Aufgaben der Filmerziehung

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Film und Radio mit Fernsehen**

Band (Jahr): **17 (1965)**

Heft 18

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-963724

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

AUFGABEN DER FILMERZIEHUNG

FH. An einer in Lingkollen (b. Oslo, Norwegen) organisierten Tagung über Film- und Fernseherziehung, an der die Unesco technisch und finanziell mitwirkte, wurde auch darüber diskutiert, welches denn nun die wesentlichen Aufgaben der Filmerziehung wären, wobei als selbstverständlich auch die Erziehung zum Fernsehfilm einbezogen wurde. Es gibt in der Tat auf diesem Gebiet kaum einen prinzipiellen Unterschied zwischen den beiden Filmvorführungsarten.

Es muss dabei davon ausgegangen werden, dass die Mitteilungen einst, etwa im Mittelalter, vorwiegend von Mund zu Mund erfolgten, jedenfalls die zwischen Eltern und Kindern. Diesen wurden mehr oder weniger legendäre Geschichten erzählt. Es war hier möglich, je nach der Reaktion der Kinder die Erzählungen zu variieren, einzelnes abzuschwächen, anderes herauszustreichen, oder neues hinzuzufügen. Erwachsene wiederum bestellten sich berufsmässige Unterhalter, Balladensänger, Minnesänger, Narren, Akrobaten. Von solchen vernahmen die Menschen die moralischen Geschichten, Erzählungen, Legenden, die schliesslich den Grund für ihre Lebenskenntnis legten, soweit dies nicht durch religiöse Einflüsse geschah. Nachrichten wiederum gelangten auf den Märkten oder in Wirtschaften zur Verbreitung, ebenfalls von Mund zu Mund. Reisende Kaufleute, fahrende Schüler, Soldaten trugen sie weiter. Allerdings gab es schon sehr früh für die Regierenden in Staat und Kirche besondere Kuriere.

In allen diesen Fällen zeigte aber der Empfänger irgendeine Reaktion, er war erfreut oder betrübt, wütend oder begeistert, oder zeigte seinen Unglauben. Wer etwas mitteilte, konnte immer gleich die Reaktion des Empfängers , respektive des Publikums sehen, hören und fühlen. Er konnte so je nach der Stimmung des Empfängers seine Mitteilung modifizieren, um die gewünschte Wirkung zu erzeugen. Aber der Empfänger hatte auch die Möglichkeit eine allfällige Kritik sogleich anzubringen. Die Verantwortung des Mitteilenden stand fest, er war in Person vorhanden.

In der Folge hat dann die Erfindung der Buchdruckerkunst der Mitteilung ein grosses Stück dieses persönlichen Charakters genommen. Allerdings ging das Jahrhunderte, nämlich erst, als sich die Kunst des Lesens und Schreibens allgemein durchsetzte. Jetzt wusste der Mitteilende, der seine Mitteilungen in einem Buch verbreitet hatte, nichts davon, wenn es ein Empfänger zornig ins Feuer warf. Der direkte Kontakt war dahingefallen. Dieser hatte keine Möglichkeit mehr, durch seine Reaktion sofort auf den Mitteilenden einzuwirken. Es konnte nicht ausbleiben, dass auch die Reaktionen auf diese kollektiven Mitteilungen mittels Druckschriften kollektiv wurden.

Und heute ist die Situation so, dass der Mitteilende in Film und Radio vollständig der Reaktion beraubt ist. Neu ist dabei, dass seine Mitteilung in steigendem Masse durch einen Dritten bestimmt wird, den Verantwortlichen, den Vermittler. Raymond Williams, ein englischer Forscher hat in seinem interessanten Buch "England in den sechziger Jahren" zwei bestimmende Faktoren in der Geschichte der Kommunikation unterschieden. Zuerst einmal hat das Publikum jeder Art gewaltig zugenommen und hat die Wirkung einer kulturellen Revolution gehabt. Die modernen Informationsmittel hängen in grossem Ausmasse von den Einkünften ab, die sie aus dem Publikum ziehen, was zur Folge hat, dass sie darauf ausgehen so schnell als möglich ein Publikum so gross als möglich anzuziehen und eine besondere Werbung dafür zu organisieren. Es kommt dann soweit, dass alle fundamentalen Eigenschaften einer Botschaft oder Mitteilung, das heisst die Verbreitung menschlicher Erfahrungen, schliesslich dem Willen zum Verkauf um jeden Preis untergeordnet werden.

