Kommunikation als Ausdruck des Christ-Seins

Autor(en): **Ziegler, Albert**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

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

Heft 11

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-964515

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

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

geben. Er hat sich als ganzen nur, insofern er sich als Mitgeteilter und Mitteilender erfährt.

12 **Menschliche Kommunikation geschieht im Medium der Leiblichkeit.** Als «Geist in Welt» vermag der Mensch s i c h selber (als ganzer) nur mitzuteilen, indem er e t w a s von sich (teil)gibt: eine zu ertastende Gebärde (Händedruck), ein zu hörendes Wort, ein zu schauendes Bild.

13 **Das Verhältnis der verschiedenen Medien leibhafter Kommunikation zueinander ist veränderlich und hat sich im Verlauf der Kulturgeschichte verschiedentlich geändert.** Jedenfalls dürfte der Vorrang des gehörten Wortes (Begriff) gegenüber dem geschauten Bild (Anschauung) und beider zusammen gegenüber der zu ertastenden Gebärde nicht unbedingt, nicht ohne weiteres, nicht jederzeit gegeben sein.

14 **Heute müsste dieses veränderliche Verhältnis menschlicher Kommunikationsformen angesichts der Massenmedien, die dem Bild eine besondere Bedeutung zumessen, neu durchdacht werden.**
1 «Bildhafte Darstellung ist immer mehr als die Illustration eines Gedankens.»
2 «Die Wirklichkeit des reproduzierten Bildes besteht vor allem in seinem Spielcharakter. Es ist die Möglichkeit der Wirklichkeit.»
3 «Das Spiel ist gegenüber dem Ernst des Lebens nicht zweitrangig, es ist ihm ebenbürtig, weil die Bewältigung des Ernstes zur Voraussetzung hat, dass im Spiel Möglichkeiten erfahren und erprobt wurden. Ohne das vorwegnehmende Spiel wäre der Mensch nur Opfer der Situation.»
4 Das Fernsehen ist in der Lage, «anstelle von gedanklichen Deduktionen mögliche Rollen anzubieten und damit im Spiel mögliche zukünftige Situationen einzuüben»(1).

2 KOMMUNIKATION ALS AUSDRUCK DES CHRIST-SEINS

21 **Christ-Sein ist kommunikativ.**
1 Das Christ-Sein ist begründet
1 in der Selbst-Mitteilung Gottes (Gnade),
2 ergangen in Jesus Christus (Menschwerdung),
3 der sich mitteilt, indem er seinen Leib für die anderen hingibt (Erlösung),
4 diese Andern dadurch zur Gemeinschaft seiner (an ihn — als an den Auferstandenen — glaubenden) Brüder beruft (Kirche),
5 damit diese Brüdergemeinschaft sich in seiner Nachfolge gleichfalls für die Brüder mitteilend hingebe (Sendung der Kirche).
2 Als Sein-in-Christus ist das Christ-Sein also wesentlich kommunikativ, insofern es 1) auf der Kommunikation Gottes an die Menschen beruht (Gnade in Jesus Christus), 2) Kommunikation unter den Menschen stiftet (Kirche), 3) zur Kommunikation mit allen aufruft (Sendung der Kirche).

22 **Christliche Kommunikation geschieht im Medium der Leiblichkeit:** «Leiblichkeit ist das Ende der Wege Gottes» (Friedrich Christoph Oetinger) (2).
Im Neuen Testament wird die Leiblichkeit
1 voll bejaht, insofern «das Wort F l e i s c h wird und am Kreuz stirbt;
2 als Medium dienender Kommunikation verstanden: «Leib bezeichnet den Menschen in seiner Offenheit zu Gott und den Mitmenschen hin, in seiner Kommunikationsmöglichkeit» (Eduard Schweizer);
3 konkret und exemplarisch aufgewiesen
1 an Christus, der, beim Abendmahl unter den Jüngern leibhaft gegenwärtig, seinen leiblichen Tod für die vielen feiernd vorwegnimmt und der als Auferstandener seine Jünger als Zeugen seines Todes und seiner Auferstehung in die Welt sendet;
2 an der Christengemeinde, die unter ihrem Haupte als Leib der vielen Glieder sich in diesen Gliedern gleichfalls stellvertretend für die andern hinzu-

geben hat ([3]): Der stoische Vergleich mit dem Leib und seinen Gliedern «bedeutet nicht das Ueberspringen der alltäglich geschichtlichen Wirklichkeit durch pneumatische Erfüllung besonderer Art, zum Beispiel durch Zungenreden, sondern gerade die Bewährung der endzeitlichen Gaben des Christusgeistes in den somatischen Bezügen eben dieser Wirklichkeit» (Duchrow) ([4]).

