Die Schule

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **23 (1963)**

Heft 11

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-964693

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

hervorruft und bedeutet, dann ist das Ergebnis eine Anteilnahme und ein Mitleben, aber nicht unbedingt die Fähigkeit zu einem objektiven Urteil. Das bewirkt, daß der Film sein Leben in mir weiterleben will in meinem Nachdenken und auch im Weitersagen. Es handelt sich dabei um Bruchstücke, um Tupfen, die man irgendwohin setzt, Ideen, die das Gegenüber selbst vielleicht nicht fände, jetzt aber in ihm drin ihr leises Sein beginnen. Mag sein, sogar im Schlaf, um dann als Erinnerung aufzutauchen, wenn es zum Kinobesuch kommt, wenn eine Wahl zu treffen ist. Etwas einmal Gehörtes, etwas Bekanntes hat Anziehung und Macht. Diese Werbung hat ihre Wirkung, weil sie sich spontan im menschlichen Kontakt vollzieht. Brigit Stocker

Die Schule

Filmwerbung an der Sekundar- und Abschlußklasse

Vor gut 40 Jahren hätte eine Abhandlung über das Thema Schule und Film wohl gelautet: «Wie kann der Schüler vom Film ferngehalten werden?» Heute: «Wie kann die Schule für einen Film werben?» — Darf sie das überhaupt? Besuchen unsere Schüler nicht schon genug Filme, die sie nicht sehen sollten? Wozu also noch mehr Propaganda für den Film?

Eine Hauptfrage, die an jede Werbung gerichtet werden muß, lautet: Für **was** wird geworben? Und da ist es selbstverständlich, daß die Schule nur für den ethisch und künstlerisch hochwertigen, für einen dem Schüler angepaßten Film werben darf. Das heißt also: keine Werbung für den nur harmlosen Film, dafür bewußte Werbung für den Film, der dem Schüler wertvolle Gedanken und Anregungen vermittelt. Eine solche Werbung verlangt, daß der Lehrer die Filme zuerst selbst anschaut und sich erst dann enscheidet. Das gilt speziell auch für die sogenannten Reisekinos. Einsichtige Kinobesitzer stellen dem verantwortlichen Lehrer für diesen Zweck eine Freikarte für ihre Kinos zur Verfügung — und zwar ohne Bedingungen!

Stellt der Schüler einmal fest, daß die Filme, die von der Schule empfohlen werden, gut und interessant sind, so wird er sich mit der Zeit an diese Werbung und Empfehlung halten und wertlose Streifen kaum mehr besuchen.

Wie kann nun der Lehrer für einen guten Film werben? Vor allem bieten sich drei Möglichkeiten:

1. **Werbung durch Vorbereitung in der Schule:** Der Lehrer macht den Schüler auf gewisse Probleme, Eigenheiten, besondere Gestaltungsmittel des Films aufmerksam. Der Inhalt soll nicht erzählt, sondern bloß angedeutet werden. Auch über den Regisseur und unter Umständen die Darsteller kann kurz das Wichtigste gesagt werden. Ich konnte selbst immer wieder die Erfahrung machen, daß die empfohlenen Filme dann gut besucht werden, wenn ich den Schülern eine Besprechung und Diskussion **nach** dem Film versprochen hatte.
2. **Werbung durch Kritiken in Zeitungen und Zeitschriften:** Der Schüler soll mit der Zeit so weit kommen, daß er eine sachliche, von der Filmwirtschaft unabhängige Kritik erkennen, lesen und verstehen kann. Dazu benötigt er aber

die Hilfe des Lehrers. Stimmen die Erfahrungen des Schülers mit der Kritik überein, so wird die Glaubwürdigkeit der Kritik bald zur Autorität werden.

3. **Werbung durch Filmschulungsunterricht:** Die Filmbildung in der Schule ist wohl die wirksamste Werbung für den guten Film. Die Filmbildung soll ja alle für den Schüler wichtigen Fragen des Films behandeln, sie soll die Kritikfähigkeit formen, guten Geschmack bilden und zu bewußter, maßvoller Auswahl im Filmbesuch anleiten. Da die Filmbildung vor allem über die Schulzeit hinaus wirken soll, so ist sie, auf lange Sicht gesehen, die wertvollste Werbung; eine Werbung, die auf dem geschulten Urteil des Schülers und Kinobesuchers von morgen aufbaut. -Ibi-

Wie kann man gute Filme an einer Mittelschule propagieren?

Der Besuch des guten Films wird nur dann gefördert, wenn seine Qualitäten erkannt werden. Die Filmschulungskurse, die wir, obligatorisch für alle Schüler, durchführen, bezwecken unter anderem auch dies.

Sind in der Stadt gute Filme zu sehen, wecken mehrere, sich oft widersprechende Kritiken, die aufgehängt werden, Interesse zu Auseinandersetzung. Die Information über die laufenden Filme erfolgt unter anderem durch die Filmliste, die das Katholische Filmbüro uns direkt zuschickt. Nach dem Besuch eines Films, der von der Schule als obligatorisch erklärt wird, müssen wir etwa in einem schriftlichen Kommentar dazu Stellung nehmen. Die «Kritiken» können am Anschlagbrett von allen gelesen werden. Findet nun ein Seminarist bestimmte Szenen des Films ausdrucksvoll und treffend, kann ein anderer vom Gegenteil überzeugt sein. Er wird seine Arbeit einer anderen gegenübersehen, seine Meinung begründen müssen. Das Urteil wird vertieft, wenn wir uns in klassenweiser Diskussion mündlich äußern können. Immer neue Aspekte des Films zeigen sich. So beginnen wir langsam, dem Film kundiger und kritischer gegenüberzustehen. V.B/st

Förderung des guten Films aus christlichem Verantwortungsbewußtsein

Vorbemerkung der Redaktion:

Mehr noch als das gute Buch oder die gute Musik hat es der gute Film zufolge seiner technisch-wirtschaftlichen Abhängigkeit nötig, daß er von verantwortungsbewußten Einzelnen und Gruppen gefördert werde. Die kirchliche Filmarbeit hat denn von jeher nicht bloß vor dem minderwertigen Film gewarnt, sondern den Besuch des guten Films empfohlen und für die Werbung ihre Hilfe angeboten. Heute besteht im Internationalen Katholischen Filmbüro ein eigener Service, der Produzenten und Verleihern zu Rat und Hilfe zur Verfügung steht. In derselben Zielsetzung werden seit 1947 jedes Jahr anläßlich der Festivals Filme ausgezeichnet, um ihnen Erfolgschancen zu geben und die Produzenten zu ähnlichen Werken anzuregen. Die nationalen katholischen Filmstellen sehen ihrerseits eine wichtige Aufgabe in der Förderung des guten Films. Das Schweizerische Katholische Filmbüro weist im «Filmberater» regelmäßig auf wertvolle Filme hin und arbeitet in diesen Fällen mit der Filmwirtschaft und kirchlichen Gruppen zusammen. In Zürich – und gelegentlich auch in andern Städten – finden ziemlich regelmäßig Sondervorstellungen für Geistliche statt.