

Zeitschrift: Der Filmberater
Herausgeber: Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 3 (1943)
Heft: 18

Artikel: Gesinnungsbildung durch den Film
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-965037>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



DIE FILMBERATER

Redaktion: Dr. Ch. Reinert, Auf der Mauer 13, Zürich (Telephon 8 54 54)
Herausgegeben vom Schweizerischen katholischen Volksverein, Abteilung
Film, Luzern, St. Karliquai 12, Telephon 2 72 28 · Postcheck VII 7495 · Abonne-
ments-Preis halbjährlich Fr. 3.90 · Nachdruck, wenn nichts anderes vermerkt,
mit genauer Quellenangabe gestattet

18 Nov. 1943 3. Jahrgang

Inhalt

Gesinnungsbildung durch den Film	69
Reklame und Kritik	71
Die 10 Tage des Films in Basel	73
Kurzbesprechungen	75

Gesinnungsbildung durch den Film

Mit dem Film verhält es sich ähnlich wie mit der Presse; denn so wie die grundschlechten, aber auch die ganz guten, sehr wertvollen Bücher eher eine Ausnahme darstellen, und wir auf die grosse Mehrzahl der literarischen Werke im Grunde leichten Herzens verzichten würden, ebenso wird nicht gerade oft ein in allen Teilen, vor allem in seiner Tendenz grundschlechter Film aufgeführt, aber auch selten ein Streifen, den wir ganz ohne Hintergedanken als ausgezeichnetes, erzieherisch wertvolles Werk empfehlen können. Und doch wagt kein denkender Mensch zu behaupten, dass eine grosse Zahl der Durchschnittsfilme, die Tag für Tag in unseren Kinotheatern gezeigt werden, nicht auf die Dauer eine ernste Gefahr für die geistige Volksgesundheit bedeuten würde. Der Film ist ohne Zweifel eines der Hauptmittel der Meinungsbildung geworden.

Wenn wir in diesen Zeilen ausschliesslich von der negativen Einwirkung des Films auf den Zuschauer schreiben, so soll damit nicht geleugnet sein, dass alles, was der Zuschauer an Positivem, Edlem, erzieherisch Wertvollem auf der Leinwand sieht, tatsächlich auch Gutes in ihm wirkt, so wie es Papst Pius XI. in seiner Film-Enzyklika ausdrücklich und lobend anerkennt.

Der Grossteil der Filmwerke sind ganz einfach das geistige Produkt unserer Zeit; es kommt in ihnen die Mentalität unserer Tage zum Ausdruck, die Art zu denken, zu fühlen, über alle Lebensfragen zu urteilen und zu handeln, wie wir sie Tag für Tag im öffentlichen wie im privaten Leben bei unseren Mitmenschen antreffen. Wir dürfen nie vergessen, dass die Geisteshaltung der modernen Welt, d. h. ihre Auffassung von Recht und Gerechtigkeit, von Gott und Religion, von Arbeit und Beruf,

von Ehe und Familie und über die sozialen Grundfragen eine neuheidnische ist. Die Gefahr besteht nun darin, dass nach Art einer gewissen geistigen Osmose die dem Film zu Grunde liegende Gesinnung auf den fleissigen Kinobesucher abfärbt, und dass er mehr und mehr so denkt und handelt wie die Menschen auf der Leinwand.

Papst Pius XII. schreibt in einem Brief an den Leiter des Internationalen Katholischen Filmbüros, den er am 27. April 1934 als damaliger Kardinal-Staatssekretär an ihn richtete, von einer Gewissensverbildung durch den Film. Seine Sätze sind so treffend, dass wir sie hier im Wortlaut anführen möchten: „... Während jene Zartheit des Gewissens und jene instinktive Widerstandskraft gegen das Böse, die Merkmal und Maßstab der Tugend ist, langsam er stirbt, verdunkeln sich die Geister; sie gleiten schuldhaft in Begriffe über die Welt und das Leben hinein, die durchaus unvereinbar sind mit den Vorschriften der christlichen Weisheit, die schon seit zwei Jahrtausenden die Ehre und Grösse der Völker begründet haben.“

Wir wiederholen ausdrücklich unsere schon öfters ausgeführte Meinung: es wird selten vorkommen, dass ein Zuschauer, selbst ein Jugendlicher, von noch ungefestigtem Charakter durch einen einzelnen Film ernstlichen seelischen Schaden leidet. Das, was schliesslich auf der Leinwand ausgesagt wird, sieht und hört ja jeder fast stündlich auf der Strasse, bei der Arbeit, ja selbst im Familienkreis. Aber wie gesagt, bei öfterem Besuch spielt, falls dem still wirkenden Gift nicht durch andere Mittel entgegengearbeitet wird, das Gesetz der Osmose. Darunter verstehen wir hier, in Anwendung eines physikalischen Gesetzes, die langsame aber immerwährende Beeinflussung eines Menschen durch den fortwährenden Kontakt mit einer bestimmten Geisteshaltung. So lange es sich nur um unwesentliche Dinge handelt, wie zum Beispiel um eine Geschmacksrichtung, mag die Sache noch recht unbedenklich sein, schwerer liegt der Fall, wenn die Grundeinstellung eines Menschen davon berührt wird.