Die Resultate, zu denen Williams kam, waren ziemlich pessimistisch. Er sah schwarz in die Zukunft. Im Gegensatz zu früheren Zeiten haben die blossen, erwähnten Vermittler die Hand auf alle Arten von Mitteilungen und Botschaften belegt. Sie sind der Hauptfaktor auf diesem lebenswichtigen Gebiet geworden. Statt dass sich eine neue Kontur entwikkelt, aufgebaut von den schöpferischen Geistern, entsteht eine synthetische Kultur, die sich auf raschem Verkauf und Gewinn aufbaut. Gewiss, es zeigt sich eine Ausdehnung, aber es handelt sich nicht um echtes Wachstum. Auch andere Gefahren zeigen sich, die früher unbekannt waren: Zum Beispiel können nicht genehme schöpferische Kräfte von den herrschenden Vermittler, den Produzenten, Verleger, Radio- und Fernsehdirigenten, vernachlässigt werden, können ihren Platz in diesem grossen Mitteilungs-System nicht finden. Gewöhnlich ziehen sie sich dann auf sich selber zurück oder bilden eine Aussenseitergruppe, die ihre Pfeile gegen das conformistische System schleudert, abgeschnitten von den sozialen Wurzeln der Gemeinschaft.

In der Diskussion blieb die Ueberzeugung unbestritten, dass der Drang zur Erreichung eines möglichst grossen Publikums zu einer unerfreulichen Massenkultur führt. Die Empfangsmöglichkeiten der Massen werden gleichzeitig, ebenso wie ihre Reaktion auf jene eines einzigen Konsumenten beschränkt, der sich mit wenigem und nur mit Allgemeinem, das für möglichst viele gilt, begnügt. Die wirklichen Gefahren sind dabei offensichtlich: nicht Entgleisungen in Roheiten und Brutalitäten oder Sexualität sind es, sondern dass diese Kultur entsetzlich unverbindlich und fade wird, von einer institutionalisierten Wohlgepflegtheit, die menschliche Gesellschaft in kleinbürgerliche Schnitten zerteilend, wo niemals etwas Wahres passiert und jede Vitalität aus dem Leben verschwinden wird. Besonders der Amerikaner Hoggart sprach sich in diesem Sinne aus.

Ferner ergibt sich aus dem Gesagten, dass für jene, welche die Mitteilungen jeder Form an die Massen dirigieren, alles um den Begriff "Publikum" kreist. Manchmal wird dieser Allgemeinbegriff etwas spezialisiert, es wird dann vom "Mann der Strasse" oder vom "Durchschnitts-Zuschauer" oder vom "Konsumenten" gesprochen. Dieses Bedürfnis die ganze Menschheit auf einen einzigen Zentralkern zurückzuführen, ist nicht neu. Schon Dschingis-Kan wünschte sich, dass die Menschheit nur einen einzigen Kopf hätte, damit er ihn auf einen Hieb abschlagen könnte. Wir alle fallen immer etwa wieder in eine oberflächliche Verallgemeinerung. Es ist eine grosse Versuchung, die Massen, die unsere Erde bevölkern, nicht als Milliarden von einzelnen Individuen, sondern als bequem ettiketierte Gruppen zu betrachten: als die Jungen, die Halbwüchsigen, die Inder, die Kommunisten, die Schwarzen, die Juden. Von da aus ist es nur noch ein Schritt zum Stereotypen: "der Kommunist", "der Schwarze", "der Jude", "der Kapitalist" usw.

