

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 27 (1975)
Heft: 5

Artikel: Publizistische Entwicklungshilfe : warum und wozu?
Autor: Eilers, Franz Josef / Eichenberger, Ambros
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-933375>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 16.03.2025

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

Menschen empfinden und begegnen können. Hier haben die nicht-verbale Informationsformen eine besondere Rolle zu spielen, von der Bildkunst über Tanz und Theater bis zum Film. Aber gerade hier zeigt sich, wie gross der Graben immer noch ist: Was existiert etwa auf dem Gebiet des Films über Entwicklungsländer anderes als europäisch-amerikanisches Dokumentationsmaterial aus verschiedenen Gesichtspunkten – gouvernemental oder bewusst revolutionär – und einigen amerikanisierten Spielfilm-Produktionen etwa aus Indien oder Hongkong? Den Sprung über den eigenen Kulturkreis hinaus hat auch der Film nicht vermocht, obwohl Chancen bestünden.

Eugen Fehr

Publizistische Entwicklungshilfe – warum und wozu?

Interview mit Dr. Franz Josef Eilers, dem Leiter des «Catholic Media Council»

Die Stelle «Publizistische Medienplanung für Entwicklungsländer» (Catholic Media Council) wurde im Jahre 1969 von den drei internationalen katholischen Medienorganisationen UCIP (Presse), UNDA (Radio und Fernsehen) und OCIC (Film) ins Leben gerufen. Der Sitz ist in Aachen. Die Aufgabe des «Catholic Media Council» besteht darin, Projekte aus Entwicklungsländern aller Kontinente, die mit den Instrumenten der sozialen Kommunikation zu tun haben und kirchliche Hilfswerke der westlichen Welt, wie z. B. das Schweizer Fastenopfer, um Unterstützung bitten, fachlich zu prüfen. Auf diese Weise soll nicht nur ein möglichst rationeller und sachgerechter Einsatz der zur Verfügung stehenden Mittel gewährleistet werden, sondern es soll auch der Planung solcher Vorhaben über die lokalen und regionalen Grenzen hinaus Vorschub geleistet werden.

Die fachliche Prüfung bezieht sich einerseits auf Projekte, die bereits fertig eintreffen. Sie nimmt aber auch die Form der Beratung an für Vorhaben, die sich noch im Stadium der Konzeption befinden, und sie bietet darüber hinaus in Form von Dokumentations-sammlungen zu einschlägigen Fragen, der Erstellung von Richtlinien usw. weitere Dienstleistungen an. Die Beanspruchung dieses dreifachen Service hat in den letzten Jahren ständig zugenommen. Wurden im Jahre 1971 insgesamt 76 Projekte zur Prüfung eingereicht, so ist die Zahl im Jahre 1974 bereits auf 226 angestiegen. Damit sind zwar nicht ganz alle, aber doch gut zwei Drittel aller publizistischen Entwicklungsprojekte katholischer Hilfswerke auf der Welt erfasst. Die Reichweite der Aachener Medienstelle ist damit weit über die europäischen Länder hinausgewachsen. Ihre Dienstleistungen werden von den Hilfswerken in den USA, Australien und Kanada beansprucht.

Leiter dieser publizistischen Medienplanung, die übrigens eng mit ähnlichen Institutionen anderer Kirchen wie z. B. der protestantischen WACC zusammenarbeitet, ist *Franz Josef Eilers* (svd). Er ist auch Herausgeber der Fachzeitschrift «Communicatio socialis» (Verlag Schöningh, Paderborn) und leistet damit einen wesentlichen kommunikationswissenschaftlichen Beitrag für das ganze deutsche Sprachgebiet. Zu dem in dieser Nummer behandelten Thema «Medien und Entwicklungshilfe» hat er uns freundlicherweise das nachstehende Interview gewährt.

ZOOM-FILMBERATER: Der Ausdruck «publizistische Entwicklungshilfe» hat sich bei uns praktisch noch kaum eingebürgert. Wer von Entwicklungshilfe spricht, meint damit in erster Linie Hilfe wirtschaftlicher, sozialer und finanzieller Natur. Es geht um Spitalbauten, Strassenbau, die Einrichtung von Lehrwerkstätten usw. Die Tatsache, dass die Instrumente der sozialen Kommunikation bei der Entwicklung eines Landes oder eines Kontinentes eine wichtige Rolle spielen oder spielen müssten, ist uns im

allgemeinen noch recht wenig bewusst. Es ist anzunehmen, dass derartige Projekte wegen dieser Informations- und Bewusstseinslücke auf geringes Echo stossen und wenig Förderung erfahren. Wie beurteilen Sie generell die Situation?