Papst Pius XII. nennt im oben zitierten Abschnitt seines Briefes den schwersten möglichen Fall einer seelischen Vergiftung durch den Film, die Fälschung des Gewissens, die darin besteht, dass ein Mensch die Begriffe von Gut und Böse, von Sünde und Tugend verwischt und das als erlaubt hinnimmt, was verboten ist, sowie Dinge bagatellisiert, die ernst genommen werden müssen. Gewiss wird kaum einmal ein Film das Verbrechen verherrlichen und die Sünde als etwas positiv Gutes hinstellen, ein solcher Streifen würde auch ziemlich allgemein abgelehnt werden. Aber wie oft begegnen uns doch Werke, in denen die Menschen es mit ihren moralischen Verpflichtungen sehr leicht nehmen, in denen die Liebe nur ein Zeitvertreib und ein Spiel der Sinne, nicht aber eine ernste Verantwortung, eine Lebensaufgabe ist, in denen Lüge, Betrug, ja selbst der Mord als Selbstverständlichkeit hingenommen werden, mit einem Wort, in denen Gott und sein unabänderliches Gesetz keinen Platz mehr haben.

Recht oft wird die neu-heidnische Lebensauffassung, die wir kurz skizzierten, kaum offenbar werden oder doch sehr gemildert sein; und es kann sich nicht darum handeln, die grosse Masse des Publikums im Gewissen dazu zu verpflichten, nur die weniger häufigen, in jeder Beziehung absolut einwandfreien Filme zu besuchen. Darum sollte aber umso mehr unser ganzes Bestreben darauf gerichtet sein, die Filmbesucher, besonders die Jugendlichen, zu einer kritischen Bewertung anzuleiten und zu erziehen. Unsere Filmarbeit darf nie und nimmer herausgehoben werden aus dem Zusammenhang unserer Bestrebungen um die kulturelle, moralische und geistige Hebung unseres Volkes.

Reklame und Kritik

Dies sind nicht zwei gegensätzliche Dinge. Reklame ist nur eine besondere Art von Kritik. Meistens eine einseitige, sozusagen eine halbierte Kritik. Sie unterscheidet (krinei) das Gute und das Schlechte am Filmwerk und unterschlägt gegenüber der Öffentlichkeit frech das letztere.

Daneben gibt es natürlich eine Reklame, die nicht unterscheidet, nicht unterscheiden kann, weil sie keinen Maßstab hat, dafür einen grossen Vorrat an lobhudelnden Superlativen oder einen sonstwie angefaulten Sprach- und Wortschatz, mit denen abwechselungsweise die Inserate gespiessen werden.

Was dabei aber verkümmert, ist die Liebe des Publikums zum Film, sein Vertrauen zu dessen Vermittlern und der Ruf des ganzen Filmbereiches. Und auch die Kritik hat es nicht sehr leicht in einer so zersetzten Welt.

Dabei könnten es beide, Reklame und Kritik, so leicht und schön haben. Sie könnten sich friedlich in die Hände spielen. Niemand verlangt ja vom Kinobesitzer, dass er ganz objektiv seinem Schützling „Film“ gegenüberstehe; er soll ihn sogar etwas lieben und um sein Geschick auch jenseits der Kasse besorgt sein. Er darf also die Mängel verschweigen, oder wenn er hiezu einfallsreich genug ist, umschreiben, so dass der gescheite Filmbesucher weiss, wo er die Schönheiten suchen muss, und wo er sie umsonst erwarten würde.

So kann der Kinobesitzer nicht anders, als selbst ein bisschen Kritiker sein; er muss jetzt vielleicht andere, feinere Maßstäbe hervornehmen, als da er den Film für sein Haus gewählt hat. Aber wo soll er seine Erkenntnisse anbringen, wird man fragen. Es sei doch gerade das Wesen der Reklame, dass sie mit Schlagworten arbeitet. Sie müsse auch beim Artikel „Film“ mit Kürze wirken. Einverstanden. Aber über dem Artikel „Film“ steht die Kunst „Film“, so wie weit über dem Artikel „Reiseliteratur“ die Kunst des Dichters steht, dessen Verleger Zeit und Zeilen braucht, um seine Bücher richtig vorzustellen.

Allerdings ist ja Kritik eine Kunst, und nicht jeder Kinobesitzer weiss, wie man sie betreibt. Gerade darum hat er die Hilfe des Fach-