



La Santa Sede

MESSAGGIO DEL SANTO PADRE GIOVANNI PAOLO II

PER LA XVIII GIORNATA MONDIALE

DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI"Le comunicazioni sociali, strumento di incontro tra fede e cultura"[Domenica, 3 giugno 1984]

Carissimi fratelli e sorelle in Cristo.

1. Voluta dal [Concilio Vaticano II](#) per «rendere più efficace il multiforme apostolato della Chiesa circa gli strumenti della comunicazione sociale» ([Inter Mirifica](#), 18), questa Giornata annuale, che si celebra per la XVIII volta, ha lo scopo di educare sempre meglio i fedeli ai loro doveri in un così importante settore. In questa occasione desidero, in primo luogo, esortare ciascuno di voi ad unirsi a me nella preghiera, affinché il mondo della comunicazione sociale, con i suoi operatori e la moltitudine dei recettori, svolga con fedeltà la sua funzione al servizio della verità, della libertà, della promozione di tutto l'uomo in tutti gli uomini.

Il tema scelto per questa XVIII Giornata è di grande rilievo:

Le comunicazioni sociali strumento di incontro tra fede e cultura. Cultura, fede, comunicazione: tre realtà fra le quali si stabilisce un rapporto da cui dipendono il presente e il futuro della nostra civiltà, chiamata a esprimersi sempre più compiutamente nella sua dimensione planetaria.

2. *La cultura*, come ebbi già modo di dire (cfr. Ioannis Paulis PP. II, [Allocutio Lutetiae Parisiorum ad eos qui conventui Consilii ab exsecutione internationalis organismi compendiariis litteris UNESCO nuncupati affuere habita](#), die 2 iun. 1980: *Insegnamenti di Giovanni Paolo II*, III, 1 (1980) 1636s.) è un modo specifico dell'esistere e dell'essere dell'uomo. Essa crea tra le persone dentro ciascuna comunità un insieme di legami, determinando il carattere interumano e sociale dell'esistenza umana. Soggetto e artefice della cultura è l'uomo, il quale si esprime in essa e vi trova il suo equilibrio.

La fede è l'incontro tra Dio e l'uomo: a Dio che nella storia rivela e realizza il suo piano di salvezza, l'uomo risponde mediante la fede, accogliendo e facendo suo questo disegno,

orientando la propria vita a questo messaggio (cfr. *Rm* 10, 9; *2 Cor* 4, 13): la fede è un dono di Dio a cui deve corrispondere la decisione dell'uomo.

Ma se la cultura è la via specificamente umana per accedere sempre maggiormente all'essere e se, d'altra parte, nella fede l'uomo si apre alla conoscenza dell'Essere supremo, a immagine e somiglianza del quale è stato creato (cfr. *Gen* 1, 26) non è chi non veda quale profondo rapporto vi sia tra l'una e l'altra esperienza umana. Si comprende allora perché il Concilio Vaticano II abbia voluto sottolineare gli «eccellenti stimoli e aiuti» che il mistero della fede cristiana offre all'uomo per assolvere con maggior impegno il compito di costruire un mondo più umano, rispondente cioè alla sua «vocazione integrale» (cfr. *Gaudium et Spes*, 57).

E ancora: la cultura è per se stessa *comunicazione*: non solo e non tanto dell'uomo con l'ambiente che egli è chiamato a dominare (cfr. *Gen* 2, 19-20; 1, 28), quanto dell'uomo con gli altri uomini. La cultura, infatti, è una dimensione relazionale e sociale dell'esistenza umana; illuminata dalla fede, essa esprime anche la piena comunicazione dell'uomo con Dio in Cristo e, al contatto con le verità rivelate da Dio, trova più facilmente il fondamento delle verità umane che promuovono il bene comune.

3. Fede e cultura, pertanto, *sono chiamate a incontrarsi e a interagire proprio sul terreno della comunicazione*: l'effettiva realizzazione dell'incontro e dell'interazione, nonché la loro intensità ed efficacia, dipendono in larga misura dall'idoneità degli strumenti attraverso i quali ha luogo la comunicazione. La stampa, il cinema, il teatro, la radio, la televisione, con l'evoluzione che ciascuno di questi mezzi ha subito nel corso della storia, si sono rivelati non sempre adeguati all'incontro tra fede e cultura. La cultura del nostro tempo, in particolare, sembra dominata e plasmata dai più nuovi e potenti fra i mezzi di comunicazione - la radio e, soprattutto, la televisione - tanto che, a volte, essi sembrano imporsi come fini e non come semplici mezzi, anche per le caratteristiche di organizzazione e di struttura che essi richiedono.

Questo aspetto dei moderni *mass-media*, tuttavia, non deve far dimenticare che si tratta, pur sempre, di mezzi di comunicazione, e che questa, per sua natura, è sempre *comunicazione di qualche cosa*: il contenuto della comunicazione, pertanto, è sempre determinante e tale, anzi, da qualificare la comunicazione stessa. Sui contenuti va dunque sempre sollecitato il senso di responsabilità dei comunicatori, nonché il senso critico dei recettori.

4. Certi aspetti deludenti dell'uso dei moderni mass-media non devono far dimenticare che essi con i loro contenuti possono divenire *meravigliosi strumenti per la diffusione del Vangelo*, adeguati ai tempi, in grado di raggiungere anche gli angoli più riposti della terra. In particolare, essi possono essere di grande aiuto nella catechesi, come ho ricordato nell'esortazione apostolica «*Catechesi Tradendae*» (Ioannis Pauli PP. II, *Catechesi Tradendae*, n. 46).