Franz Josef Eilers: Der Ausdruck «publizistische Entwicklungshilfe» wird gebraucht, weil es keinen besseren gibt, um den Zusammenhang von Entwicklung und sozialer Kommunikation herzustellen und zu verdeutlichen. Entwicklung heisst aber immer auch Bewusstseinsveränderung, und eine Bewusstseinsveränderung ist, von der Struktur des Menschen her gesehen, nicht möglich ohne Kommunikation. Es gibt nun einmal keine Entwicklung ohne Kommunikation. Das ist glücklicherweise eine Erkenntnis, die immer mehr an Boden gewinnt. Sie hat ihre Bedeutung nicht nur im wirtschaftlichen, sondern auch im geistig-kulturellen und geistlich-religiösen Bereich. Die Einführung der besten landwirtschaftlichen Methoden und Techniken durch einen noch so begeisterten Entwicklungshelfer nützt z. B. nichts, wenn die Leute bewusstseinsmässig nicht schrittweise darauf vorbereitet worden sind. Bewusstseinsbildung und Bewusstseinsveränderung aber können nur durch kommunikative Prozesse geschehen. Diese Prozesse erfolgen aber nicht unbedingt und müssen auch nicht unbedingt über die modernen Massenmedien erfolgen. Auch deshalb ist das Begriffspaar «Entwicklung und Kommunikationsmittel» dem Begriff «Entwicklung und Massenmedien» vorzuziehen. In jeder Gesellschaft gibt es und gab es kommunikative Prozesse und Strukturen, die mit denjenigen, die die Massenmedien geschaffen haben, nicht identisch sind. Das ist insbesondere für viele Entwicklungsländer der Fall. Ein Beispiel dafür ist der Markt, noch heute das Kommunikationsforum par excellence für viele Hausfrauen auch und vor allem in der Dritten Welt. Weiter wäre etwa auf die Rolle des Gerüchts im Kommunikationsprozess aufmerksam zu machen, die gerade in sogenannten primitiven Gesellschaften nicht zu unterschätzen ist. Die entscheidende Fragestellung, die sich zusammenfassend aus dem Gesagten ergibt, heisst somit: Wie kann zwischen den vielleicht seit Jahrhunderten existierenden einheimischen Kommunikationsformen und denjenigen der modernen Massenmedien eine lebendige Synthese gefunden werden? Diese Problematik ist weder wissenschaftlich noch praktisch genügend berücksichtigt und geklärt.

Die dargelegten Zusammenhänge zwischen Entwicklung und Kommunikation sind sehr interessant. Sie müssen aber nicht nur bei uns bewusstgemacht werden, sondern in den Entwicklungsländern selbst, damit auch dort die Konsequenzen gezogen werden können. Gibt es Anhaltspunkte dafür, dass derartige Überlegungen bei den Verantwortlichen dieser Länder vorhanden sind?

Die angedeutete Problematik ist den Verantwortlichen der Entwicklungsländer nicht genügend bewusst. Dies wird verständlich, wenn man bedenkt, dass aus diesen Gebieten keiner eine Ausbildung bekommen hat, die ihn befähigt, zwischen den Formen der modernen Massenkommunikation, die in der industrialisierten Welt entstanden sind, und denjenigen seiner eigenen Gesellschaft eine Beziehung herzustellen. Hier ist darauf hinzuweisen, dass auch den internationalen Gremien wie der UNESCO oder der FAO diese Zusammenhänge doch erst sehr spät, wenn überhaupt, bewusst geworden sind. Sowohl im staatlich-neutralen wie im kirchlich-christlichen Bereich zeigt sich hier mit aller Deutlichkeit, dass es offenbar viel einfacher ist, mit sogenannter hardware, sprich maschinellen Einrichtungen und technischen Geräten, Entwicklungshilfe zu leisten, als mit sogenannter software, sprich Erforschung des Kommunikationsnetzes und der geeigneten Kommunikationsformen, verbunden mit dem Suchen nach den entsprechenden, auf die Situation des Landes abgestimmten Kommunikationsinhalten. Es ist eben für eine Regierung propagandistisch interessanter und entsprechend publikumswirksamer, etwa die Einrichtung einer Druckerei oder einer Radiostation voranzutreiben, als die Zusammenhänge zwischen dem für die Gesellschaft traditionellen Kommunikationsnetz und den Möglichkeiten und Grenzen heutiger Massenkommunikation zu erforschen. Das sind Dinge, die mit

audiovisueller Technologie und einem noch so beeindruckenden Maschinenpark allein nicht zu leisten sind.

