Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 28 (1976)

Heft: 10

Artikel: Etappenziel erreicht?

Autor: Eichenberger, Ambros

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-933168

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: 08.12.2025

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

Etappenziel erreicht?

10 Jahre nachkonziliäre Medien- und Kommunikationsarbeit

Zehn Jahre Welttag der sozialen Kommunikationsmittel (am 30. Mai), zehn Jahre seit dem zweiten vatikanischen Konzil, das sich – das erste Mal in der bald zweitausendjährigen Geschichte der katholischen Kirche – *positiv* mit den modernen Kommunikationsmedien auseinandersetzte, fünf Jahre, fast auf den Tag (3. Juni!), nachdem im Auftrag dieser Kirchenversammlung «Communio et Progressio» die *Magna Charta* katholischer Kommunikationsarbeit veröffentlicht worden ist, Grund genug, fast schon ein «Muss», Zwischenbilanz zu ziehen oder doch wenigstens den Versuch dazu zu machen.

Die psychologischen Etappen

Dabei wird man sich – notgedrungen – nicht nur auf einige wenige, eher allgemeine Aspekte zu beschränken haben, sondern diese auch mit der nötigen Um- und Vorsicht ermitteln und formulieren müssen. Endgültige oder eindeutige Schlussfolgerungen, geschweige denn «Effizienzkontrollen», lassen weder die Entwicklungen in der Kirche (Rückzug ins Getto oder Dienst in Gesellschaft und Öffentlichkeit?) noch ein hinreichend gesammeltes und gesichtetes empirisches Untersuchungsmaterial zu. Wahrscheinlich ist ausserdem das ganze Gebiet zu neu, als dass neben einem sich bemerkbar machenden *Mentalitätswandel* (von der Skepsis zum Engagement), einem *wachsenden* – auch kritischen – *Interesse* für Medienfragen, einigen praktischen Konsequenzen, die da und dort (lange nicht überall) gezogen wurden, viel mehr zu erwarten gewesen wäre.
Einig ist man sich immerhin – wenigstens in Fachkreisen – dass im erwähnten Dokument «Communio et Progressio» von der katholischen Kirche allerhand Bedeutsames über Kommunikation und Kommunikationsmedien gesagt worden ist. Einig ist man sich aber auch – nicht nur in Fachkreisen! – dass zwischen der dort entfalteten Theorie und der alltäglichen Realität noch immer eine breite Kluft besteht. Daher die ernsthaften und ernstzunehmenden Empfehlungen, die von der «Basis», z. B. von Synodengremien, an die «Spitze» weitergeleitet werden, mit der Verwirklichung der Kommunikationsgrundsätze *in* der kirchlichen Gemeinschaft selbst anzufangen oder entschieden fortzufahren, um dann im Dialog mit der «Welt» entsprechend glaubwürdiger dazustehen. Solche Hinweise dürfen nicht nur als Anzeichen eines engagierten Bewusstseins, sie müssen auch als Ansätze zu einem *kritischen Medienbewusstsein* gewertet werden.
Damit ist zwar jene naive und oberflächliche *Medieneuphorie,* die sich, unbelastet jeder kommunikationswissenschaftlichen Theorie, allein von der «grossen Zahl» möglicher Rezipienten faszinieren lässt – sie hat auch in kirchlichen Kreisen Verbreitung gefunden! – zwar nicht aus der Welt geschafft. Aber sie wird doch durch diese kritischen Stimmen, die, mit Nuancen, von Lateinamerika bis nach Asien hin zu vernehmen sind, mindestens relativiert. Damit dürften, allerdings sehr skizzenhaft, die psychologischen Stationen auf dem Weg zu einem medienorientierten Bewusstsein und Bewusstseinswandel mit den Stichworten *«argwöhnisch», «enthusiastisch»* (das Konzilsdokument über die Medien beginnt mit den Worten «Inter mirifica»: «Unter den erstaunlichen Erfindungen ...») und *«pragmatisch»* in etwa gekennzeichnet sein. Das schliesst nicht aus, dass die verschiedenen «Phasen» nicht nur nacheinander, sondern auch – immer noch – nebeneinander existieren können.

