

Boodschap voor de 35ste Wereldcommunicatiedag,  
27 mei 2001

# 'Verkondig het vanaf de daken': het evangelie in het tijdperk van de wereldwijde communicatie

1. In het thema dat ik heb gekozen voor de Wereldcommunicatiedag van 2001, weerklinken de woorden van Jezus zelf. Dat kan ook niet anders, want alleen Christus verkondigen wij. Wij weten nog wat Hij tot zijn eerste leerlingen zei: "Wat Ik jullie zeg in het donker, zeg dat in het licht. Wat jullie in het oor gefluisterd krijgen, verkondig dat vanaf de daken" (Mt 10,27). In het verborgene van ons hart hebben wij naar de waarheid van Jezus geluisterd. Nu moeten wij die waarheid van de daken verkondigen.

In de huidige wereld worden de daken bijna overal bevolkt door een woud van zendmasten en antennes die alle mogelijke boodschappen verzenden en ontvangen naar en vanuit alle hoeken van de wereld. Het is van vitaal belang om ervoor te zorgen dat temidden van al deze boodschappen ook Gods woord wordt gehoord. Het geloof van de daken verkondigen betekent in deze tijd dat men het woord van Jezus in en door de dynamische wereld van de communicatiemiddelen moet laten klinken.

2. In alle culturen en door alle tijden heen – zeker temidden van de huidige veranderingen op wereldwijde schaal – stellen mensen dezelfde fundamentele vraag naar de zin van het leven: Wie ben ik? Waar kom ik vandaan en waar ga ik naartoe? Waarom bestaat het kwaad? Wat is er na dit leven?<sup>1</sup> En in iedere tijd biedt de Kerk het enige volkomen bevredigende antwoord op de diep-

ste vragen van het menselijk hart – Jezus Christus zelf, die "de mens voor zichzelf duidelijk maakt en hem inzicht geeft in zijn zeer hoge roeping".<sup>2</sup> Daarom mag de stem van de christenen nooit stilvallen, want de Heer heeft ons het woord van de verlossing toevertrouwd, waarnaar elk menselijk hart verlangt. Het evangelie biedt ons de kostbare parel waarnaar iedereen op zoek is (vgl. Mt 13,45-46).

De Kerk kan dan ook niet anders dan zich steeds verder begeven in de groeiende wereld van de communicatiemiddelen. Het wereldwijde communicatienetwerk breidt zich elke dag verder uit en wordt steeds complexer, en de media hebben een steeds zichtbaarder effect op de cultuur en de overdracht daarvan. Deden de media vroeger verslag van de gebeurtenissen, nu worden de gebeurtenissen vaak zo gemodelleerd dat zij voldoen aan de eisen van de media. De verhouding tussen de werkelijk-

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

2. Tweede Vaticaans Concilie, pastorale Constitutie over de Kerk in de wereld van deze tijd *Gaudium et spes*, 22.

heid en de media is daarmee ingewikkelder geworden en dat is een uiterst ambivalent gegeven. Enerzijds kan dit het onderscheid tussen waarheid en illusie vervagen, maar anderzijds kan het ook ongekende mogelijkheden creëren om de waarheid voor veel meer mensen gemakkelijker toegankelijk te maken. Het is de taak van de Kerk om ervoor te zorgen dat dit laatste ook daadwerkelijk gebeurt.

3. De wereld van de media kan soms onverschillig of zelfs vijandig lijken te staan tegenover christelijk geloof en moraal. Dat komt ten dele omdat de mediacultuur zo diep doortrokken is van de typisch postmoderne gedachte dat de enige absolute waarheid is dat er geen absolute waarheden bestaan of, als die er al waren, dat zij voor de menselijke rede onbereikbaar zouden zijn en daarmee irrelevant. In die optiek draait het niet om de waarheid, maar om 'het verhaal'. Als iets nieuws- of amusementswaarde heeft, wordt de verleiding om overwegingen ten aanzien van de waarheid terzijde te schuiven welhaast onweerstaanbaar. Als gevolg daarvan lijkt de wereld van de media soms een even weinig toegenegen terrein voor evangelisatie als de heidense wereld ten tijde van de apostelen. Maar net zo min als de getuigen van de blijde boodschap zich destijds terugtrokken wanneer zij op tegenstand stuitten, moeten christenen in deze tijd dat doen. De uitroep van Paulus weerklinkt nog steeds onder ons: "Wee mij als ik het evangelie niet verkondigde" (1Kor 9,16).

