

Beteiligung am gesellschaftlichen Gespräch

Fragen und Bemerkungen zu einer medialen Standortbestimmung in der Kirche

von Georg Moser

1. Der Wille der Kirche zur aktiven Teilnahme an der Massenkommunikation - 1960

Das Jahr 1960 und die Jahre zuvor waren im Bereich von Hörfunk und Fernsehen Zeiten höchst intensiver und zugleich kontroverser Diskussionen. Die Parteien steckten mitten in der politischen Auseinandersetzung: der Bund gegen die Länder, die Länder gegen den Bund, die Verfechter einer öffentlich-rechtlichen Medienordnung gegen die Vertreter einer privaten. Deutsche Welle, Deutschlandfunk, Deutschlandfernsehen, Freies Fernsehen - so hießen die Stichworte¹, hinter denen sich Themen und Probleme verbergen, die überraschenderweise auch 1985 noch oder wieder aktuell sind, wenigstens in ihrem Kern. Es ging damals und es geht heute um die Ordnung der gesellschaftlichen Kommunikation.

Die Gründung einer eigenen Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft dokumentierte damals den Willen der Kirche, selbst aktiv an der Medienkommunikation teilzunehmen. Es ging um Überlegungen, wie der Auftrag der Kirche mit Hilfe der Medien erfüllt werden, wie der christliche Glaube und seine Sicht von Welt und Wirklichkeit mit den Mitteln und Möglichkeiten der elektronischen Medien den Menschen nahegebracht werden könnte. Man wollte nicht in passiver Zurückhaltung warten, bis Journalisten von sich aus den Stellenwert von Kirche, Theologie und Religion erkannten und diese dann sozusagen als Objekte der Berichterstattung und Reflexion dem Publikum präsentierten. Die Gründung der Tellux machte klar: Die Kirche ist bereit, ihre Themen in die gesellschaftliche Diskussion einzubringen, auf die eine pluralistische Gesellschaft ja angewiesen ist.

Zwar wird man nicht behaupten können, daß ohne eigene kirchliche Produktionsfirmen alle jene Themen nicht aufgegriffen und behandelt worden wären, die wir der Tellux im Laufe der 25 Jahre verdanken. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten haben ja durch Gesetze, Staatsverträge und Urteile den Auftrag - den sie durchaus auch wahrnehmen -, Themen aus Kirche und Theologie angemessen darzustellen. Nicht selten kommen Filme aber allein durch die Tatsache zustande, daß journalistisch qualifiziert aufbereitete Sendebiträge angeboten und vorgestellt werden können. Nicht zu vergessen ist daneben die erfolgreiche Bereitstellung von Fernsehproduktionen für Seelsorge und Bildungsarbeit innerhalb und außerhalb der Kirche. Daneben sind nicht zuletzt Produk-

Im Februar 1960 wurde auf Initiative des Bistums Rottenburg die „Tellux“ Film GmbH gegründet. Aus Anlaß des 25jährigen Bestehens der Tellux hielt der Bischof der Diözese Rottenburg-Stuttgart und Vorsitzende der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz, Dr. Georg Moser, eine Rede, die im folgenden in leicht bearbeiteter Form wiedergegeben wird.

tionen zu erwähnen, die ausschließlich oder zumindest in erster Linie für den Bildungssektor und andere innerkirchliche Ziele und Pläne entstanden sind.

Das Fazit könnte lauten: Ohne die mutige und zukunftsorientierte Gründung der Tellux vor 25 Jahren wären zahlreiche kirchliche Beiträge nicht gestaltet, theologische Themen nicht dargestellt und ganz dezidierte Akzente kirchlicher Verkündigung nicht gesetzt worden. Diese Erfahrung bestätigt: Es wäre ein unverantwortlicher Mangel in der Verwirklichung des Verkündigungsauftrages der Kirche, wenn sie nicht in jeder geeigneten Weise - also menschlich und sozial adäquat und dem jeweiligen Gegenstand angemessen - sich der Möglichkeiten versichern wollte, die die verschiedenen Formen der Mitteilung bieten.