Als pragmatisch ist die heutige Form des Interesses insofern zu bezeichnen, als sie mehr und mehr in der *Bildung* von Strukturen, z. B. in den Entwicklungsländern, oder in der *Reform* von Strukturen, im Zeichen einer Konzentration bei uns, konkrete Gestalt annimmt. Die Einsicht setzt sich durch: Was nützen die besten Beschlüsse und Vorschläge für den Gebrauch der verschiedenen Medien, wenn weder die nötigen Strukturen noch entsprechend ausgebildetes Personal oder die notwendige Vorarbeit und die dazu erforderlichen finanziellen Mittel vorhanden sind? Von daher ist es beispielsweise in Afrika zur Bildung einer Kommunikationskommission innerhalb der gesamtafrikanischen Bischofskonferenz gekommen; in Asien haben sich die nationalen kirchlichen Medienstellen vermehrt; in Ozeanien wurden die Radioleute und in Asien die Film- und AV-Verantwortlichen – freiwillig – zwecks gegenseitiger Hilfe zu kontinentalen Medien-Organisationen zusammengeschlossen.

Zwei Problemprioritäten: Entwicklung und Evangelisation

Als *Problemprioritäten* haben sich in den letzten Jahren, im Zusammenhang mit oder als Echo auf grosse und bedrängende Probleme vor allem die, einander ergänzenden, zwei Themenbereiche «Kommunikationsmedien und Entwicklung» und «Kommunikationsmedien und Evangelisation» abgezeichnet, was an einigen Initiativen und Fragestellungen verdeutlicht werden soll. Wer zur Entwicklungsproblematik vor allem den *praktischen* Zugang sucht, der müsste in diesem Zusammenhang etwa die Anstrengungen zur Kenntnis nehmen, die mit Radioarbeit in Lateinamerika oder in Ozeanien – vielfach mit Unterstützung von Seiten des nationalen oder kontinentalen UNDA-Zweiges – gemacht worden sind, vorwiegend in Gegenden, die von keinem andern Medium erreicht werden können. Inhaltlich erstrecken sich diese Medien-Dienste von Alphabetisierungskampagnen über ärztliche Informationen und Meldungen über den Strassenzustand bis hin zum gemeinsam gefeierten sonntäglichen Radio-Gottesdienst. Es geht also um *integrale* Entwicklungsarbeit in einem sehr umfassenden, horizontalen und vertikalen Sinn!

Konkrete Beispiele aus der dritten Welt

Weit weniger überzeugend als im Sektor Radio sind die viel zaghafteren und – aus verständlichen Gründen – viel weniger zahlreichen Versuche, die mit *audiovisuellen* Medien, vor allem Fernsehen und Film, gemacht worden sind. Quantitativ und qualitativ scheint das von kanadischen Jesuiten geführte Kuang-Chi-Produktionszentrum in Taiwan den Rekord zu halten. Nicht nur mit einer nicht direkt religiöse, aber human-ethische Werte transportierenden Unterhaltungsserie («The Stupid Son in Law»), die im Verlaufe von etwas mehr als einem Jahr in 261 Sendungen mit durchschnittlich je fünf bis sechs Millionen Zuschauern vom staatlichen Fernsehen ausgestrahlt worden ist. Auch mit dem Verfahren, die besten dieser Sendungen über Film oder Video chinesischen Kolonien anderer asiatischer Länder zugänglich zu machen. Audiovisuelle «Produktionsaufmunterungen» haben auch die Verantwortlichen des kirchlichen Produktionszentrums Sanggar Prativi in Djakarta bekommen. Dadurch, dass eine filmische 16mm-Eigenproduktion über «Narkotika», die zugleich die erste war, von den staatlichen Erziehungsbehörden zur «Pflichtlektüre» für alle Mittelschulen des Landes deklariert worden ist.
Positiv ist zu vermerken, dass Medienverantwortliche der Kirche auch dort nicht untätig bleiben oder resignieren, wo die Voraussetzungen zu solchen Versuchen nicht oder nicht mehr (z. B. in Vietnam oder in Teilen von Brasilien) vorhanden sind. Sie versuchen, dort wo es möglich ist, in dieser oder jener Form am Aufbau solcher Voraussetzungen, spricht Meinungsäusserungsfreiheit, Recht auf aktive und passive Information, Bildung einer öffentlichen Meinung etc. mitzuwirken. Dabei haben viele eine sehr bewusste und sehr riskante Option für die Integration der *unterprivilegierten* Massen getroffen, auf deren Bedürfnisse die Massenmedien in den wenig-

