die dort gebildeten Komitees sollten von ihrem soziokulturellen Kontext her *ihre* audiovisuellen Bedürfnisse ermitteln, ihre diesbezüglichen Erfahrungen einbringen und einen entsprechenden audiovisuellen Aufgabenkatalog zusammenstellen. Innerhalb dieser Rahmenforderungen wurde den kontinentalen Experten freier Spielraum belassen. Sie sind dementsprechend mit verschiedenen Akzentsetzungen, Methoden und Perspektiven an die Arbeit gegangen. Einige sehr

pragmatisch, in dem sie das im Lande oder in der Region produzierte Material einer kritischen Prüfung unterzogen, um sich auf ein paar elementare Qualitätskriterien zu einigen. Andere – zum Beispiel die Asiaten – sind sogar direkt in die Produktion eingestiegen, indem einzelne Länder versuchen, über Kleinmedien christliche Sakramente und Symbole in den asiatischen Bezugsrahmen hineinzustellen.

Grundanliegen werden deutlich

Trotz dieser Unterschiede kristallisieren sich aber jetzt schon weltweit mit grosser Deutlichkeit einzelne *Grundanliegen* heraus, die der Kongress in München wird ernst zu nehmen haben. An erster Stelle steht dabei die *Ausbildung*. Damit ist sowohl die Grundausbildung von AV-Produzenten und Konsumenten, wie auch die Weiterbildung von Kandidaten gemeint, die bereits irgendwo (meistens bei den Crec-Kursen in Lyon) eine audiovisuelle Schnupperlehre absolvieren konnten. Das Anliegen der Ausbildung scheint zum Beispiel den Delegierten Westafrikas so dringend zu sein, dass sie bei ihrem Treffen in Dakar (Dezember 1976), ohne München abzuwarten, bereits für den kommenden August ein Ausbildungsseminar programmierten, das vollumfänglich von Afrikanern geleitet und für Afrikaner veranstaltet wird. Nur für die Finanzierung sind sie vorderhand noch auf die Hilfe westlicher Hilfswerke angewiesen.

Dieses Beispiel ist auch insofern typisch, als mehr und mehr nach Ausbildungsmöglichkeiten im *eigenen Kontinent* Ausschau gehalten wird. Ein Training «abroad» soll nur noch für die professionelle Führungsgarnitur in Aussicht genommen werden. Mit Recht erwartet man von einer lokal, national, regional oder kontinental angelegten Ausbildungsstrategie, die erst noch konzipiert und ausgebaut werden muss, dass stärker als bisher auf die Gegebenheiten einer Gegend und auf die Rezeptionsgewohnheiten ihrer Bewohner eingegangen werden kann.

Auch traditionelle Medien müssen berücksichtigt werden

Damit ist auch das Postulat verbunden, die *traditionellen* audiovisuellen Medien wie Drama, Musik, Tänze usw., die beispielsweise in Afrika und Asien noch immer eine grosse Rolle spielen, sowohl in die audiovisuelle Standortbestimmung wie in den Evangelisierungs- und Entwicklungsprozess selbst miteinzubeziehen. Das geht nicht ganz ohne Schwierigkeiten, weil derartige Elemente von ausländischen Missionaren in der Vergangenheit vielfach als «heidnisch» abgewertet, schliesslich auch von den Einheimischen selbst der «Taufe» für nicht würdig befunden wurden. So ist es nicht selten zu einer Art Schizophrenie zwischen den importierten Formen des christlichen Glaubens und den einheimischen Lebensäusserungen gekommen. Mit der Rückbesinnung dieser Völker auf ihre eigenen Kulturwerte und mit dem grösseren Verständnis der Kirche für nicht christliche Religionen (zweites vatikanisches Konzil) wird sich das ändern.

Hoffnungsvolle Anzeichen dafür sind auch bei den Kongressvorbereitungen zu spüren. Vor allem durch die einhellige Forderung, dass der *Erforschung* einheimischer Symbole und Kommunikationsformen mehr Raum und Aufmerksamkeit gegeben werde. Für das Zustandekommen einer audiovisuellen Zivilisation ist das eine unabdingbare Voraussetzung, es sei denn, man verstehe darunter eine von wenigen Computern und Satellitenstationen gesteuerte, der Coca-Cola-Invasion vergleichbare, «kulturelle» Gleichschaltung.

Um solches verhindern zu helfen, bleibt zu hoffen, dass diese Bewusstwerdungsprozesse auch lokale und nationale *Produktionen* anzuregen und zu beeinflussen im Stande sind. Noch unbeantwortet ist die Frage, ob und wie ambitioniertere Produktionsanstrengungen, etwa im 16mm-Bereich, die die Möglichkeiten der meisten Länder überfordern, aber infolge mehrfacher Verwendungsmöglichkeit (Cinemobils, TV, Schulen usw.) auf grosses Interesse stossen, besser koordiniert werden können.