Seit Jahren leisten bei uns in der westlichen Welt, auch in der Schweiz, kirchliche Hilfswerke, wie z. B. «Brot für Brüder» oder das «Fastenopfer», nicht nur Missions-, sondern auch zum Teil sehr qualifizierte Entwicklungshilfe. Spielt dabei die publizistische Entwicklungshilfe eine Rolle, und können Sie Angaben machen, in welchem Umfang Projekte solcher Art bei diesen Hilfswerken Unterstützung finden?

Für die kirchlichen Hilfswerke kann gesagt werden, dass ihnen die Bedeutung der sozialen Kommunikationsmittel, sowohl was die modernen Medien wie auch die originären Kommunikationsformen anbetrifft, in den vergangenen fünf bis acht Jahren zusehends bewusst geworden ist. Kommunikationsprojekte finden heute nicht nur Verständnis, sondern auch aktive Unterstützung. Die Grössenordnung der finanziellen Hilfe für Projekte publizistischer Art liegt bei einigen Werken im Schnitt zwischen 7 und 10% der gesamten Mittel, die für den Einsatz in den Entwicklungsländern zur Verfügung stehen. (Beim «Fastenopfer» sind es Fr. 550 000 = 5%, bei «Brot für Brüder» Fr. 190 000 = 2%. Anmerkung d. Red.)

Die Hauptaufgabe des «Catholic Media Council» besteht darin, Medienprojekte aus Entwicklungsländern fachlich zu prüfen und das erarbeitete Gutachten an die entsprechenden Hilfsorganisationen weiterzuleiten. Bezieht sich diese Aufgabe auf alle Medien in gleichem Masse, oder gibt es Präferenzen, die auf diese oder jene Umstände zurückzuführen sind?

Unser Tätigkeitsbereich umfasst alle Medien, sowohl Presse wie Radio, Fernsehen, Film und andere audiovisuelle Mittel. Einerseits, weil eine Gesamtschau dieser Instrumente der sozialen Kommunikation für die Entwicklung sich geradezu aufdrängt, und andererseits, weil eine Verzahnung der originären einheimischen Kommunikation mit der modernen Publizistik anders nicht möglich ist. Rein zahlenmässig ergibt sich in unserer Arbeit, was die Aufteilung auf die verschiedenen Medien betrifft, etwa folgendes Bild: Presseprojekte über 50%, Film und audiovisuelle Kleinmedien etwa 20%, Rundfunk, Fernsehen und allgemeine Kommunikationsausbildung belegen den Rest. Diese Aufteilung ist zum Teil geschichtlich bedingt. Es sei daran erinnert, dass die Poesstetätigkeit durch einzelne Missionare ja schon mit und seit dem Beginn der Druckpresse in vielen sogenannten Missionsländern aufgenommen worden ist. Bibeln und Katechismen wurden teilweise schon im 16. und 17. Jahrhundert in den Entwicklungsländern selber gedruckt. Einheimische Zeitschriften, speziell in der Eingeborenenensprache herausgegeben, sind im 19. Jahrhundert oft zuerst von Missionaren gedruckt und verbreitet worden.

Sind in geographischer Hinsicht der Tätigkeit ihrer Stelle gewisse Grenzen gesetzt, oder bekommen und prüfen Sie Projekte aus allen Entwicklungsländern?

Unsere Arbeit umfasst die ganze sogenannte Dritte Welt, also Asien, Afrika und Lateinamerika. Die Arbeitsschwerpunkte können je nach den Verhältnissen verschieden sein. Es ist beispielsweise interessant festzustellen, dass in Lateinamerika der Auf- und Ausbau von Radioschulen eine besondere Rolle spielt. Für Asien und Afrika steht bis jetzt die Presse im Vordergrund, wobei Afrika mit Periodika christlicher Prägung besser versorgt ist als Asien. Die Entwicklung der einzelnen Medien in den verschiedenen Ländern und Kontinenten hängt von vielen Faktoren ab. So spielt die Grösse eines Landes eine Rolle und der unterschiedliche Anteil der Christen an der Gesamtbevölkerung, der in Afrika bis zu 60% betragen kann, wogegen es in Asien, mit Ausnahme der Philippinen, pro Land kaum mehr als 2% Christen gibt.