2. Auf dem Weg zur „Informationsgesellschaft“ - 1985

Wenn wir auf die Gegenwart schauen, bedeutet dies freilich nicht, die Kirche sollte kritiklos, hastig und ohne nüchterne Abwägung der Chancen und vor allem der Risiken sich in Medienabenteuer stürzen. Wir sind heute Zeugen einer kommunikativen Revolution, der Einführung eines ganzen Bündels von Technologien und Diensten im Informations- und Kommunikationsbereich. Unsicherheit über die Folgen - und darum auch über die richtigen Maßnahmen - ist gegenwärtig noch immer bestimmend. Sicher ist jedenfalls, daß diese Technologien und Dienste derart vielfältig miteinander verbunden sind, daß sie die gesamte Informations- und Kommunikationslandschaft drastisch verändern werden - und damit auch den Rahmen unserer gesamten Kultur und Gesellschaft. Man muß kein Pessimist sein, um eine positive und eine negative Utopie für möglich zu halten. „Welche Form also die 'Informationsgesellschaft' annehmen wird, ist noch relativ offen, es wird jedoch in jedem Fall eine Gesellschaft sein, in der die Informations- und Kommunikationstechnologien eine zentrale Rolle spielen und damit auch die 'Information' eine zentrale Funktion übernehmen wird, die sich mittels dieser Technologien transportieren läßt.“²

Es ist deshalb kein unentschlossenes „Jain“, wenn die Position der Kirche weder ein rigoroses Nein, eine glatte Verweigerung sein kann, noch ein naives bedenkenloses Ja. Wir rennen hinter keinem Zug her und springen nicht um jeden Preis auf, ohne zu prüfen, in welche Richtung er sich bewegt, einzig aus dem Bemühen heraus, dabei zu sein in einem Zug, der am Ende vielleicht nur deshalb fährt, weil es technisch möglich ist, dessen Fahrt aber möglicherweise weder individuell noch sozial verträglich, förderlich oder sinnvoll ist.

Bundespräsident Richard von Weizsäcker hat in einem Interview am 1. Januar 1985 zum Thema „Wissenschaft und Phantasie - Herausforderungen unserer Zeit“ beklagt, daß „bisher die Wirkung der elektronischen Medien auf die menschliche Seele und den menschlichen Geist vernachlässigt“ wurde. Der Bundespräsident wörtlich: „Wofür streiten sich denn - mit Verlaub zu sagen - unsere Parteien? Sie streiten sich in erster Linie um die Rechtsform der Anstalten oder um die Frage, wer wieviel Werbung haben darf und wer auf welche Weise seine Ausgaben decken kann. Das ist alles ganz legitim, aber es würde mich eigentlich doch mehr beruhigen, wenn diese verantwortlichen Leute auch noch ein bißchen mehr über die Programmatik und die Wirkung dieser Programmatik diskutieren würden und erkennbar von daher auch ihre Entscheidungen trafen.“³ Man muß dem Bundes-

präsidenten wohl vorbehaltlos zustimmen: Die Medienwirkungsforschung muß zügig vorangetrieben werden. Das heißt zugleich aber auch, die Medienpädagogik aus ihrer stiefmütterlichen Behandlung zu befreien: medienpädagogische Gesichtspunkte dürfen nicht nur von außenstehenden Kritikern im nachhinein reklamiert werden; sie müssen vielmehr schon in einer verantwortlichen Konzipierung und Produktion Berücksichtigung finden. Medienpädagogik sollte vom Instrument der Schadensbekämpfung zum Instrument der Schadensverhütung werden. Der Bereich der Medien ist kein ethik-freier Bereich, und die Verantwortung der Folgen gehört konstitutiv zu jedem sittlichen Handeln. Alfons Auer betont zu Recht: „Der technische Fortschritt ist nicht ein Wert in sich selbst, der im Gefälle seiner Eigengesetzlichkeit hemmungslos und bedingungslos vorangetrieben werden dürfte. Die sogenannten 'Nebenwirkungen' technischer Entwicklungen auf den Menschen ... müssen vorweg sorgfältig abgeschätzt werden.“⁴

3. Die Frage nach den Maßstäben: Förderung von Konsens und Gemeinschaft

Wer die Bedingungen von Kommunikation festlegt oder ändert, muß wissen, daß er damit die Bedingungen einer Gesellschaft, die Bedingungen des Menschseins berührt. So steht derzeit auch mehr auf dem Spiel als nur ein paar Stunden mehr Programm. Um es in einem Bild zu sagen: Veränderungen können in einem Gebäude nur vorgenommen werden, solange die Fragen der Statik mitbedacht, solange die Erfordernisse der Statik nicht verletzt werden. Es kann nicht ungestraft von außen angebaut oder im Innern umgebaut werden. Die Fundamente müssen dies zulassen. Andernfalls darf man sich nicht wundern, wenn das Haus bereits der nächsten Belastung nicht mehr standhält.