sten Fällen Rücksicht nehmen. Sehr eindrücklich hat sich am letzten UNDA-Weltkongress ein philippinischer Bischof durch sein vielbeachtetes Referat dafür stark gemacht, dass die Medien, wenn sie tatsächlich – was ein Grundanliegen von «Communio et Progressio» zusammenfasst – zum «runden Tisch» *aller* gesellschaftlichen Gruppen werden sollen, auch die unterprivilegierten Massen der wirtschaftlich bedeutungslosen, nicht als potentielle «Käufer», sondern als *Partner* in den Kommunikationsprozess einzubeziehen haben. Christliche Kommunikationsethik, in der unterentwickelten wie auch in der entwickelten Welt, wird in dieser Richtung konsequente Schritte in Theorie und Praxis einzuleiten haben, nicht nur wenn sie den Impulsen ihrer Dokumente, sondern auch denjenigen ihres höchsten Auftraggebers treu bleiben will.

Wachsende Interdependenz

Damit ist indirekt darauf hingewiesen, dass in einer mehr und mehr voneinander abhängig werdenden Welt die Medien, gezielter als bisher, eine Art Brückenfunktion zwischen der ersten, der dritten, der vierten und womöglich auch der zweiten Welt wahrzunehmen bzw. anzustreben hätten. Dass die Kirchen mit ihrem weltumspannenden Netz von Bezugspunkten und Bezugspersonen dabei eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen könnten und spielen müssten, wird mehr und mehr bewusst. Damit ist es aber noch nicht zu jenem «Austausch von Werten zur Bereicherung aller» gekommen, wie das den Autoren von «Communio et Progressio» – nur ihnen? – in einer faszinierenden, wenn auch allzu optimistischen, Zukunftsvision vorgeschwebt haben mag. Zugenommen hat hingegen die *publizistische Entwicklungshilfe,* sowohl im Sinne der Projekte, die von den Entwicklungsländern her an die Hilfswerke der westlichen Kirchen wie Misereor, Missio, Fastenopfer usw. weitergeleitet werden, wie auch vom – positiven – Echo her, das solche Projekte bei diesen Werken und ihren Prüfungsstellen in steigendem Masse gefunden haben.

Die pastorale und katechetische Dimension

Neben der angedeuteten sozialen, sozialethischen und entwicklungspolitischen Komponente der Kommunikations- und Medienarbeit wurde, vor allem in den letzten Jahren, nachweislich seit der Bischofssynode im Jahre 1974, zusehend auch ihre *pastorale* und *katechetische* Dimension erkannt. Dass auch christliche Verkündigungsarbeit, Evangelisation also – ein Begriff der allerdings zu präzisieren wäre –, vor den Horizonten und Herausforderungen unserer Zeit ohne den – reflektierten – Einsatz von Medien nicht mehr auskommen kann, haben nicht nur die Bischöfe Asiens (am panasiatischen Kommunikationstreffen 1974 in Tokio) und Afrikas (an einer Konferenz zum Thema «Evangelisierung für das Afrika von heute»), Lateinamerikas (Decos: die Kommunikationsabteilung des lateinamerikanischen Bischofsrates), sondern auch jene in der westlichen Welt entdeckt, die ja nurmehr den kleinsten Teil ihrer «Herde» auf dem Weg über die Kanzel erreichen können.
Das heisst nicht, dass die Kirche die Medien benützen möchte, um sie ausschliesslich – als ob es das Konzil und die Pastoralinstruktion nie gegeben hätte – in den Dienst ihrer *eigenen* Interessen zu stellen, abgesehen davon, dass die meisten, die ihr diesen Vorwurf machen, das auch tun. Das heisst auch nicht, dass die praktischen Konsequenzen aus dieser Einsicht schon gezogen worden seien. Und das heisst erst recht nicht, dass die Motive zu diesem Einsatz nicht einer kritischen Prüfung zu unterziehen wären. Es ist mit grosser Wahrscheinlichkeit anzunehmen, dass kirchliche Kreise in einer ersten Entdeckungs- und Begeisterungswelle von den Medien nun jene Bekehrungswunder erwarten, die ein rein verbaler Unterricht mit seinem vielfach verbrauchten, leicht antiquierten christlichen Vokabular nicht mehr zu bewirken vermag. Dagegen hat allerdings ein nicht mehr zu übersehender kritischer Reflexionsprozess eingesetzt, der nicht nur nach den Möglichkeiten, sondern auch nach