23 **Christliche Kommunikation geschieht nach der Norm des Evangeliums Jesu Christi im Kontext der jeweiligen Welt.**

«Die Kirche kann die jeweilige Gegenwartssituation nur werten als jenen unausweichlichen Anruf Gottes an die Kirche, durch den sie immer von neuem als freier Partner von Gott angesprochen und an ihre je neue, je aktuelle Aufgabe erinnert wird; sie kann diese Gegenwart nur werten als die Kompletisation jenes bleibend geschichtlichen veränderlichen Horizontes, auf dem allein die Annahme der freien Selbstmitteilung Gottes an den Menschen geschehen kann» (Heinz Schuster, Concilium. März 1965. 167).

24 **Zum Kontext der heutigen Welt gehört die Massen(medien)kommunikation.**

1 «Es scheint, dass sich die Kirche mit ihrem Auftrag zur Verkündigung im jeweils vorliegenden Kommunikationsraum der menschlichen Gesellschaft nicht mehr so selbstverständlich zurechtfindet, wie in einer früheren Zeit. In Erfüllung ihres Auftrags, das Wort Gottes zu verkünden, sei es in der schon glaubenden Gemeinde oder in einer noch ungläubigen Umwelt, hat sie während ihrer Geschichte weithin ohne Zögern, aber auch weithin ohne grosse Theorie den jeweiligen Kommunikationsraum, aber auch die jeweils gegebenen Mittel zu nutzen verstanden.
Die Urkirche, die sich zunächst der üblichen Meister- und Jüngergemeinde bediente, entwickelte im Rahmen jenes Weltreiches, das es zu missionieren galt, sehr rasch die Wanderpredigerschaft und das Sendschreiben. Die Glaubensboten nutzten die Wege raumgreifender personeller Kommunikation entlang den Bahnen der wirtschaftlichen, politischen und militärischen Verkehrswege.
Mit der Erfindung des Buchdruckes, vor allem aber mit der Erfindung von Film und Rundfunk, ändert sich die Struktur des menschlichen Kommunikationsraumes entscheidend: das Kommunikations m e d i u m ist geschaffen und damit die Möglichkeit zu einer medialen Information bzw. Verkündigung an unbestimmt viele Adressaten» ([5]).

2 Angesichts des heutigen Kommunikationsraumes ist die Kirche in ihrer Kommunikation theoretisch und praktisch in Verlegenheit geraten.

3 Die Verlegenheit beruht vor allem in Verstehensschwierigkeiten der Kirche mit den Organen der Kommunikationsmittel im Hinblick auf

1 die Öffentlichkeit der Wahrheit: Wenn die Kirche sich f ü r die Öffentlichkeit verantwortlich glaubt, muss sie auch bereit sein, sich v o r der Öffentlichkeit zu verantworten ([6]): «Wer aus theologischer Überzeugung für sich in Anspruch nimmt, in öffentlichen Angelegenheiten mitreden zu dürfen, wird selbst zu einer öffentlichen Angelegenheit. Er sollte sich nicht dagegen wehren, wenn theologische Experimente, Strukturfragen u. a. öffentlich diskutiert werden ([7]).»

2 die Zeit der Wahrheit: Der Journalist lebt von und für die Unruhe, während die Theologen noch weitgehend der Kontinuität den Vorzug geben» ([8]). Die Kirche ist auf Kontinuität bedacht; die journalistische Denkweise setzt Aktualität über alles. «Was für den Theologen ein oberflächlich dargestellter Einzelfall ist, ist oft für den Journalisten ein typisches Beispiel künftiger Entwicklung. Beide Standpunkte haben ihr relatives Recht. Es wäre viel gewonnen, wenn Journalist und Theologe einsehen, dass ihre jeweilige Denkweise der Ergänzung durch den andern bedarf ([9]).»