Die Deutsche Bischofskonferenz und ihre Publizistische Kommission haben sich in den letzten Jahren verschiedentlich zu Fragen der Medien und einer Medienordnung geäußert. Erst vor kurzem haben wir „Grundpositionen einer kirchlichen Medienpolitik“ und „Erwägungen zu einem Staatsvertrag der Bundesländer über das Rundfunkwesen“ verabschiedet.⁵ Ich will nur wenige zentrale Forderungen unterstreichen.

Nach unserer Auffassung ist die Verbundenheit und die Gemeinschaft aller Menschen das oberste Ziel jeder Kommunikation. Das bedeutet aber, wenn dieser Grundsatz nicht fernab von jeglicher Praxis und ohne Folgen bleiben soll: Die *Integrationsleistung* der gesellschaftlichen Kommunikation ist und bleibt für uns eines der wichtigsten Ziele. Sie ist darum auch zentrales Kriterium. Wie sollen Menschen miteinander in Beziehung treten, sich verstehen und verständigen, wie sollen gemeinsame Werte entwickelt und tradiert werden, wenn nicht im Austausch, im Wettbewerb pluraler Meinungen? Ein Medienmodell, das Pluralität dadurch anstrebt, daß jeder Gruppe separat ihr Programm angeboten wird, verringert die gesellschaftlichen Berührungspunkte; es trennt statt zu integrieren. Gesellschaft und ihre Identität bilden sich nun einmal nicht anders als über Kommunikation. Den Zusammenhalt der Menschen darf eine neue Ordnung darum nicht gefährden. Regelungen der gesellschaftlichen Kommunikation müssen in erster Linie auf die soziale und individuelle Verträglichkeit hin überprüft werden und dem Kriterium gesamt-gesellschaftlicher Integration standhalten.

4. *Qualität vor Quantität*

Das bedeutet notwendig: Qualität steht über Quantität. Die wirklichen Fragen des Menschen müssen gestellt und angegangen werden; sie müssen zur Sprache kommen, wenn darüber gesprochen werden soll. Wer unsere Gesellschaft betrachtet, erkennt *Verdrängungsversuche* in großer Zahl. Auch Lautstärke, die Hinwendung zur Oberfläche, die dauernde Ablenkung, die Umtriebigkeit sind solche Reaktionen. Verdrängungen aber lösen keine Probleme.

Wenn der Trend zum glitzernden Schein, zur oft genug billigen Unterhaltung nur teilweise in dem Maße abläuft, wie er von manchen befürchtet wird, dann ist dies alles andere als menschenwürdig. Kritisches, waches, konstruktives Bewußtsein darf nicht betäubt werden. Eine mediale Narkose, also ein verzerrtes Bild unserer Wirklichkeit, der Sieg des Scheins über die Realität könnte Langzeitwirkungen zeitigen, die in höchstem Maße unerwünscht, ja selbstzerstörerisch sein könnten. Verzerrte Bilder von Mensch und Welt, die entscheidende Dimensionen unseres individuellen und gesellschaftlichen Lebens verschweigen oder verfälschen, können nicht erwünscht sein. Sie sind lebensfeindlich, im letzten sogar pervers. Für alles, was das Leben fördert, gegen alles, was es verstellt - dieser Grundsatz behindert nicht ein Programm mit großer Bandbreite, dieser Grundsatz enthält aber Kriterien, die an bestehende und neue Programme angelegt werden müssen. Es muß gefragt werden, ob Programme um des Menschen willen gemacht werden oder wegen des Profits, ob sie Zusammenleben fördern oder polarisieren, ob sie Frieden stiften oder zerstören, Gegensätze aufbauen oder Konflikte ansprechen und lösen. Das ist gemeint, wenn wir sagen: Maßstab und Ziel einer Veränderung der Mediensituation sind für die Kirche die Förderung und Verbesserung der sozialen Kommunikation.⁶

