



La Santa Sede

MESSAGGIO DEL SANTO PADRE GIOVANNI PAOLO II

PER LA XXIII GIORNATA MONDIALE

DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI "La religione nei mass media"[Domenica, 7 maggio 1989] *Cari fratelli e sorelle, Cari amici operatori dell'informazione e della comunicazione*,¹. Il tema della Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali riveste quest'anno un'importanza particolare per la presenza della Chiesa e per la sua partecipazione al dialogo pubblico: «La religione nei mass media». Ai giorni nostri infatti i messaggi culturali, hanno un impatto crescente grazie agli strumenti della comunicazione sociale. La riflessione di cui vorrei farvi partecipi in questa occasione corrisponde ad una preoccupazione costante del mio pontificato: quale posto può occupare la religione nella vita sociale e, più precisamente, nei mass media?². Nella sua azione pastorale, la Chiesa si interroga naturalmente sull'atteggiamento dei mass media nei confronti della «religione». Infatti, nello stesso periodo in cui si sviluppavano gli strumenti e le tecniche di comunicazione, il mondo industriale che ha dato loro uno slancio così grande, manifestava un «secolarismo» che sembrava comportare la scomparsa del senso religioso dell'«uomo moderno».³ Malgrado ciò, allo stato attuale si constata che l'informazione religiosa tende ad avere più spazio nei mezzi di comunicazione, a causa dell'interesse maggiore prestato alla dimensione religiosa delle realtà umane. Per analizzare questo fenomeno bisognerebbe interrogare i lettori dei giornali, i telespettatori e gli ascoltatori delle stazioni radio, poiché non si tratta di una presenza imposta dai mass media, ma di una richiesta specifica da parte del pubblico alla quale i responsabili della comunicazione di massa rispondono dando più spazio all'informazione ed al commento di tematiche religiose. Nel mondo intero, vi sono milioni di persone che ricorrono alla religione per conoscere il senso della loro vita, milioni di persone per le quali la relazione religiosa con Dio, creatore e Padre, è la realtà più felice dell'esistenza umana. Lo sanno bene i professionisti della comunicazione, i quali prendono atto di questo fatto e ne analizzano le implicazioni. E anche se questa dialettica tra operatori dell'informazione e pubblico della comunicazione sociale è segnata talvolta dall'incompiutezza e dalla parzialità, c'è un fatto positivo: la religione oggi è presente nella corrente di informazione dei mass media.⁴ Per un felice concorso di circostanze, la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali coincide nel 1989 con il venticinquesimo anniversario della fondazione della commissione pontificia per le comunicazioni sociali che d'ora in poi sarà un «Consiglio pontificio». Quale bilancio si può trarre dopo venticinque anni spesi al servizio dell'apostolato delle comunicazioni? Certamente la Chiesa stessa ha saputo discernere con maggiore chiarezza i «segni dei tempi» che implica il fenomeno della comunicazione. Il mio predecessore [Pio XII](#) aveva già invitato a vedere nei mass media non una minaccia, ma un «dono» (cfr. [Miranda prorsus](#)). Il [Concilio Vaticano II](#) a sua volta confermava solennemente questo atteggiamento positivo (cfr. [Inter Mirifica](#)). La commissione pontificia che nasceva allora, e che trova oggi, come consiglio pontificio, la sua dimensione completa, si è impegnata con perseveranza a promuovere nella Chiesa un atteggiamento di partecipazione e di creatività in questo settore, o meglio, in questo nuovo stile di vita e di condivisione dell'umanità.⁵ La questione posta oggi alla Chiesa non è più quella di sapere se l'uomo della strada può ancora recepire un messaggio