Wie bei andern Unternehmungen im Bereich der Entwicklungshilfe wird es auch bei Medienprojekten gelegentlich zu Missgriffen oder sogar Fehlinvestitionen kommen, die aus den verschiedensten Gründen nicht immer vermeidbar sind. Aber es ist damit

zu rechnen, dass sich im Verlauf der Zeit gewisse Grundregeln herausgebildet haben, die zu beachten sind, wenn eine möglichst gute Aussicht auf den Erfolg eines Projektes gewährleistet werden soll. Ist es möglich, einige davon aufzuzählen?

Es gibt in dieser Beziehung einige Erfahrungswerte, obwohl die kurze Zeit der Tätigkeit noch nicht ausreicht, um endgültige Aussagen zu machen. Ziemlich entscheidend für das Gelingen eines Projektes ist einmal der Umstand, dass es fachlich solide angepackt wird. Dazu genügen weder der gute Wille noch eine an sich überzeugende Idee. Auch die finanziellen Mittel vermögen nicht, den Erfolg zu garantieren. Die höchste Priorität muss der Ausbildung von einheimischen Fachkräften gegeben werden, damit sie imstande sind, aus der genauen Kenntnis der Situation heraus das Notwendige und Richtige vorzukehren. Solche Ausbildungsmöglichkeiten sind in den letzten Jahren auch geschaffen worden. Allerdings hat sich gezeigt, dass die Gefahr besteht, dass die Leute einseitig zu Praktikern für die verschiedenen Medienbereiche ausgebildet werden und deshalb zu wenig sensibilisiert sind, das soziologische, kulturelle, psychologische und ökonomische Umfeld ihrer Tätigkeit wahrzunehmen und diese genügend darin einzubetten. Wenn ein Rundfunkmann gelernt hat, gute Sendungen zu machen, so heisst das nicht ohne weiteres, dass er deren Stellenwert im Kontext eines Landes so ein- und abzuschätzen vermag, wie es nötig wäre. Hernach scheint es sehr wichtig zu sein, dass Kommunikationsprojekte einigermassen auf die bereits aus der Kultur vorhandenen, aber auch auf die entsprechenden staatlichen oder kirchlichen Kommunikationsstrukturen eines Landes abgestimmt sind. In etwa spielt dabei auch die Frage der sogenannten Eigenleistungen der Partner in den Entwicklungsländern eine Rolle. Kommunikationsprojekte sind in der Regel sehr finanzintensiv. Für den Aufbau und das Anfangsstadium ist es vielfach möglich, Hilfe vom Ausland zu bekommen. Wer aber zahlt die laufenden Kosten, die vor allem dann überproportioniert gross sein können, wenn eine entsprechende Einbindung in die lokalen oder regionalen Verhältnisse nicht gegeben ist?

Mit der weiteren technischen Entwicklung, z.B. der Satellitenkommunikation, werden der Einfluss und die Bedeutung der Massenmedien in den Entwicklungsländern sich noch gewaltig steigern. Welche Überlegungen oder welche Massnahmen halten Sie angesichts dieser Perspektiven für besonders angebracht?

Drei Hinweise scheinen mir in dieser Hinsicht überlegungswert zu sein. Erstens ist unbedingt dafür zu sorgen, dass die Leute, die aus den Entwicklungskontinenten für die Instrumente der sozialen Kommunikation ausgebildet werden, ihre eigene Identität nicht verlieren. Das heisst vor allem, dass sie den Kontakt mit jenen originären Kommunikations-Substrukturen ihrer einheimischen Kultur aufrechterhalten und ihre Bedeutung zu erkennen vermögen. Eine Sensibilisierung für dieses Anliegen halte ich für ausserordentlich wichtig, sowohl für die Leute hier wie für die Leute dort. Das setzt natürlich ein tieferes Eindringen in die Mentalität, Geschichte und das Sozialverhalten eines Volkes voraus, und dazu reicht ein Blitzbesuch oder ein flüchtiges Studium erfahrungsgemäss nicht aus.

Zweitens ist es unerlässlich, die Frage über Einfluss und Wirkungsweise der Medien gründlicher zu studieren. Das ist keineswegs eine Forderung, die sich spezifisch an die Entwicklungsländer richtet. Untersuchungen über die Wirkungen der Medien auf das Verhalten und die Einstellungen der jungen Generation sind z. B. in Europa so notwendig und aufschlussreich wie in Südostasien oder Afrika. Vorläufig fehlen hier wie dort noch weithin die entsprechenden Forschungsdaten, die für die kritische Schulung der Medienkonsumenten zur Grundlage genommen werden müssten.