Hoe ver de wereld van de media soms ook van de christelijke boodschap lijkt af te staan, zij biedt aan de andere kant ook unieke mogelijkheden om de verlossende waarheid van Christus aan heel de menselijke familie te verkondigen. Denk bijvoorbeeld aan satellietuitzendingen van religieuze ceremonies waarmee vaak een

wereldwijd publiek bereikt wordt, of aan de positieve mogelijkheden van het internet om religieuze informatie en godsdienstonderricht over alle grenzen heen te verspreiden. Zo'n uitgebreid gehoor zou de stoutste dromen van hen die het evangelie vóór ons predikten, overtroffen hebben. Wat in onze tijd dan ook nodig is, is een actief en creatief gebruik van de media door de Kerk. Katholieken moeten niet bang zijn om de deuren van de sociale communicatiemiddelen open te zetten voor Christus, zodat zijn blijde boodschap vanaf de daken van de wereld te horen zal zijn!

4. Het is ook van wezenlijk belang dat wij aan het begin van dit nieuwe millennium de missie *ad gentes* die Christus de Kerk heeft toevertrouwd, voor ogen houden. Naar schatting tweederde van de zes miljard mensen op aarde kennen Jezus Christus niet of niet echt; en velen van hen wonen in landen met oude christelijke wortels, waar hele groepen mensen die wel gedoopt zijn, geen levend geloofsbesef meer hebben of zichzelf niet meer als lid van de Kerk beschouwen en een leven leiden dat ver verwijderd is van de Heer en zijn evangelie.<sup>3</sup> Een adequate reactie op deze situatie vergt natuurlijk meer dan alleen het gebruik van de media. Maar in het streven om deze uitdaging aan te gaan, mogen christenen de wereld van de sociale communicatiemiddelen in geen geval veronachtzamen. Alle soorten media kunnen een essentiële rol spelen in de directe evangelisatie en het de mensen voorhouden van waarheden en waarden die de menselijke waardigheid ondersteunen en bevorderen. De aanwezigheid van de Kerk in de media is een belangrijk aspect van de culturele integratie van het evangelie, een vereiste van de nieuwe evangelisatie waartoe de heilige Geest de Kerk over de hele wereld oproept.

Zoals de gehele Kerk gehoor probeert te

3. Vgl. Johannes Paulus II, Encycliek *Redemptoris missio* (7 december 1990), 33.

geven aan de roep van de Geest, zo hebben christenen die werkzaam zijn in de wereld van de communicatie “een profetische taak, een roeping: om zich uit te spreken tegen de valse goden en afgoden van deze tijd – materialisme, hedonisme, consumentisme, kleingeestig nationalisme ...”.<sup>4</sup> Zij hebben bovenal de plicht en het voorrecht om de waarheid te verkondigen – de glorierijke waarheid over het menselijk leven en de menselijke bestemming die geopenbaard is in het vleesgeworden Woord. Mogen katholieken die betrokken zijn bij de wereld van de sociale communicatiemiddelen, de waar-

heid van Jezus met steeds grotere vreugde en vrijmoedigheid van de daken verkondigen, zodat alle mannen en vrouwen zullen horen van de liefde die de kern is van Gods zelfopenbaring in Jezus Christus, die dezelfde is, gisteren, vandaag en tot in eeuwigheid (vgl. Heb 13,8).

Vanuit het Vaticaan, 24 januari 2001, de gedachtenis van Franciscus van Sales.

**JOHANNES PAULUS II**

*Vertaling: P. de Die*

4. *Ethics in Communications*, 31.