den *Grenzen,* wenn nicht überhaupt nach den *didaktischen Funktionen* der Medien in religiösen Lernprozessen fragt. Besonders kritische Randbemerkungen wurden diesbezüglich von der Medienkommission der lateinamerikanischen Bischofskonferenz gemacht. Sie laufen auf die Feststellung hinaus, dass die Massenmedien zwar im Vorfeld der Begegnung mit dem christlichen Ideengut Informations- und Motivationsarbeit zu leisten vermögen, dass aber in der Intensivphase der Auseinandersetzung mit dem Glauben, wo und weil es um Entscheidungen geht, die Massenmedien – nach alledem was man über ihre Wirkungstiefe von kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen her weiss – ihre Rolle an andere Vermittler, u. a. an die Urform menschlicher Kommunikation, das Gespräch, abzutreten haben.

Aufwertung der Gruppenmedien

Von diesen kritischen Überlegungen her, deren Diskussion noch keineswegs beendet ist, haben die sogenannten Gruppenmedien, die, wie der Name schon anklingen lässt, für den *Dialog* besser geeignet sind, eine bedeutende Aufwertung erfahren. Die Kirche scheint in ihnen potentielle Träger der gegenwärtigen und zukünftigen Verkündigungsarbeit zu sehen. Sie setzt demzufolge zwar nicht alles, aber doch schon einiges daran, um auf diesem Sektor voranzukommen. Dabei gilt es – bevor Strategien, Ausbildungsmodelle, Produktionspläne und Produktionsverfahren usw. für die Zukunft entwickelt werden können – eine Übersicht über den Ist-Zustand in Sachen Umfang, Bedürfnisse, Gebrauch, Distribution und Produktion von Medien für pastorale und katechetische Belange zu bekommen. Zu diesem Zweck ist eben eine gross angelegte Inventaraufnahme auf kontinentaler *und* auf internationaler Ebene in die Wege geleitet worden als Vorbereitung auf den Weltkongress über «Audiovision und Evangelisation», der nächstes Jahr in München zur Durchführung kommen soll.

Kircheneigene Projekte?

Ein ernsthafter und systematischer Auf- und Ausbau dieser Sparte wird allerdings in personalpolitischer, pastoraler, didaktischer und finanzieller Hinsicht nicht unbescheidene Investitionen erfordern. Die Prüfung der Frage von *kircheneigenen* Produktionen wird, mit allem was damit zusammenhängt, nicht mehr aufgeschoben werden können. Dazu dürfte das Problem der audiovisuellen Ausdrucksmöglichkeiten christlicher Erfahrungen und christlicher Glaubensinhalte überhaupt gehören. Überzeugende Beispiele dafür liegen bis jetzt, von einigen Ausnahmen abgesehen, noch kaum vor. Die einen weichen in reportageartige Shows kirchlicher Grossveranstaltungen und Jubiläumsfeiern aus, mit dem Resultat, dass sie, statt Glaubensbereitschaft eher Ärger oder Heiterkeit ob solch kirchlicher Folklore wecken. Andere versuchen, vielfach mit mehr Erfolg, *soziale* Themen aufzugreifen, um *darin* und *dadurch* etwas von der *Menschenfreundlichkeit* Gottes transparent zu machen. Preisträger bei der letzten internationalen christlichen Fernsehwoche vor einem Jahr war ein Film über mongoloide Kinder wegen seiner *religiösen* Ausstrahlung, obwohl darin mit keinem Wort von Gott noch von Religion die Rede war.