religioso ma quella di trovare i linguaggi di comunicazione migliori per ottenere il maggior impatto possibile del messaggio evangelico. Il Signore ci incoraggia direttamente e molto semplicemente a procedere sulla strada della testimonianza e della più vasta comunicazione: «Non temete . . . Quello che ascoltate all'orecchio predicatelo sui tetti» (Mt 10, 26-27). Di che cosa si tratta? L'Evangelista lo riassume così: «Dichiararsi per Cristo davanti agli uomini» (cfr. Mt 10, 32). Ecco dunque l'audacia nello stesso tempo umile e serena che ispira la presenza cristiana in seno al dialogo pubblico dei mass media! Ce lo dice san Paolo: «Non è infatti per me un vanto predicare il Vangelo; è per me un dovere» (1 Cor 9, 16). La stessa fedeltà si esprime lungo tutta la Scrittura: «Nella grande assemblea ho annunziato la salvezza, (Sal 40[39], 10) e «ogni uomo è preso da timore, racconta quel che Dio ha fatto e comprende le sue opere» (Sal 64[63], 10). Comunicatori e recettori dei mass media, avete la possibilità di interrogarvi, gli uni e gli altri, sulla esigenza e la costante novità di questa «religione pura e genuina» che ci invita a «non lasciarci sporcare dalle cose di questo mondo» (Gc 1, 27). Operatori dei mass media, questi pochi tratti di saggezza biblica vi faranno comprendere subito che la grande sfida della testimonianza religiosa in seno al dialogo pubblico è quella dell'autenticità dei messaggi e degli scambi, così come quella della qualità dei programmi e delle produzioni.⁶ A nome di tutta la Chiesa desidero ringraziare il mondo della comunicazione per lo spazio che offre alla religione nei mass media. Sono certo, esprimendo questa gratitudine, di interpretare il sentimento di tutte le persone di buona volontà, anche se ci sembra spesso che la presenza cristiana nel dibattito pubblico potrebbe essere migliorata. Sarei felice di prestare la mia voce per dire grazie dello spazio dato alla religione nell'informazione, nella documentazione, nel dialogo, nella raccolta dei dati. Vorrei anche chiedere a tutti gli operatori della comunicazione di mostrarsi, con la loro deontologia, professionalmente degni delle occasioni offerte loro di presentare il messaggio di speranza e di riconciliazione con Dio, in seno ai mass media di ogni tipo. I «doni di Dio» (cfr. Pio XII, *Miranda prorsus*) non sono qui il misterioso incontro tra le possibilità tecnologiche dei linguaggi della comunicazione e l'apertura dello spirito all'iniziativa luminosa del Signore nei suoi testimoni? E' a questo livello che si gioca la qualità della nostra presenza ecclesiale nel dibattito pubblico. Più che mai, la santità dell'apostolo presuppone una «divinizzazione» (secondo la parola dei padri della Chiesa) dell'ingegnosità umana tutta intera. E' anche per questa ragione che la celebrazione liturgica dei misteri della fede non può essere ignorata dai mass media in questo vasto movimento di presenza nel mondo di oggi.⁷ Pensando a tutto questo, formulo con semplicità e con fiducia una richiesta che mi sta molto a cuore. Essa si ispira allo stesso sentimento di amicizia con cui Paolo si rivolgeva a Filemone: «Ti scrivo fiducioso . . . : sapendo che farai anche più di quanto ti chiedo» (1, 21). Ecco la mia richiesta: date alla religione tutto lo spazio che giudicate auspicabile nella comunicazione di massa: «Apri le porte . . . : tu gli assicurerai la pace» (cfr. Is 26, 2a-3a). E' questo che chiedo in favore della religione. Vedrete, cari amici, che questi temi religiosi vi appassioneranno nella misura in cui saranno presentati con profondità spirituale e con competenza professionale. Aperta al messaggio religioso, la comunicazione guadagnerà in qualità ed in interesse! Agli operatori ecclesiali dei mass media, ripeto: non abbiate paura; «avete ricevuto uno spirito di figli adottivi per mezzo del quale gridate: Abba, Padre!» (cfr. Rm 8, 15). Possano il messaggio religioso e le iniziative religiose essere presenti in tutti i mass media: nella stampa di informazione audiovisiva, nella creazione cinematografica, nelle «memorie» e negli scambi informatici delle banche dati, nella comunicazione teatrale e negli spettacoli culturali di alto livello, nel dibattito di opinione e nella riflessione comune sull'attualità, nei servizi di formazione e di educazione del pubblico, in tutte le produzioni dei mass media di gruppo, grazie a disegni animati ed a fumetti di qualità, grazie alle ampie possibilità offerte dalla diffusione degli scritti, delle registrazioni sonore e visive, nei momenti di distensione musicale delle radio locali o di grande diffusione! Il mio augurio più ardente è che i circuiti cattolici e cristiani possano collaborare in modo costruttivo con i circuiti di comunicazione culturale di ogni genere, superando le difficoltà di concorrenza in vista del bene ultimo del messaggio religioso. La Chiesa stessa, in questa occasione, invita a prendere seriamente in considerazione le esigenze della collaborazione

ecumenica ed inter-religiosa nei mass media.⁸ Concludendo questo messaggio non posso certo mancare di incoraggiare tutti coloro che hanno a cuore l'apostolato della comunicazione, ad impegnarsi con entusiasmo, nel rispetto di ognuno, nella grande opera dell'evangelizzazione offerta a tutti gli uomini: «Tu va' e annunzia il Regno di Dio» (Lc 9, 60). Non possiamo non dire qual è il messaggio nuovo perché è proclamando e vivendo la Parola che noi stessi comprenderemo le profondità insospettate del Dono di Dio. Nell'accoglimento della volontà di Dio e con fiducia, dico a voi tutti, operatori e pubblico, la mia gioia di fronte allo straordinario spettacolo dei legami creati al di là delle distanze e «al di sopra dei tetti» per prendere parte alla ricerca ed all'approfondimento di una «religione pura e genuina», e invoco su voi tutti la benedizione del Signore. *Dal Vaticano, 24 gennaio 1989. IOANNES PAULUS PP. II*

Copyright © Dicastero per la Comunicazione - Libreria Editrice Vaticana