Soziale Kommunikation und Familie

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **29 (1969)**

Heft 11

PDF erstellt am: **04.06.2024**

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

Soziale Kommunikation und Familie

Dekret der Päpstlichen Kommission für die sozialen Kommunikationsmittel zum Thema des Welttages 1969

1. Einleitung: Einfluss der sozialen Kommunikationsmittel auf die Familie. Unter den Veränderungen, die sich aus dem grossen Einfluss der sozialen Kommunikationsmittel in der heutigen Gesellschaft ergeben, ist deren Wirkung auf die Familie, die erste Zelle der Gesellschaft, von nicht geringer Bedeutung. Obschon diese Tatsache von niemandem bestritten wird, bestehen bis jetzt wenige wissenschaftliche Studien über die tatsächliche Art dieses Einflusses der sozialen Kommunikationsmittel auf die Familie. Wo sie unternommen wurden, betreffen sie meist das Fernsehen.

2. Gegenwart der publizistischen Mittel. Einige Tatsachen sind aber offenkundig. So ist schon die einfache Gegenwart der modernen audiovisuellen Mittel wie Kino, Radio, Fernsehen und illustrierte Presse heute ein neuer Faktor, der den Lebensrhythmus und die Lebensweise der Familie verändert. Deswegen ist es wichtig, auf den Einfluss hinzuweisen, den die Mittel der sozialen Kommunikation allein schon durch ihre Existenz auf die Familie haben, indem sie Lebens- und Denkweise des modernen Menschen verändern.

3. Einfluss auf Einheit des familiären Gefüges. Kino, Fernsehen, Radio, Schallplatten, Tonbänder und Presse haben die Macht, das Familienleben zu verändern, angefangen von den mehr äusserlichen Aspekten wie dem Lebensrhythmus, der Zeiteinteilung bis zu den Lebensgewohnheiten, der Möglichkeit, miteinander zu verkehren und beieinander zu bleiben. Diese Mittel neigen ihrer Natur nach dazu, nicht zu trennen, sondern zu vereinen. Weil es aber eben nur Mittel sind, hängt ihre Fähigkeit zu vereinen gerade innerhalb der Familie vom reifen und einsichtigen Gebrauch der Empfänger ab. Jede Möglichkeit sozialer Kommunikation kann zum Dialog und zur Begegnung innerhalb der Familie führen, sei sie nun positiv oder auch negativ. Die Fähigkeit der Familie, sich dem von den sozialen Gewohnheiten einer Epoche auferlegten Lebensrhythmus anzupassen, ist etwas Positives. Sie hilft, die Einheit und Intimität der Familie zu wahren, darf aber nicht mit der widerstandslosen Annahme jener Störungen verwechselt werden, die daraus hervorgehen können. Auch wenn die Familie als eine Gemeinschaft verstanden wird, die anderen Menschen und anderen Gemeinschaften gegenüber offen ist, hat sie doch ein Eigenleben, das sich nährt aus der Begegnung und dem inneren Dialog der Familienmitglieder und aus der Verwirklichung einiger für diese Gemeinschaft typischer Momente. Ein gewissenloser und massloser Gebrauch der sozialen Kommunikationsmittel könnte eben das Gemeinschaftsleben der Familie in Unordnung bringen.
Diese Tatsache muss vor allem von den Verantwortlichen (verstanden im Sinne des Dekretes «Inter mirifica» Nr. 11) des Radios und Fernsehens beachtet werden, weil gerade diese publizistischen Mittel für das Familienleben von unmittelbarem Interesse sind. Man darf nicht vergessen, dass Fernseh- und Radiogerät fast «andere Mitglieder» der Familie werden, die ihre eigenen Forderungen stellen in bezug auf Zeiteinteilung, Aufmerksamkeit und auf die räumliche und zeitliche Unterbringung im physischen und geistigen Bereich der Familie.
Dieses Problem wird besonders schwierig und besorgniserregend bei armen Familien, die sich vor allem ein Fernseh- oder Radiogerät in der eigenen Wohnung nicht leisten können und die zusehen müssen, wie die Familienangehörigen sich deswegen leicht an öffentlichen Stätten aufhalten und so die Zeit des familiären Zusammenseins stark verkürzt wird.