Diejenigen die berufsmässig den Massen Zerstreuung bieten, rufen zu ihrer Verteidigung immer die Notwendigkeit an, "dem Publikum zu geben, was es wünscht". Es ist bezeichnend, wie hier von "dem " Publikum gesprochen wird als Einzelwesen. Es gibt sehr komplizierte "Marktuntersuchungen", um festzustellen, welches denn die Wünsche "des Publikums sind". Entsprechend hängt der Erfolg in den Augen dieser Menschen davon ab, wieviel eine Mitteilung an Geld einbringt, zum Beispiel ein Film. Die Fernsehsendungen wiederum können beliebig arrangiert, verlängert, verkürzt werden, je nach dem Geschmack des "Publikums". Vor- und Nachteile dieses Systems sind seinerzeit von dem bekannten Pilkington-Comité in London eingehend geprüft worden, als es sich mit der Programm-Reorganisation beim Radio zu befassen hatte.

"Dem Publikum zu geben, was es wünscht", scheint auf den ersten Blick ein unangreifbarer Grundsatz. Aber zum Beispiel bei den Radiosendungen ist er schwierig zu analysieren. Das Publikum ist keine formlose Masse und auch keine uniformierte. Es lässt sich einfach unter diese oder jene Rubrik bringen, es wird sich immer aus einzelnen Individuen zusammensetzen. "Was das Publikum will", das wollen die Individuen. Selbstverständlich sind einige von unseren Geschmacksempfindungen und Bedürfnissen nahezu universell, auf der ganzen Welt verbreitet, aber die Mehrzahl unter ihnen, und besonders jene, die uns am meisten auf dem Herzen liegen, gehören verschiedenartigen Minderheiten. Ein Programmdienst, der sich nur an die Mehrheit richten will, kann niemals alle befriedigen, und auch nicht die Mehrzahl der Bedürfnisse eines bestimmten Individuums. Es wird also niemals den ganzen Bedarf des Publikums decken können.

Niemand kann behaupten, dass er dem Publikum das gebe, was es wünsche, weil ja das Publikum die ganze riesige Reihe von Möglichkeiten gar nicht kennen kann, welche Film und Fernsehen offerieren könnten. Es müsste dazu noch die Möglichkeit haben, unter diesen zu wählen.

(Fortsetzung folgt)

STELLUNGNAHME DER ZUERCHER REGIERUNG ZUR FILMERZIEHUNG

Im Februar wurden der Zürcher Regierung zwei Motionen zur Prüfung überwiesen, die sich beide mit Fragen der Filmerziehung befassten. Die Motion Hackhofer lautete:

"Im Gegensatz zu andern Universitäten des In-und Auslandes blieb an der Universität Zürich bisher die Behandlung filmwissenschaftlicher Probleme der Initiative vereinzelter Dozenten überlassen. Angesichts der Bedeutung und des Einflusses des Films und des wachsenden Interesses der akademischen Jugend an ihm muss dieser Zustand als unbefriedigend empfunden werden. Die Regierung wird deshalb eingeladen, die geeigneten Schritte zu unternehmen zur Aufnahme der Filmwissenschaft in den Lehrplan unserer Universität".

Die etwas später eingereichte Motion Theus lautete ihrerseits:

" Der Regierungsrat wird eingeladen, zu prüfen und dem Kantonsrat Bericht und Antrag zu stellen, inwieweit den Organisationen, welche sich zum Ziel setzen, die heranwachsende Jugend in der Unterscheidung von guten und schlechten Filmen zu schulen, um diese vor den schädigenden Einflüssen zu bewahren, staatliche Hilfe gewährt werden könnte". Insbesondere wäre zu prüfen, wie die Absolventen von Mittelschulen und die vor der Entlassung stehenden Schüler der Volksschule für diese Bildungszirkel in vermehrtem Masse gewonnen werden könnten und in welcher Weise dieser Gedanke zu fördern wäre, sowohl durch Beschaffung von Literatur und geeigneten Filmen als Lehrmittel, als auch durch Beschaffung von Raumgelegenheiten für die Abhaltung des hiefür erforderlichen Schulungsprogramms".

In einem für beide Motionen gemeinsamen Bericht nahm der zürcherische Regierungsrat zuerst Stellung zu Wesen und Ziel der Filmerziehung. Er stellte fest, dass noch heute es den Mittelpunkt der Jugend-