5. *Gegen die reine Profit-Orientierung und Haben-Struktur*

Der Bundespräsident kritisiert in dem angesprochenen Interview auch die offenkundig herrschende Priorität, nach der es zuerst darum geht, wer wieviel Werbung haben darf. Die Frage der Finanzierung - ganz sicher einer der wichtigsten Punkte - ist damit angesprochen. Man muß kein Gegner unseres Wirtschaftssystems sein, mit dem Werbung verbunden ist, um hier große Fragezeichen anzubringen. Kann es denn sein, daß unser System nur dann funktioniert, wenn immer noch mehr gekauft, verbraucht, weggeworfen und durch immer neuere Dinge ersetzt wird; wenn den Menschen eingeredet wird, nur der sei wirklich Mensch, der willig dem Diktat der Moden gehorcht, der besitzt, der leistet und sich etwas leisten kann, der kauft und hat und nimmt und verbraucht? Eine Gesellschaft, in der nur noch der Konsum herrscht, in der alles mit Kaufanreizen gekoppelt wird, eine Gesellschaft, die sich der totalen Haben-Struktur verschrieben hat, wird abhängige, fremdbestimmte und gleichgeschaltete Menschen hervorbringen oder aber solche, die sich rundweg verweigern. Es ist ein hoffnungsvolles Zeichen, daß die Jugend in weiten Teilen diese Überflußgesellschaft ohnehin satt hat, daß sie das Mißverhältnis zur schreienden Not und zum anhaltenden Mangel in vielen Regionen der Welt zunehmend unerträglich findet.

Im Zusammenhang solch grundsätzlicher Erwägungen ist auch unser Engagement für ein Verbot von Werbung an Sonn- und Feiertagen zu sehen. Der Sonntag ist der

Tag Gottes, ein Zeichen der Freiheit und der Würde des Menschen, ein Tag, der den Menschen aus den Zwängen des Alltags heraus unmittelbar vor Gott stellt. Wir feiern den Sonntag im Interesse des Menschen; wir sollten ihn nicht dem finanziellen Interesse einiger weniger opfern.

Ich will nicht behaupten, daß eine neue Medienordnung sich automatisch in solche Extreme hinein entwickelt. Aber es gilt, den Anfängen zu wehren, die den Menschen, auf den diese Welt hingeordnet ist, an den Rand drängen, ihn jagen und hetzen im Namen von Umsatz und Gewinn, von Einfluß und Macht. Der Mensch darf nicht zum Objekt werden, schon gar nicht zum Objekt anderer Menschen, vielleicht sogar nur einiger weniger.

Noch einmal: Der Bereich der Medien ist kein ethik-freier Bereich, darum berühren allgemeine, grundsätzliche Bedingungen zwischenmenschlicher und gesellschaftlicher Kommunikation auch fundamentale ethische Fragestellungen. Das Sittliche betrifft die optimale Entfaltung des Menschlichen, zielt auf die Erfüllung des menschlich Sinnvollen. Der Mensch darf mit der Wirklichkeit nicht nach Willkür und Belieben verfahren. Er muß die in ihr angelegten Ordnungsgesetze und Sinnwerte wahrnehmen und zu seinem eigenen und seiner Mitmenschen Wohl in seinem Dasein durchsetzen. Im Prozeß der sozialen Kommunikation handelt richtig, wer sachgerecht handelt, wer ihre Gesetzmäßigkeiten und Sinnziele zur Kenntnis nimmt. Sittliche Orientierungen ergeben sich aus dem Wesen der sozialen Kommunikation und aus der spezifischen Eigenart der Medien. Dieser Gesichtspunkt bedarf freilich einer entscheidenden Ergänzung: In gleicher Weise muß berücksichtigt werden, in welchem Sinn und auf welches Ziel hin die technischen Mittel und die Chancen der menschlichen Intelligenz eingesetzt werden: dem Wesen der sozialen Kommunikation entsprechend oder ihm zuwider, im wohlverstandenen Interesse der Menschen oder dagegen.⁷