4. Einfluss auf das Leben der Eheleute. Besonders wird auch die eheliche Liebe von der Anwesenheit der sozialen Kommunikationsmittel beeinflusst, indem diese das «Beisammensein» (togetherness) der Gatten und die Möglichkeit des «Gespräches» untereinander fördern oder nicht. So können sie etwa miteinander aus-

gehen (zum Beispiel zu einem Film) oder zusammen daheim bleiben (etwa für eine Fernsehsendung), um dann anschliessend gemeinsam ihre Meinung über den gesehenen Film oder die Fernsehsendung auszutauschen. Auch der Inhalt der empfangenen Sendungen beeinflusst die Geisteshaltung der Eheleute und ihre Haltung zueinander. Das gilt vor allem dann, wenn dieser Inhalt sich häufig auf Liebesprobleme des ehelichen Lebens, der Unauflöslichkeit der Ehe bezieht, oder wenn mit Sendungen aus dem Zeitgeschehen über Ehescheidungen, Skandale usw. die öffentliche Meinung beeinflusst werden soll.

5. Beziehungen zwischen Eltern und Kindern. Ein bemerkenswerter Einfluss wird von den sozialen Kommunikationsmitteln auf die Beziehungen zwischen Eltern und Kindern ausgeübt. Die Autorität der Eltern wird nämlich durch die Information und die Auslegung der von den publizistischen Mitteln gegebenen Nachrichten und Geschehnisse dauernd zur Diskussion gestellt und bestätigt. Diese Tatsache ermöglicht zwar eine offenere und weniger willkürliche Beziehung zueinander, doch schliesst sie auch die Gefahr einer Herabsetzung und Aushöhlung der Autorität und des erzieherischen Einflusses der Eltern in sich. Das gilt vor allem, wenn die Eltern es nicht für notwendig halten, mit den Kindern die aufkommenden Fragen gemeinsam zu besprechen, wenn sie die Probleme nicht in einer Haltung des aufbauenden Dialogs mit den Kindern zu lösen suchen und wenn sie ihnen nicht eine aktive und genügend kritische Haltung gegenüber den sozialen Kommunikationsmitteln mitgeben. Wenn die Autorität der elterlichen Meinung nicht mehr unangefochten ist, dann muss auch jene Meinung diskutiert werden, die man öffentliche Meinung nennt und deren bevorzugte Kanäle eben die sozialen Kommunikationsmittel sind.

Man muss sich kurz gesagt mehr darum bemühen, dass einerseits die Eltern die neue Wirklichkeit annehmen und dass andererseits die Jungen zum ernstlichen Nachdenken angeleitet werden. So wird man die Freiheit des persönlichen Urteils und der persönlichen Ansichten und die Ursprünglichkeit der Beziehung zwischen Eltern und Kindern bewahren und die neue Gefahr eines Generationenkonfliktes vermeiden.

6. Die Jugendlichen und die Kenntnis der neuen Sprechweise. Die Gefahr eines solchen Generationenkonfliktes erwächst auch aus der andersartigen Vorbildung der neuen Generationen durch die Sprechweise der sozialen Kommunikationsmittel. Auch wenn Film und Presse schon in früherer Zeit erfunden wurden, bleibt kein Zweifel, dass erst nach dem letzten Weltkrieg und durch die Einführung des Fernsehens jene audio-visuelle Sprechweise, die für jedes Mittel eigen und charakteristisch ist, eine hervorragende soziale Bedeutung erlangt hat. Man kann sagen, dass die Kinder, die Heranwachsenden und die Jugendlichen heute in dem Sinne die erste «audio-visuelle» Generation darstellen. Für sie ist die sprachliche Wirklichkeit der sozialen Kommunikation eine dauernde Erfahrung von Geburt an, fast wie jene der Muttersprache.

So kommt es, dass die Eltern sich oft mühen müssen, um speziell die Mitteilungen audio-visueller Art zu deuten und zu begreifen, während die Kinder die gleichen Mitteilungen oft fast instinktiv erfassen und sie auch mit genügend theoretischer Vorbildung zu verstehen imstande sind. Das alles führt leicht dazu, die Zuständigkeiten innerhalb der Familie zu nivellieren und die hervorragende Stellung der Eltern, die aus der Erfahrung entspringt, wirkungslos zu machen. Es wäre ein schwerer Fehler, wenn die Eltern eine solche Tatsache, die ein wirkliches «handicap» für sie ist, einfach hinnähmen und sich hinter die dehnbaren Gründe des Alters und der modernen Zeiten flüchteten und sagten, dass diese Dinge eben für die Jugend seien.