3 den Ort der Wahrheit: Wahrheit ist nicht nur im abstrakten Begriff, sondern auch und (oft noch mehr) im konkreten Bild: «Bilder vermitteln die Leibhaftigkeit der Wahrheit» ([10]). Auch die «Wirklichkeit Gottes geht nicht im Wort auf. Wirklichkeit Gottes erfährt der ganze Mensch als leib-seelische Einheit in der konkreten Situation» ([11]).

4 Angesichts dieser Verstehensschwierigkeiten hat die Kirche die Aufgabe, die Massenkommunikationsmittel verstehen zu lernen.
Sie lernt sie kennen, indem sie
1 sich auf neue Weise als kommunikative Gemeinschaft versteht, die sich in ihrer Kommunikation des jeweiligen Kommunikationsraumes und der entsprechenden Kommunikationsmittel bedienen muss,
2 deshalb die Eigenart der heutigen Kommunikationsmedien unbefangen zur Kenntnis nimmt,
3 dabei aber die Gefahr sehen muss, welche diese Medien mit sich bringen:
1 die frühere Kommunikation war vor allem personale Kommunikation: unmittelbare Begegnung von Mensch zu Mensch;
2 die heutige Kommunikation ist Kommunikation mittels Kommunikationsmedien: zwischen die personale Kommunikation schiebt sich ein kompliziertes technisches Medium. Das technische Medium kann sich so verselbständigen, dass es nicht mehr Mittel personaler Kommunikation ist.

25 **Im Kontext der heutigen Welt hat die Kirche als Kommunikationsgemeinschaft mitzuhelfen, dass auch die technischen Massenkommunikationsmittel personale Kommunikation ermöglichen und verwirklichen.**
Dieser Aufgabe kommt die Kirche dadurch nach, dass sie
1 einerseits mithilft, dass die Zuschauer lernen, die Eigenart der Massenmedien zu verstehen und sich so ihrer richtig zu bedienen;
2 andererseits jenen Menschen ihre Hilfe anbietet, welche sich in den Dienst(betrieb) der Kommunikationsmedien gestellt haben, damit durch ihre Arbeit Wahrheit bezeugt und menschliche Kommunikation verwirklicht wird.

P. Dr. Albert Ziegler

Anmerkungen

[1] Hans-Eberhard Pries: Wort und Bild. In: Verständigung. Festschrift für Hanns Lilje zum siebzigsten Geburtstag. Hrg. von Wolfgang Trillhaas, Hamburg 1969, 62—82; hier 81.
[2] Vgl. Eduard Schweizer: Die Leiblichkeit des Menschen: Leben — Tod — Auferstehung. Evangelische Theologie. Januar 1969, 40—55.
[3] Vgl. Joseph Ratzinger: Stellvertretung. In: Handbuch theologischer Grundbegriffe. Hrsg. von Heinrich Fries. Band 2. München 1963, 566—575.
[4] U. Duchrow: Leib Christi und moderne Kommunikationsstrukturen. Zeitschrift für evangelische Ethik. Mai 1969. 164—178; hier 164.
[5] Heinz Schuster/Karlheinz Hoffmann: Massenmedien und Verkündigung. Concilium. März 1968, 220—225; hier 220.
[6] Pries, 65. [7] Pries, 68. [8] Pries, 71. [9] Pries, 71. [10] Pries, 75. [11] Pries, 78.

Fernsehpädagogisches Merkblatt für Eltern

Ein «Merkblatt zur Fernsehpädagogik» an dessen Gestaltung Pädagogen, Seelsorger, Ärzte, Eltern, Rundfunkpraktiker und Kulturpolitiker mitgearbeitet haben, wurde in Niedersachsen von der Landesverwaltung herausgegeben und an die Eltern der Schulanfänger verteilt. Die Initiative ist bemerkenswert und sollte Nachahmer finden. Der Text des Faltblatts mit den wichtigen Punkten «Programmauswahl», «Angemessene Sehdauer» und «Klärendes Gespräch» soll deshalb hier wiedergegeben werden.

Liebe Eltern ...
... Ihr Kind geht jetzt in die Schule. Mit den neuen Eindrücken fertigzuwerden, fällt ihm nicht immer leicht. Ihr Kind wird jetzt auch öfter fernsehen wollen. Ge-