Die Frage der Inkulturation

Pilotprojekte für diesen Vermittlungsprozess werden kontextabhängiger und kontextbezogener, d. h. auch kulturbezogener, vorzugehen haben. Das heisst jeweils etwas anderes für Afrika, Europa und Lateinamerika, obwohl die gleichen Grundgehalte zu übersetzen, aber eben zu übersetzen und nicht einfach zu importieren sind. Ist es ein – besonders auffallendes – Zeichen der Zeit, dass bei allen Kommunikationstreffen, die von der päpstlichen Medienkommission in Afrika veranstaltet wurden, die «specificité africaine» als *zentrales* Anliegen und als unumstössliche Voraussetzung authentischer Kommunikation, und dazu gehört auch die Glaubenskom-

munikation, betont herausgearbeitet worden ist? «Specificité africaine», das heisst Respekt vor den Traditionen und damit vor der «Seele» eines Volkes oder eines Kontinentes, auch wenn diese Seele erst oder wieder neu gefunden werden muss. Es heisst auch Appell an das kreative Potential einer Kultur, was gewiss bei der audiovisuellen Vermittlung und Einwurzelung auch der christlichen Heilslehre von elementarer Bedeutung ist. Von ähnlichen Sensibilisierungs- und Inkulturationsprozessen wäre aus Asien zu berichten. Dort hat ein qualifiziertes Expertenteam innerhalb der neugegründeten OCIC-Asien-Sektion im Kontext von Kommunikation und Evangelisation das Studium der Bild- und Symbolwelten Asiens an die Hand genommen. Etappenziel erreicht? Noch nicht ganz. Aber die ersten Weichen dazu sind gestellt. Der Zug kommt – hoffentlich – in Fahrt. Das ist immerhin auch etwas!

Ambros Eichenberger

Kurzfilm weiterhin in der Krise

Bericht von den 22. Westdeutschen Kurzfilmtagen in Oberhausen

Grösstenteils unter Ausschluss der Bevölkerung gingen am Vorabend des 1. Mai in der Arbeiterstadt Oberhausen die 22. Westdeutschen Kurzfilmtage zu Ende. Man hatte in diesem Jahr nicht versucht, die immer wieder verlangte Öffnung des Festivals nach aussen wesentlich voranzutreiben. Oberhausen, 1976 zum zweiten Mal unter der Leitung von Wolfgang Ruf, wollte aus der Not eine Tugend machen und sich in diesem Jahr wesentlich an «Multiplikatoren» wenden, die für die weitere Arbeit mit den hier gezeigten Filmen in Frage kommen. Zur weiteren Verwendung sind allerdings nur ein kleiner Teil der Filme geeignet. Trotz dem überfüllten Programm war in Oberhausen kaum ein Überblick über das nationale Kurzfilmschaffen einzelner Länder möglich. Dazu war die Auswahl zu wenig repräsentativ; die Filmländer Asiens und Afrikas blieben ausserdem fast völlig unberücksichtigt. Durch je einen Film aus Costa Rica und aus der Türkei wurde zwar sichtbar, dass die Auswahlkommission versuchte, neue Filmländer zu erschliessen, diese Anstrengungen sollten aber im Rahmen des Möglichen unbedingt fortgesetzt werden, damit in Zukunft aus weiteren Teilen der Welt ein vergleichbar gutes Programm zu sehen sein wird, wie in diesem Jahr aus Südamerika.

Es herrscht Ruhe im Land

Nach den Auseinandersetzungen der vergangenen Jahre, einem oft unerfreulichen politischen Hick-Hack, ist es in Oberhausen ruhig geworden. In diesem Jahr kamen Diskussionen kaum zustande oder wurden – sobald sie in Gang gekommen waren – aus Zeitmangel wieder abgebrochen. Das Programm war wieder einmal hoffnungslos überladen, und einen grossen Teil der ungefähr 120 Produktionen aus 33 Ländern kann man getrost vergessen. Konzeption und Aufgabe des Festivals waren weder aus dem Programm noch aus der Organisation klar ersichtlich. Die Erfolge auf dem «Weg zum Nachbarn» (Motto der Oberhausener Filmtage) jedenfalls lassen sich sicher nicht an der Anzahl der gemachten Bekanntschaften mit Menschen und Filmen messen, sondern an der Intensität, der Qualität von Gesprächen und Begegnungen. Dafür in Zukunft die Basis zu schaffen, mit einer strengeren Selektion der Filme, mit der Bereitstellung von mehr Diskussionsraum und nicht zuletzt mit der Verbesserung der Tonwiedergabe, muss vorrangige Aufgabe des Festivals von Oberhausen sein.

Laschheit, mangelnde Diskussionsbereitschaft und mangelnder Wille zur sachlichen, aufbauenden Auseinandersetzung hängen sicher nicht nur mit Filmauswahl und Organisation zusammen. Es ist nicht nur in Oberhausen ruhig geworden, es ist