Drittens ist zu beachten, dass der Gebrauch der Massenmedien überall an kleinere oder grössere finanzielle Aufwendungen gebunden ist. Wer kein Geld hat, kann sich keinen TV-Apparat oder keinen 8-mm-Projektor leisten. Die wirtschaftliche Situation des Rezipienten spielt also eine Rolle, und hier ist zwischen uns und den Menschen in der Dritten Welt das Gleichgewicht gestört. Es muss Abhilfe geschaffen werden, ohne dass der Staat, der den Versuchungen zum Dirigismus in vielen Fällen

nicht widerstehen kann, den Zugang zu den Massenmedien vollends unter seine Kontrolle bringt. Hier sind grundsätzliche Überlegungen sowohl auf internationaler Ebene wie auch beim einzelnen Empfänger anzustellen, weil das vorhandene oder eben nicht vorhandene Medienbewusstsein, zu dem auch eine Portion Medienkritik gehört, sich in entsprechenden demokratischen oder quasi demokratischen Entscheidungen niederschlägt, die unter Umständen von grosser Tragweite für das Schicksal eines ganzen Volkes sind. Interview: Ambros Eichenberger

Zum bessern Verständnis des fremden Menschen und seiner selbst

Zwei Filme zu Fragen der Entwicklung in der Dritten Welt sollen an dieser Stelle einen ersten Hinweis erfahren. Filme, die vorläufig noch gar keine fertigen Filme sind. Sie liegen auf dem Schneidetisch ihrer Autoren; an ihnen wird gearbeitet. Im Atelier der Cinov AG in Bern schneidet Marlies Graf den Film «Ujamaa 74», der in Zusammenarbeit mit einem Team der «Arbeitsgruppe Dritte Welt» in Tansania abgedreht wurde. Ueli Schweizer stellt mit «African Riviera – Entwicklung wohin?» einen Film her, der eine Diskussion um Sinn und Unsinn der Entwicklung in der Dritten Welt provozieren soll. Beide Filme sind vom Inhalt und der formalen Konzeption her grundverschieden. Und dennoch haben sie eines gemeinsam: Sie markieren den endgültigen Abschied von jenem geschwätzigem Kulturfilm, der versuchte, mit exotischen Bildern und belehrendem Kommentar Land und Leute, Flora und Fauna darzustellen. Und sie signalisieren den Aufbruch zu jenem neuen Dokumentarfilmstil, der nicht mehr aus der intellektuellen Sicht des Filmautors und einer vorgeprägten Auffassung heraus argumentiert, sondern sich darum bemüht, die Betroffenen selber zu Worte kommen zu lassen, von ihrem Selbstverständnis her auszugehen. Damit werden beide Filme zu wesentlichen Bestandteilen einer immer noch ungenügenden Information über Entwicklungsbemühungen und Dritte Welt. Sowohl «Ujamaa 74» wie «African Riviera» werden in diesem Frühling fertiggestellt und in den Verleih kommen. «Brot für Brüder», die «Arbeitsgemeinschaft Dritte Welt» und die «Koope-ration Evangelischer Missionen» (KEM), die namhafte Beiträge zur Herstellung der Filme zur Verfügung gestellt haben, werden die Kopien bei ihrer Arbeit intensiv verwenden, danach werden sie gemäss den Verträgen im ZOOM-Filmverleih (Dübendorf) erhältlich sein. «Ujamaa 74» wird auch vom «film-pool» verliehen werden.

Ujamaa 74 – Positives in den Vordergrund rücken

Filme über Entwicklung in Ländern der Dritten Welt gehen meist von negativen Tatsachen aus. Sie berichten über hoffnungslose Zustände, die nach Hilfe schreien, und setzen sich nicht selten mit Auswüchsen und Missbräuchen dieser Hilfe auseinander. Nicht so «Ujamaa 74» von Marlies Graf, Hans Sonderegger, Hanspeter Dür, Andres Enderli und Fritz E. Maeder (Kamera). Der Film ist ein Bericht über das gut angelaufene Modell eines afrikanischen Sozialismus in Tansania, das im wesentlichen auf Freiwilligkeit beruht. Zugrunde liegt der Versuch einer Vermischung von Gemeinschaftstraditionen (Bodenrecht) und einer Modernisierung der Landwirtschaft. Ujamaa (ein Suaheli-Wort, das etwa mit Gemeinschaftssinn, Familiensinn, Solidarität zu übersetzen wäre) steht heute für einen eigenen, afrikanischen Sozialismus. In Tansania wurde 1967/68 auf der Überlegung, dass eine Entwicklung im eigenen Lande allein durch eine Aufwertung der Landwirtschaft erfolgen kann, die