Coloro che utilizzano i mezzi di comunicazione sociale a fini di evangelizzazione, contribuendo

anche a costruire così un tessuto culturale in cui l'uomo, conscio del suo rapporto con Dio, diventa più uomo, siano dunque consapevoli della loro alta missione; abbiano la necessaria competenza professionale e sentano la responsabilità di trasmettere il messaggio evangelico nella sua purezza e integrità, non confondendo la dottrina divina con le opinioni degli uomini. I *mass-media*, infatti, sia che si occupino dell'attualità informativa, sia che affrontino argomenti propriamente culturali, o siano usati a fini di espressione artistica e di divertimento, rimandano sempre a una determinata concezione dell'uomo; ed è appunto in base alla giustezza e alla completezza di tale concezione che vanno giudicati.

A questo punto il mio appello si fa accorato e si rivolge a tutti gli operatori della comunicazione sociale, di qualunque latitudine e di qualunque religione.

- Operatori della comunicazione, non date dell'uomo una rappresentazione mutila, distorta, chiusa agli autentici valori umani!

- Date spazio al trascendente, che rende l'uomo più uomo!

- Non irridete i valori religiosi, non ignorateli, non interpretateli secondo schemi ideologici!

- La vostra informazione sia sempre ispirata a criteri di verità e di giustizia, sentendo il dovere di rettificare e di riparare quando vi capitasse di incorrere in errore.

- Non corrompete la società e, in particolare, i giovani con la rappresentazione compiaciuta e insistente del male, della violenza, dell'abiezione morale, compiendo opera di manipolazione ideologica, seminando la divisione!

- Sappiate, voi tutti operatori dei *mass-media*, che i vostri messaggi giungono a una *massa* che è tale per il numero dei suoi componenti, ciascuno dei quali, però, è uomo, persona concreta e irripetibile, che va riconosciuta e rispettata come tale. Guai a chi avrà dato scandalo, soprattutto ai più piccoli (cfr. *Mt* 18, 6)!

- In una parola: impegnatevi a promuovere una cultura veramente a misura dell'uomo, consapevoli che, così facendo, faciliterete l'incontro con la fede, della quale nessuno deve aver paura.

5. Un esame realistico conduce, purtroppo, a riconoscere che nel nostro tempo le immense potenzialità dei *mass-media* sono usate molto spesso contro l'uomo, e che la cultura dominante disattende l'incontro con la fede, sia nei Paesi in cui è consentita la libera circolazione delle idee, sia laddove la libertà di espressione viene confusa con l'irresponsabile licenza. E' compito di tutti risanare la comunicazione sociale e ricondurla ai suoi nobili scopi: i comunicatori si attengano alle regole di una corretta etica professionale; i critici svolgano la loro utile azione chiarificatrice, favorendo il formarsi della coscienza critica dei recettori; i recettori stessi sappiano scegliere con

prudente oculatezza libri, giornali, spettacoli cinematografici e teatrali, programmi televisivi, per trarne occasione di crescita e non di corruzione; inoltre, anche attraverso opportune forme associative, facciano sentire la loro voce presso gli operatori della comunicazione, affinché essa sia sempre rispettosa della dignità dell'uomo e dei suoi inalienabili diritti. E, con le parole del Concilio Vaticano II, ricordo che «lo stesso potere pubblico, che giustamente si interessa della salute fisica dei cittadini, ha il dovere di provvedere con giustizia e diligenza, mediante la promulgazione di leggi e l'efficace loro applicazione, che dall'abuso di questi strumenti non derivino gravi danni alla moralità pubblica e al progresso della società» (*Inter Mirifica*, 12).

6. Infatti, poiché all'inizio della comunicazione vi è un *uomo-comunicatore* e, al suo termine, vi è un *uomo-recettore*, gli strumenti di comunicazione sociale faciliteranno l'incontro tra fede e cultura quanto più favoriranno l'incontro delle persone fra loro, affinché non si formi una massa di individui isolati, ciascuno dei quali sia in dialogo con la pagina, o con il palcoscenico, o con il piccolo e grande schermo, ma una comunità di persone consapevoli dell'importanza dell'incontro con la fede e con la cultura e decise a realizzarlo attraverso il contatto *personale*, nella famiglia, nel luogo di lavoro, nelle relazioni sociali. Cultura e fede, che nei *mass-media* trovano utili e talora indispensabili ausili diretti o indiretti, circolano nel dialogo tra genitori e figli, si arricchiscono attraverso l'opera di insegnanti e di educatori, si sviluppano attraverso l'azione pastorale diretta, fino all'incontro personale con Cristo presente nella Chiesa e nei suoi sacramenti.

Con l'intercessione di Maria Santissima, invoco sugli operatori della comunicazione e sulla sterminata comunità dei recettori, i celesti favori, di cui è propiziatrice la mia apostolica benedizione, affinché ciascuno nel proprio ruolo si impegni a far sì che le comunicazioni sociali siano strumenti sempre più efficaci di incontro tra fede e cultura.

Dal Vaticano, 24 maggio 1984, sesto di Pontificato.

IOANNES PAULUS PP. II