

Boodschap voor de XXXIIIste

Wereldcommunicatiedag

Zondag 16 mei 1999

“Massamedia: een vriendschappelijke metgezel voor wie de Vader zoekt”

Dierbare broeders en zusters,

1. Wij naderen het grote Jubileum, wanneer het 2000 jaar geleden zal zijn dat Jezus Christus werd geboren en het woord van God vlees werd, een feest dat de deur opent naar het derde millennium. In dit laatste jaar van voorbereiding richt de kerk zich op God onze Vader en verdiept zich in ‘het mysterie van zijn oneindige genade’. Hij is de God uit wie al het leven voortkomt en tot wie het terugkeert. En Hij is Degene die van de geboorte tot aan de dood met ons meereist als onze vriend en metgezel.

Ik heb voor de Wereldcommunicatiedag van dit jaar gekozen voor het thema ‘Massamedia: een vriendschappelijke metgezel voor wie de Vader zoekt’. Dit thema impliceert twee vragen: hoe kunnen de media met God meewerken in plaats van Hem tegenwerken? En hoe kunnen de media een vriendschappelijke metgezel zijn voor hen die Gods liefdevolle aanwezigheid in hun leven zoeken? Het impliceert ook een constatering en een reden tot dankbaarheid: dat de media het mensen die naar God op zoek zijn, soms daadwerkelijk mogelijk maken om zowel het boek van de natuur, het domein van de rede, als het boek van de openbaring, de bijbel, het domein van het geloof, op een nieuwe manier te lezen. En

ten slotte spreekt er uit het thema ook een uitnodiging en hoop: dat degenen die verantwoordelijk zijn voor de wereld van de sociale communicatiemiddelen zich altijd zullen inzetten om het zoeken naar zin, dat aan de basis van het menselijk leven ligt, te steunen in plaats van te belemmeren.

2. Mens zijn betekent op zoek zijn. En, zoals ik kort geleden al benadrukte in mijn encycliek *Fides et ratio*, al het menselijk zoeken is uiteindelijk een zoeken naar God: “Geloof en rede zijn als de twee vleugels waarmee de menselijke geest opstijgt tot de beschouwing van de waarheid. Het verlangen om de waarheid, en uiteindelijk God zelf, te kennen is door God in het mensen-

hart neergelegd opdat de mens, door Hem te kennen en lief te hebben, omtrent zichzelf tot de volle waarheid zou kunnen komen.”¹ Het grote Jubileum wordt een viering van God als het doel van al het menselijk zoeken, een viering van de oneindige genade waarnaar alle mannen en vrouwen verlangen – ook al voelen zij zich vaak gehinderd door de zonde, wat net is alsof zij, om de woorden van Augustinus te gebruiken, wel het goede zoeken, maar op de verkeerde plaats.² Wij zondigen als we God zoeken op plaatsen waar Hij niet te vinden is.

Met de woorden ‘Wie de Vader zoekt’, doelt het thema voor de Wereldcommunicatiedag van dit jaar dan ook op iedere man en iedere vrouw. Iedereen is op zoek, maar niet iedereen zoekt op de juist plaats. Het thema onderkent de uitzonderlijke invloed van de media in de hedendaagse cultuur en daarmee de bijzondere verantwoordelijkheid van de media om te getuigen van de waarheid omtrent het leven, de menselijke waardigheid en de ware betekenis van onze vrijheid en onderlinge afhankelijkheid.

3. De kerk wil de media op die reis van het menselijk zoeken graag helpen, in de wetenschap dat elke vorm van samenwerking in ieders belang is. Samenwerking betekent ook dat we elkaar beter leren kennen. De betrekkingen tussen de kerk en de media worden nog wel eens verstoord door wederzijds onbegrip, wat angst en wantrouwen in de hand werkt. Het is zo dat de kerkelijke cultuur verschilt van de cultuur van de media. Op bepaalde punten is zelfs sprake van een scherp contrast. Maar er is geen reden waarom die verschillen vriendschap en dialoog in de weg zouden staan. In vele, zeer hechte vriendschappen zijn het juist de verschillen die aanzetten tot creativiteit en overbrugging.

De kerkelijke cultuur van gedenken kan de vluchtige nieuwscultuur van de media

behoeden voor een vergetelheid die de hoop aantast. En de media kunnen de kerk helpen om het evangelie in zijn voortdurende frisheid te verkondigen in de dagelijkse realiteit van het leven van de mensen. De kerkelijke cultuur van wijsheid kan de informatiecultuur van de media behoeden voor een zinloze opeenstapeling van feiten. En de media kunnen de kerk helpen om in haar wijsheid alert te blijven op het scala van nieuwe kennis dat zich thans ontwikkelt. De kerkelijke cultuur van blijdschap kan de amusementscultuur van de media behoeden voor een ziellose vlucht voor waarheid en verantwoordelijkheid. En de media kunnen de kerk helpen om te leren hoe je mensen kunt bereiken op een manier die aanspreekt en zelfs genoeg schenkt. Dit zijn maar een paar voorbeelden van hoe een nauwere samenwerking in een geest van vriendschap en op een dieper niveau zowel de kerk als de media kan helpen om de mannen en vrouwen van onze tijd te helpen in hun zoeken naar zin en vervulling.

4. Door de recente explosieve ontwikkeling van de informatietechnologie zijn de mogelijkheden van communicatie tussen personen en groepen in alle delen van de wereld groter dan ooit. Paradoxaal genoeg kunnen de krachten die een betere communicatie kunnen bewerkstelligen echter ook tot toenemend egocentrisme en vervreemding leiden. We leven dan ook in een tijd die zowel een dreiging als een belofte in zich heeft. Niemand van goede wil zou willen zien dat de dreiging dermate gaat overheersen dat deze nog meer menselijk leed in de hand werkt – zeker niet aan het eind van een eeuw en een millennium dat meer dan genoeg leed heeft gekend.

Laten we liever met goede hoop de blik richten op het nieuwe millennium, in het vertrouwen dat er zowel in de kerk als in de media mensen zullen zijn die bereid zijn om

1. Johannes Paulus II, Encycliek *Fides et ratio* (14 september 1998), voorwoord.

2. Vgl. *Confessiones*, X, 38.

er door middel van samenwerking voor te zorgen dat de belofte het wint van de dreiging, en de communicatie van de vervreemding. Hierdoor zal de wereld van de media voor alle mensen een steeds vriendschappelijker metgezel worden, die hen 'nieuws' brengt dat is gekoppeld aan herinnering, informatie die is gekoppeld aan wijsheid en amusement dat is gekoppeld aan blijdschap. Het zal ook leiden tot een wereld waarin kerk en media zich samen kunnen inzetten voor het belang van de mensheid. Daar gaat het om als we willen dat de macht van de media geen vernietigende kracht is, maar scheppende liefde. Liefde die de liefde weerspiegelt van God, de "Vader van allen, die is boven allen, met allen en in allen" (Ef 4,6).

Mogen allen die werkzaam zijn in de wereld van de sociale communicatiemiddelen, de vreugde van de goddelijke verbondenheid ervaren, zodat zij vanuit hun ervaring van de vriendschap van God in staat zullen zijn om alle mannen en vrouwen terzijde te staan op hun reis naar het huis van de Vader, die alle eer en glorie zij, en de lof en de dankzegging, met de Zoon en de Heilige Geest, tot in eeuwigheid.

24 januari 1999, Hoogfeest van de heilige Franciscus van Sales.

JOHANNES PAULUS II

Vertaling: P. de Die