

Boodschap voor de 42ste Wereldcommunicatiedag, 4 mei 2008

De media: op het kruispunt van zelfpromotie en dienstbetoon. Zoeken naar de waarheid om haar met anderen te delen.

Dierbare broeders en zusters!

1. Het thema van de Wereldcommunicatiedag van dit jaar – ‘De media: op het kruispunt van zelfpromotie en dienstbetoon. Zoeken naar de waarheid om haar met anderen te delen’ – belicht de belangrijke rol van de media in het leven van mensen en van de samenleving. Er is werkelijk geen terrein van de menselijke ervaring meer, zeker gezien de immensiteit van de globalisering, waarop de media niet integraal onderdeel uitmaken van de relaties tussen mensen en van de sociale, economische, politieke en religieuze ontwikkelingen. Zoals ik in mijn Boodschap voor de Wereldvrede­sdag van dit jaar schreef: “Met name de sociale communicatiemedi­a hebben, gezien hun educatieve mogelijkheden, een bijzondere verantwoordelijkheid voor de bevordering van het respect voor het gezin door duidelijk te maken wat de rechten en verwachtingen van het gezin zijn en het gezin in al zijn schoonheid weer te geven.”¹

2. Door de bliksemsnelle technologische ontwikkeling beschikken de media over ongekende mogelijkheden, maar dat doet tegelijkertijd nieuwe en tot voor kort onvoorstelbare vragen en problemen ontstaan. De media kunnen zonder enige twijfel een belangrijke bijdrage leveren aan de verspreiding van nieuws, aan kennis van feiten en aan de verschaffing van informatie: de media hebben bijvoorbeeld een beslissende rol gespeeld in de verbreiding van de geletterdheid en in de sociali-

satie, evenals in de ontwikkeling van de democratie en de dialoog tussen de volken. Zonder hun bijdrage zou het werkelijk moeilijk zijn om het onderlinge begrip tussen de volken te bevorderen en te versterken, om een impuls te geven aan vredesonderhandelingen over heel de wereld, om iedereen de toegang tot informatie te garanderen en er tegelijkertijd voor te zorgen dat ideeën, met name ideeën ter bevordering van de idealen van solidariteit en sociale gerechtigheid, vrijelijk

1. Benedictus XVI, Boodschap ter gelegenheid van de viering van de 41ste Wereldvrede­sdag (1 januari 2008), *Het menselijk gezin, een gemeenschap van vrede* (8 december 2007), 5, in: *Ker­kelijke docu­mentatie (KD)* 36/2 (29 februari 2008), 44.

kunnen circuleren. De media zijn in hun algemeenheid niet alleen kanalen waarlangs ideeën kunnen worden verspreid: zij kunnen en moeten ook instrumenten zijn die ten dienste staan van een wereld van meer gerechtigheid en solidariteit. Zij dreigen helaas echter te veranderen in systemen die erop gericht zijn om de mensheid de agenda voor te schrijven die bepaald wordt door de waan van de dag. Dat is wat er gebeurt wanneer communicatie wordt gebruikt voor ideologische doeleinden of agressieve reclame voor consumptiegoederen. De media pretenderen de werkelijkheid weer te geven, maar vaak wordt er een vertekend beeld van het persoonlijke, sociale en het familielevens voorgespiegeld of gelegitimeerd. Om meer luisteraars te trekken en hogere kijkcijfers te halen, aarzelen de media soms ook niet om zich te bedienen van vulgariteit of geweld en daarmee over de schreef te gaan. De media kunnen ook ontwikkelingsmodellen propageren die de technologische kloof tussen rijke en arme landen eerder vergroten dan verkleinen.

3. De mensheid staat op een kruispunt. Op de media is ook van toepassing wat ik in de encycliek *Spe salvi* schreef over de ambiguïteit van de vooruitgang: die biedt enerzijds nieuwe mogelijkheden voor het goede, maar opent tegelijkertijd ook verschrikkelijke, eerder niet bestaande mogelijkheden voor het kwaad.² We moeten ons dan ook afvragen of het wijs is om toe te staan dat de sociale communicatiemiddelen worden gebruikt voor kritiekloze ‘zelfpromotie’ of in handen komen van mensen die ze gebruiken om het geweten van mensen te manipuleren. Moet de prioriteit niet zijn om ervoor te zorgen dat zij ten dienste blijven staan van de mens en van het algemeen belang en dat zij “de morele vorming ... de vernieuwing van

het innerlijk leven”³ bevorderen? De buitengewoon grote invloed van de media op het leven van mensen en op de samenleving wordt algemeen erkend. Toch is het nodig om te benadrukken dat er momenteel sprake is van een radicale verschuiving, men zou zelfs kunnen zeggen van een complete omslag in de functie van de media. De communicatiemedia lijken tegenwoordig de werkelijkheid niet alleen te willen weergeven, maar zelfs te willen bepalen door de invloed en kracht van suggestie. Het is bijvoorbeeld duidelijk dat de media in bepaalde situaties niet worden gebruikt voor het eigenlijke doel van informatieverschaffing, maar om gebeurtenissen te ‘creëren’. Deze gevaarlijke omslag in de functie van de media wordt door veel kerkelijk leiders met bezorgdheid gadeslagen. Juist omdat we te maken hebben met realiteiten die grote invloed hebben op alle dimensies (morele, intellectuele, religieuze, relationele, affectieve en culturele) van het menselijk leven waarin het belang van de persoon op het spel staat, moeten we benadrukken dat niet alles wat technisch mogelijk is, ook ethisch verantwoord is. Daarom doet de invloed van de communicatiemedia op het moderne leven onontkoombare vragen rijzen, die vragen om keuzes en oplossingen die we niet langer voor ons uit mogen schuiven.

