

NOTIZIARIO DELLA CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA

a cura della Segreteria Generale

NUMERO 2

26 MARZO 1997

Messaggio di Giovanni Paolo II per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali

Si pubblica per documentazione il Messaggio che il Santo Padre ha rivolto alla Chiesa in occasione della "Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali" avente per tema "I media: moderno areopago per la promozione della donna nella società".

La celebrazione della Giornata, stabilita a livello mondiale nella solennità dell'Ascensione (11 maggio 1997), in Italia è trasferita, per decisione dei Vescovi, nella seconda domenica di ottobre (12 ottobre).

Cari fratelli e sorelle, mentre volge al termine questo nostro secolo e, con esso, il secondo millennio, dobbiamo constatare uno sviluppo senza precedenti dei mezzi di comunicazione sociale, con una offerta di volta in volta più consistente di prodotti e di servizi. Vediamo che la vita di un sempre maggior numero di persone viene coinvolta dallo sviluppo delle nuove tecnologie di informazione e di comunicazione. Pur tuttavia, ci sono ancora molte persone che non hanno accesso ai mass media, vecchi o nuovi che siano.

Coloro che traggono beneficio da questo sviluppo dispongono di una crescente possibilità di opzioni. Quanto maggiori sono le opzioni, tanto più difficile diventa scegliere con responsabilità. Sta di fatto che è sempre più difficile riuscire a proteggere i propri occhi e le proprie orecchie da immagini e da suoni che giungono attraverso i media in modo inaspettato e non richiesto. È ogni volta più difficile per i genitori proteggere i propri figli dai messaggi immorali e garantire che la loro educazione in materia di rapporti umani e la loro percezione di ciò che è il mondo avvenga in modo appropriato sia alla loro età e sensibilità, sia alla maturazione in loro della nozione di bene e di male. L'opinione pubblica è turbata dalla facilità con cui le moderne tecnologie di comunicazione possono essere utilizzate da coloro che hanno cattive intenzioni. D'altra parte come non notare il relativo ritardo di coloro che vorrebbero utilizzare bene le medesime opportunità?

Dobbiamo sperare che il divario tra coloro che beneficiano dei nuovi mezzi di informazione e di espressione e coloro che non hanno ancora accesso ad essi non diventi una incontrollabile ulteriore fonte di disuguaglianza e di discriminazione. In alcune parti del mondo si levano voci contro ciò che viene visto come il dominio dei media da parte della cosiddetta cultura dell'Occidente. I prodotti medialti vengono visti da qualche parte come la rappresentazione di valori considerati propri dell'Occidente e, per estensione, supposti come valori cristiani. La verità è che, in questa questione, è il profitto economico ad essere considerato come primo ed autentico valore.

Inoltre, nei media sembra diminuire la proporzione di programmi di ispirazione religiosa e spirituale, programmi moralmente edificanti e che aiutino le persone a vivere meglio la loro vita. Non è facile mostrarsi ottimisti sull'influenza positiva dei mass media quando questi paiono piuttosto ignorare il ruolo vitale della religione nella vita della gente, o quando le credenze religiose vengono da essi sistematicamente trattate in forma negativa e indisponente. Alcuni operatori dei media, specialmente nel settore dell'intrattenimento, sembrano spesso propensi a porre i credenti nella peggior luce possibile.

C'è ancora un posto per Cristo nei mass media tradizionali? Possiamo rivendicare un posto per Lui nei nuovi media?

Per la Chiesa, l'anno 1997, il primo del triennio di preparazione al grande Giubileo dell'anno 2000, viene dedicato alla riflessione su Cristo, il Verbo di Dio fatto uomo per opera dello Spirito Santo (*cf Tertio Millennio adveniente*, 30).

In questo contesto il tema della Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali è: «Comunicare Gesù: Via, Verità e Vita» (*cf Gv 14, 6*).