6. Beteiligung der Kirche am gesellschaftlichen Gespräch

Solche Forderungen und Aussagen ergeben sich aus dem Selbstverständnis der Kirche, als Anwalt des Menschlichen zur gesellschaftlichen Diskussion beizutragen. Darüber hinaus aber hat die Kirche im Rahmen ihres Verkündigungsauftrages das Interesse und die Aufgabe, ihre frohe Botschaft weiterzusagen in jeder Form, die dem Inhalt, dem Empfänger und dem Medium angemessen ist. Wenn Medien den runden Tisch der Gesellschaft bilden, das Zeitgespräch der Gesellschaft in Gang halten⁸, dann gehört es zur ersten Aufgabe der Kirche, ihren Beitrag zu leisten zur Diskussion und Formulierung des Minimalbestandes verbindlicher Werte und Normen, die für das Zusammenleben in einer pluralistischen Gesellschaft notwendig sind. Dieser spezifische kirchliche Beitrag ist weder zu leisten vom Staat noch von anderen Gruppen.⁹ Dieser Beitrag fällt darum aus, wenn ihn die Kirchen vernachlässigen. Für die Mitwirkung der Kirche in den Medien sind freilich Kriterien zu entwickeln, die auf die konkreten medien-politischen Situationen Bezug nehmen. In den „Grundpositionen einer kirchlichen Medienpolitik“ sind auch solche Prinzipien formuliert.

Die Kirche versteht sich nicht als eine Interessengruppe unter vielen. Schon von unserer Verfassung her hat sie vielmehr einen besonderen Anspruch auf Beach-

tung und Gehör in Fragen ihrer öffentlichen Verantwortung. So muß ihr bei der Neuordnung der Medien die gesicherte Mitwirkung bei der Trägerschaft, bei der Kontrolle und der Realisierung eines Programm-Angebotes eingeräumt werden. Die Kirchen können ihren Verkündigungsauftrag nicht auf andere übertragen. Deshalb muß gewährleistet sein, daß die Kirche in allen Fragen ihrer öffentlichen Verantwortung zu Wort kommen kann.

Die Kirche darf aber nicht nur Ansprüche an andere formulieren. Vielmehr fallen diese Ansprüche auf sie selbst zurück. Wenn sich die Kirche im Medienbereich engagiert, dann nicht, um nur dabei zu sein. Dann müssen Form und Inhalt ihrer eigenen Sendungen den gestellten Erfordernissen genügen. Dann müssen gerade von solchen Angeboten in gültiger Form existentielle Fragen angegangen, Vergessenes, am Rande Liegendes, Verdrängtes beleuchtet werden; dann müssen die Themen und Fakten, die menschliches Leben bereichern, Gegenstand kirchlicher Anstrengungen in den Medien sein. Die christliche Zusage heißt: dem Leben von Gott her trauen zu können. Wäre das nicht ein Prinzip für Auswahl und Gestaltung von Beiträgen in Zeitungen und Zeitschriften, für Sendungen in Hörfunk und Fernsehen? Freilich bedingt solches Engagement zum Beispiel auch in der Ausbildung der Theologen die verstärkte Grundlegung und Förderung einer qualifizierten Sachkenntnis in Fragen von medial vermittelter Kommunikation und Medien. Die Ansätze in der Pastoraltheologie bedürfen da zweifelsohne noch kräftiger Belebung und Unterstützung.

Wer die tatsächlichen Möglichkeiten und Leistungen der Kirche auf dem Gebiet der Medien nüchtern abwägt, der wird auf den Boden der Wirklichkeit zurückgeholt, wenn er angesichts der neuen Medien in der Versuchung war, einem wahren Heilsenthusiasmus zu huldigen. Es wäre eine moderne Häresie, bedenkenlos von neuen Medien die Lösung aller Probleme zu erwarten. Das wichtigste bleibt immer noch der unmittelbare Kontakt unter Menschen, das persönliche Gespräch. Zu Recht wird die Sorge artikuliert, daß wir Welten schaffen, die nichts mehr miteinander zu tun haben, die nicht mehr zusammenpassen, die den Menschen zerstückeln statt ihn zu ergänzen. Das öffentliche Gespräch, das über die Medien vermittelt wird, und das persönliche Gespräch, das in der unmittelbaren Begegnung von Mensch zu Mensch stattfindet, gehören zusammen. Das eine kann durch das andere neue Nahrung und Inhalte bekommen.