4. De functie die de sociale communicatiemedia in de samenleving hebben gekregen, moet inmiddels worden beschouwd als een integraal onderdeel van het ‘antropologische’ vraagstuk dat de grootste uitdaging van het derde millennium vormt. Zoals we ook zien gebeuren op het terrein van het menselijk leven, van huwelijk en gezin en in de grote actuele vraagstukken rondom vrede, recht en de bescherming van de schepping, zo

2. Vgl. Benedictus XVI, Encycliek *Spe salvi* (30 november 2007), 22, in: *KD* 36/1 (18 januari 2008), 17.

3. *T.a.p.*

gaat het ook in de sector van de sociale communicatiemedia langzamerhand om essentiële dimensies van de menselijke persoon en om de waarheid ten aanzien van de mens. Wanneer de communicatie haar ethische grondslag verliest en zich onttrekt aan sturing vanuit de samenleving, is er uiteindelijk geen ruimte meer voor de centrale plaats en de onschendbare waardigheid van de menselijke persoon. Als gevolg daarvan dreigt zij dan een negatieve uitwerking te hebben op het geweten en de keuzes van mensen en hun vrijheid en leven te conditioneren. Daarom is het essentieel dat de sociale communicatiemedia de menselijke persoon altijd verdedigen en de menselijke waardigheid volledig respecteren. Veel mensen menen dat er in dit verband behoefte is aan een 'info-ethiek', zoals we ook een bio-ethiek hebben op het terrein van de geneeskunde en wetenschappelijk onderzoek ten aanzien van het leven.

5. De media moeten vermijden dat zij de spreekbuis worden van economisch materialisme en ethisch relativisme, de gesels van deze tijd. In plaats daarvan kunnen en moeten zij bijdragen aan de verkondiging van de waarheid over de mensheid en die verdedigen tegenover hen die deze waarheid ontkennen of willen vernietigen. Men zou zelfs kunnen zeggen dat het zoeken naar en het presenteren van de waarheid over de mensheid de hoogste roeping van de sociale communicatie vormt. Het is een prachtige taak om met het oog op dat doel gebruik te maken van de vele verfijnde en aantrekkelijke technieken die de media tot hun beschikking hebben – in de eerste plaats een taak voor de bestuurders en medewerkers van deze sector. Maar het is ook een taak die tot op zekere hoogte ons allen aangaat, omdat wij in deze tijd van globalisering allen

consumenten van de sociale communicatiemedia zijn en die ook zelf bedienen. De nieuwe media, met name de telecommunicatie en het internet, veranderen het gezicht van de communicatie. Misschien is dit een waardevolle gelegenheid om dat gezicht opnieuw vorm te geven om, zoals mijn eerbiedwaardige voorganger paus Johannes Paulus II het zei, de essentiële en onmisbare elementen van de waarheid over de menselijke persoon zichtbaarder te maken.⁴

6. De mens hunkert naar de waarheid, hij is op zoek naar de waarheid: dat feit wordt geïllustreerd door de aandacht en het succes dat wordt geogst met vele publicaties, programma's of kwaliteitsfictie waarin de waarheid, schoonheid en grootsheid van de menselijke persoon, inclusief de religieuze dimensie van de mens, worden erkend en op positieve wijze benaderd. Jezus zei: "Dan zult ge de waarheid kennen en de waarheid zal u vrijmaken" (Joh 8,32). De waarheid die ons vrijmaakt is Christus, omdat alleen Hij werkelijk de honger van het menselijk hart naar leven en liefde kan stillen. Zij die Hem hebben leren kennen en zijn boodschap met enthousiasme hebben ontvangen, ervaren een niet te onderdrukken verlangen om die waarheid te delen en uit te dragen. Zoals Johannes schrijft: "Het bestond vanaf het begin – we hebben het gehoord en met eigen ogen gezien; we hebben het aanschouwd en onze handen hebben het aangeraakt – dáárover spreken wij, over het woord dat leven is ... Wat wij gezien en gehoord hebben, dat verkondigen wij ook aan u, opdat gij gemeenschap moogt hebben met ons. En onze gemeenschap is er een met de Vader en met Jezus Christus, zijn Zoon. En wij schrijven dit om ons aller vreugde volkomen te maken (1Joh 1,1-4).

4. Vgl. Johannes Paulus II, apostolische Brief *De snelle ontwikkeling* (24 januari 2005), 10, in: *KD* 33/7-8 (28 oktober 2005), 235.

Laten wij de heilige Geest vragen om moedige mensen op het terrein van de communicatie, om authentieke getuigen van de waarheid, die trouw zijn aan de opdracht van Christus en geestdriftig over de boodschap van het geloof, mensen die “de moderne culturele behoeften begrijpen en zich inzetten om het communicatietijdperk niet te benaderen als een tijd van vervreemding en verwarring, maar als een waardevolle tijd om te zoeken naar de waarheid en te streven naar gemeenschap tussen mensen en volken”.⁵

Met deze wensen zend ik u allen van harte mijn zegen.

Vanuit het Vaticaan, 24 januari 2008, de gedachtenis van Franciscus van Sales.

Benedictus XVI

© Copyright 2008 – Libreria Editrice Vaticana / R.-K. Kerkgenootschap in Nederland

Vertaling: drs. P.C. de Die

5. Johannes Paulus II, *Toespraak tot de conferentie van medewerkers van de communicatie- en cultuursector* (9 november 2002).