Questo tema fornisce un'opportunità alla Chiesa per meditare, in modo da agire di conseguenza, sullo specifico contributo che i mezzi di

comunicazione possono offrire per diffondere la Buona Notizia della Salvezza in Gesù Cristo; e dà occasione ai comunicatori professionali di riflettere su come i temi ed i valori religiosi, e quelli specificamente cristiani, possono arricchire le produzioni dei media e la vita di coloro che ne fanno uso.

I media moderni si rivolgono non solo alla società in generale, ma soprattutto alle famiglie, ai giovani ed anche ai bambini in tenera età. Qual è la «via» che devono indicare? Quale «verità» proporre? Quale «vita» offrire? Un argomento, questo, che riguarda non solo i cristiani, ma tutte le persone di buona volontà.

La «via» di Cristo è la «via» di una vita virtuosa, fruttuosa e pacifica, adeguata a coloro che sono figli di Dio e fratelli e sorelle che fanno parte della stessa famiglia umana; la «verità» di Cristo è l'eterna verità di Dio che si è rivelato a noi non solo nella creazione del mondo, ma anche attraverso le Sacre Scritture, e, specialmente, con e attraverso Suo Figlio, Gesù Cristo, la Parola fatta carne; e la «vita» di Cristo è la vita di grazia, quel gratuito dono di Dio che ci fa partecipi della Sua vita e che ci rende capaci di vivere per sempre nel Suo amore. Quando i cristiani sono sinceramente convinti di questo, la loro vita si trasforma, e questa trasformazione si manifesta non solo nella testimonianza personale, ma anche nell'impellente ed efficace comunicazione — anche attraverso i media — di una fede viva che, paradossalmente, si accresce quando viene condivisa.

È consolante sapere che tutti coloro che assumono il nome di cristiani condividono la stessa convinzione. Con il doveroso rispetto per le attività di comunicazione di ciascuna Chiesa e delle Comunità Ecclesiali, sarebbe un significativo risultato ecumenico se i cristiani riuscissero a cooperare più strettamente tra loro nei media per preparare la celebrazione del grande Giubileo (*cf Tertio millennio adveniente*, 41). Tutto deve focalizzarsi sul fondamentale obiettivo del Giubileo: il rinvigorismento della fede e della testimonianza cristiana (*ibid.*, 42).

La preparazione del 2000° Anniversario della nascita del Salvatore si è rivelata come chiave per interpretare ciò che lo Spirito Santo sta dicendo alla Chiesa ed alle Chiese in questo momento (*cf ibid.*, 23). I mass media hanno un ruolo significativo da ricoprire per la proclamazione e per la diffusione di questa grazia nella stessa comunità cristiana e nel mondo in generale.

Quello stesso Gesù che è «la via, la verità e la vita» è anche «luce del mondo», la luce che illumina il nostro cammino, la luce che ci rende capaci di percepire la verità, la luce del Figlio che ci dona la vita soprannaturale ora e per sempre. I duemila anni che sono trascorsi dalla nascita di Cristo rappresentano una straordinaria commemorazione per l'umanità nel suo insieme, visto il ruolo rilevante giocato dalla Cristia-

nità nel corso di questi due millenni (*cf ibid.*, 15). È opportuno che i mass media riconoscano l'importanza di quel ruolo.

Forse uno dei doni più belli che potremo offrire a Gesù Cristo in occasione del 2000° Anniversario della Sua nascita sarebbe quello della Buona Notizia fatta finalmente conoscere ad ogni persona nel mondo, attraverso la viva testimonianza dell'esempio dato dai Cristiani innanzitutto, ma anche attraverso i media: «Comunicare Gesù Cristo: Via, Verità e Vita». Possa questa essere l'aspirazione e l'impegno di tutti coloro che professano l'unicità di Gesù Cristo, fonte della vita e della verità (*cf Gv 5,26; 10,10; 28*), e che hanno il privilegio e la responsabilità di lavorare nel vasto ed influente mondo delle Comunicazioni Sociali.

dal Vaticano, 24 gennaio 1997

JOANNES PAULUS PP. II