Das Desiderat könnte heute also heißen: Vor einer raschen und unkontrollierten Vermehrung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen steht die Notwendigkeit, Konzepte einer menschengerechten und menschenwürdigen Kommunikation zu entwickeln, die bisherigen Medienangebote unter diesen Gesichtspunkten kritisch zu beleuchten, vermehrt Hilfen zum Umgang mit den Medien und den medialen Botschaften anzubieten und damit vorrangig ein ganzheitliches Konzept zu entwickeln, das direkte und mediale Kommunikation in einen sinnvollen Zusammenhang stellt.

Anmerkungen

1 Vgl. dazu *Heinz Glässgen: Katholische Kirche und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland 1945-1962*, 1983.

- 2 *Gernot Wersig*: Informationsgesellschaft, Informationskultur und Veränderung des Raumkonzeptes als kommunikative Herausforderung. In: Publizistik 3-4, 387.
- 3 Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung Nr. 2, 4. Januar 1985, 9.
- 4 *Alfons Auer*: Umweltethik, 1984, 91.
- 5 Vgl. CS 16: 1983, 384-397; 18: 1985, 54-61.
- 6 Vgl. dazu Pastoralinstruktion *Communio et Progressio* Nr. 1.
- 7 Vgl. *Alfons Auer*: Handbuch der Ethik, Band 3, 546.
- 8 Vgl. dazu *Communio et Progressio* Nr. 19.
- 9 Vgl. *Heinz Glässgen*: Katholische Kirche und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland 1945-1962, 1983, 335 f.

SUMMARY

Since the beginning of the sixties the Church participates in the Catholic film-producing Company, TELLUX. Also this way, the Church follows her obligation to use the communications media. Because modern society changes into an „information society“, the socio-ethical question has to be answered anew: What are the conditions within a media system to guarantee the dignity of human life? Bishop Moser sees the purpose of any communication in creating Communion between man. From here the role of the communications media has to be seen. The quality of this communication service however is more important than the quantity. Social communication needs sufficient freedom, therefore one has to be critical about a growing influence of commercial advertising. The Church must be the advocate of man as a human being in organising the new media structures. Church engagement into media has to develop first the necessary concepts for a professional but human communication, where inter-personal and media communication are inter-related and are made possible.

RÉSUMÉ

Depuis le début des années soixante, l'Eglise participe dans la société catholique de production cinématographique TELLUX. Ainsi, elle suit son devoir de proclamation aussi par les médias. La société contemporaine se transforme de plus en plus dans une „société d'information“. Dès lors se pose de nouveau la question sociale-éthique: Quelles mesures doit-on appliquer responsablement au système de média pour garantir la dignité de la vie humaine? L'Evêque Moser voit le but de toute la communication dans la création de communion entre les hommes. Le rôle des médias est à voir de ce point. Pourtant, la qualité des médias est plus importante que la quantité. Le besoin primaire de la communication sociale est la liberté, ainsi il faut être critique en vue de l'influence croissante de la publicité commerciale. L'Eglise doit être l'avocat de l'homme dans l'organisation de nouvelles structures des médias. L'engagement de l'Eglise dans les médias doit développer surtout le concept nécessaire pour une communication professionnelle mais humaine, relationnant et rendant possible la communication des médias et la communication inter-personnelle.

RESUMEN

Desde el inicio de los años sesenta la Iglesia ha participado en la Sociedad Católica de Producciones Cinematográficas, TELLUX. De esta manera, la Iglesia cumple su deber de

proclamación a través de los Medios de Comunicación Social. La Sociedad contemporánea se transforma cada vez más en una „sociedad de información“. Desde luego se presenta nuevamente la cuestión social-ética: Cuáles son las medidas que se deben aplicar responsablemente en el sistema de media para garantizar la dignidad de la vida humana? Según el Señor Obispo Moser el objetivo de toda comunicación es la creación de la comunión entre los hombres.

Es desde este punto de vista que debe ser considerado el rol de los medios de comunicación. Así mismo se considera que la calidad de este servicio de comunicación es más importante que la cantidad. La comunicación social necesita suficiente libertad, razón por la cual se debe ser crítico en lo que respecta a la creciente influencia de la publicidad comercial. La Iglesia debe actuar como abogado del hombre en tanto que ser humano, interviniendo en la organización de nuevas estructuras de los media. El compromiso de la Iglesia con los media consiste primeramente en desarrollar los conceptos necesarios para una comunicación profesional, pero también humana, en donde la comunicación inter-personal y la comunicación de media están inter-relacionadas.