7. Notwendigkeit der audio-visuellen Bildung der Eltern. Ein Unternehmen zur Elternbildung speziell für die Verantwortung in diesem Bereich ist daher dringend notwendig. Die Erziehung zum aktiven und passiven Gebrauch der sozialen Kommunikationsmittel muss integraler Bestandteil einer guten und vollständigen Erziehung während der Entwicklungsjahre sein. Weil besonders die Erfahrung durch

Kino und Fernsehen so weitreichend ist, dass sie sogar die Struktur psychologischer Prozesse des Erfassens, des kritischen Urteilens und des Gedächtnisses verändern, ist es offensichtlich, dass die Eltern sich nicht der Pflicht einer sofortigen und angemessenen Anpassung entziehen können, die es ihnen ermöglicht, sich in aktiver Weise in den Erziehungsprozess einzuschalten, dringend die Mitwirkung der Schule zu verlangen und sich nicht auf eine negative Haltung der Missbilligung und der Verurteilung oder des Beschwörens der «guten alten Zeiten» zu beschränken.

8. Die zukünftigen Erzeuger erziehen. Wenn heute in der Welt der sozialen Kommunikationsmittel das christliche Zeugnis nicht lebendig genug ist, dann liegt das an dem Mangel fachlich zuständiger, im Glauben und in der Vollkommenheit standfester Christen. Aufgabe der Familie ist es, solch tüchtige neue Rekruten bereitzustellen. Es gibt keinen menschlichen Beruf, der nicht auch mit dem christlichen Zeugnis, das jeder Getaufte geben muss, übereinstimmt. Das Evangelium und die Geschichte des Urchristentums zeigen, dass die vorwärtstreibende Kraft der christlichen Botschaft beim Zusammentreffen mit den Schwierigkeiten des Lebens nicht schwächer wird, sondern im Gegenteil, dass sie noch wächst.
Hier liegt also die Pflicht der Eltern, vielleicht vorhandene berufliche Neigungen zu den sozialen Kommunikationsmitteln zu fördern, indem sie vor allem Garantien schaffen, die aus einer gediegenen religiösen und moralischen Erziehung und der Gewöhnung an das Gebet hervorgehen. So ermöglichen sie ihren Kindern eine entsprechende kulturelle Vorbildung, die nicht nur einer Elite, sondern durch Einsatz geeigneter öffentlicher und privater Mittel für Schulen und Institute allen offen stehen muss, die die Fähigkeit zu solchen Berufen haben.

Schlusswort. Die Kommunikationsmittel stellen die Familie vor vielfache Probleme. Von ihrer richtigen und mutigen Lösung hängt in weitem Masse das Glück der Familie selbst, die Wirksamkeit ihres Tuns in der Vorbereitung neuer verantwortungsvoller Generationen und daher die Zukunft der Welt ab.
Der Welttag bietet den Familien eine Gelegenheit, über ihre naturgegebene Aufgabe nachzudenken, jedem schädlichen, vorzeitigen und unangebrachten Einfluss Einhalt zu gebieten, zugleich aber ein Fenster weit aufzustossen, das den Blick freigibt auf das pulsierende Leben jener Welt, die man kennen, aufbauen, verbessern und retten muss.

Kommunikation als Ausdruck des Christ-Seins

Vorbemerkung der Redaktion
Bei einer vom Arbeitskreis katholischer Jugendverbände veranstalteten Tagung zum Thema «Kommunikation» (siehe Bericht in dieser Nummer), hatte P. Dr. Albert Ziegler ein grundsätzliches Referat über «Kommunikation als Ausdruck des Christ-Seins» zu halten. Er legte einige Gedanken und Thesen vor, die uns geeignet scheinen, den geistesgeschichtlichen und theologischen Hintergrund auch für dieses Heft zu bieten, das mithelfen sollte, den Sonntag der sozialen Kommunikationsmittel vorzubereiten. Es versteht sich von selbst, dass diese Thesen näher erklärt und begründet werden müssten. Aber wir hoffen, dass sie auch in dieser thesenartigen Form geeignet sind, zum Nachdenken anzuregen und zur Diskussion nicht nur Anlass, sondern auch Stoff zu bieten.

1 KOMMUNIKATION ALS AUSDRUCK DES MENSCH-SEINS

11 **Der Mensch ist kommunikativ.** Sich selbst einem Akt der Mitteilung verdankend, ist der Mensch von seinem Ursprung her von Anfang an auf Teilhabe und Teilnahme verwiesen. Er vermag sich selbst nur zu entfalten, indem er lernt, selber teilzunehmen und teilzuhaben, selber Anteil zu nehmen und Anteil zu