Hier müssen mit Phantasie, etwas Geschäftssinn und viel moralischem Engagement neue Formen und Strukturen kontinentaler und wohl auch internationaler Zusammenarbeit gefunden werden.

Bestehende Strukturen sind zu überdenken •

Im nationalen Bereich sind im Laufe der mehr als zweieinhalbjährigen Vorbereitungszeit vielfach die nötigen Querverbindungen zwischen «Media-people» und «Message-people», zwischen Katechese und Medienarbeit als notwendig empfunden und geschaffen worden. Als Frage bleibt, wie dieser stark anwachsende Komplex der sogenannten Gruppenmedien auch auf der internationalen Ebene besser in die Gesamtpastoral der Kirche integriert werden kann. Wessen Kompetenz und Verantwortung soll der Bereich zugeordnet werden? Ist der Aufbau einer vierten internationalen Organisation für Kleinmedien anzustreben, analog den Vereinigungen, die für Presse, Radio, Fernsehen und Film bestehen? Oder kann in der sinnvollen Ausweitung und Weiterentwicklung des Bestehenden eine Lösung gefunden werden? Gemäss dem Auftrag der päpstlichen Kommission, werden die ausgewählten Teilnehmer des Münchner Kongresses sich auch mit diesen Problemen zu befassen haben. Dabei wird zu berücksichtigen sein, was einzelne Organisationen bereits auf diesem Gebiete tun. So hat zum Beispiel die Generalversammlung des OCIC an ihrer letzten Sitzung im Jahre 1974 in Brasilien offiziell beschlossen, ihren Zweckparagrafen der audiovisuellen Entwicklung anzupassen und die Tätigkeit auch auf die Klein- und Gruppenmedien auszudehnen. Jahre zuvor waren von dieser Organisation bereits Versuche unternommen worden (in Rottenburg), einen spezialisierten «Service Audiovisuel» (SAV) aufzubauen. Der Versuch ist, aus personellen Gründen, leider nie über die Startphase hinausgekommen, sodass der Service schliesslich vor drei Jahren mit dem Missionssekretariat des OCIC in Rom zusammengelegt worden ist. Auch Unda, die offizielle Radio und Fernseh-Vereinigung, wird mit der Ausbreitung der Videotechnik und des Kabelfernsehens zusehends stärker mit diesen, auf Klein-Gruppen ausgerichteten Entwicklung konfrontiert. Daneben haben sich im Laufe der letzten Jahre katholischerseits weitere Gruppierungen und Arbeitsgemeinschaften (Sonolux, Multimedia, Serpal) gebildet, die zum Teil aufgrund ganz bestimmter audiovisueller Bedürfnisse ins Leben gerufen worden sind. Sonolux zum Beispiel hat sich medienmässig auf Dias-Material und Tonbildschauen spezialisiert; Multimedia will unter den religiösen Orden ein Medienbewusstsein schaffen und Serpal hat Lateinamerika als Arbeitsfeld gewählt.

Noch ungewisse Marschrichtung

Auf Grund der Vorbereitungsarbeiten ist noch nicht abzusehen, welche Richtung die strukturellen Vorstellungen oder Reformvorschläge des Kongresses nehmen werden. Wird die ganze bisher nach Medien gegliederte Struktur der internationalen katholischen Medienarbeit ins Kreuzfeuer der Kritik geraten? Ist die Zeit reif, um gültige Leitbilder für die nahe Zukunft zu entwerfen? Wird im Gegenteil die Mehrzahl der Experten davon Abstand nehmen, Strukturdebatten im heutigen Stadium einer «schwebenden» Entwicklung zum Haupttraktandum oder zum «Zankapfel» katholischer Medienarbeit für die nächsten paar Jahre werden zu lassen? Dass die *Entwicklungskontinente* ungleich mehr als auf Strukturbereinigungen auf gezielte und konkrete, ihre aufgelisteten Bedürfnisse ernst nehmenden Initiativen warten, geht aus den bisherigen Reaktionen klar hervor. Wer immer also den Münchner Kongress zu einem blossen Seilziehen kirchlicher Medienorganisationen um den Anteil am AV-Kuchen missverstehen und missbrauchen möchte, zielt leicht an diesen Wünschen und damit wohl auch an den eigentlichen Erfordernissen im Bereich von Evangelisation und Audiovision im heutigen (und morgigen) Zeitpunkt vorbei.

Ambros Eichenberger