**Homilie op de dag van de media: “Media, hof of doolhof?”**

 Tielt, 29 september 2013

Er waren eens, zo vertelde me iemand, 2 luiaards. Ze werkten niet, ze aten graag en dronken veel. Op korte tijd zaten ze zonder geld. Eén van de twee zei: “We moeten absoluut iets vinden om aan geld te raken, bij voorkeur zonder werken. Maar ja, hoe?” Waarop de andere antwoordde: “Ik weet het. We zullen een bank overvallen. Dan hebben we ineens een zak geld.” Ze pleegden een bankoverval. Het lukte en ze keerden huiswaarts met een grote zak geld. En ze aten en dronken van geluk. Plots zei één van de twee: “Laten we eens tellen hoeveel er in die zak steekt.” “Dat hoeft niet, zei de tweede, want deze avond in het T.V.-nieuws zullen ze wel zeggen hoeveel erin steekt en morgen kunnen we het lezen in de krant.”

Ik vermoed dat het verhaal niet echt gebeurd is. Maar, als het niet waar is, is het toch knap gevonden. Maar ik ken ook het ware verhaal van dat jongetje dat aan zijn vader zei: “Papa, dat is niet waar, want het staat niet in de krant.” Zeker en waar is dat de media onze kennis, ons doen en laten bepalen. Zonder dat je het weet of wilt!

Wat je drinkt wordt bepaald door de reclame. Coca-cola b.v. is pas sinds het midden van de vorige eeuw bekend dank zij een meesterlijk uitgekiende barnumreclame. Ook de kledij wordt door de reclame gedicteerd. Denk maar aan de opmars van de jeansmode, die in de 19e eeuw oorspronkelijk door Levi Straus gemaakt werd als stevige werkkledij voor de goudzoekers in Californië. Later, een eeuw later, in de jaren ’60 en ’70, werd jeans het uniform van de nozems, de hippies, de contestanten en non-conformisten. Nog later, toen de contestatie afzwakte en de jeans bijgevolg minder in trek was, wist een handige reclame de voorname en chique dames en heren te verleiden tot het dragen van een jeansbroek met bijpassende jeansjas.

Dat alles is niet zo belangrijk. Veel belangrijker is te beseffen dat ongewild heel je denken, doen en laten door de media wordt gedicteerd.

Je succes wordt erdoor bepaald, maar ook je ondergang. Heb je 15 jaar geleden gekeken naar de tapes van het verhoor van Bill Clinton, 4 uur lang. Een ontluisterende mediashow rond een banale weliswaar af te keuren sexhistorie, met grote gevolgen voor president Clinton. Monica Lewinsky werd erdoor een succesmannequin en kreeg door een modehuis een contract aangeboden van meer dan 25 miljoen Belgische Frank. Wat een zielig gedoe, waarnaar zoveel mensen keken. Misschien terecht! Want de koers van de aandelen werd erdoor bepaald. Weet je dat tijdens de uitzending van de tapes van de ondervraging van Bill Clinton de CNN rechts onderaan het scherm de stand van de Dow Jones meegaf, al was het maar om te zien hoe een uitspraak of de mimiek van de president de koers kon beïnvloeden. De waarde van je spaargeld wordt blijkbaar erdoor bepaald. Wat een verloedering!

De media kunnen je als weerloos prooi kapot maken, soms voor de rest van je dagen. Denk maar aan de zogezegde en lang geloofde incestueuze relatie van Notaris X, die jarenlang in de kranten en weekbladen te lezen stond. Jaren later verscheen een onopvallend bericht dat de aanklacht puur verzonnen was. Die notaris was erdoor besmeurd voor de rest van zijn dagen.

Het evangelieverhaal van de arme Lazarus en de rijke vrek, dat we zopas beluisterd hebben, is het eeuwige verhaal van de kloof tussen arm en rijk. Die kloof wordt thans door de media nog in de hand gewerkt. Blijkbaar worden mensen niet graag geconfronteerd met de armoede en de miserie in de wereld. Slecht voor de kijkcijfers! Dat bepaalt alles.

Een zelfde beeld krijgen we bij de media zoals Internet. Het schijnt dat het ganse continent Afrika , zonder Zuid-Afrika, veel minder internetgebruikers heeft dan een klein landje als België. Toch wordt internet voorgesteld als het communicatiemiddel van de 21e eeuw. Maar met wie zal er dan gecommuniceerd worden? Uitsluitend met internetgebruikers uit andere rijke landen. De kloof tussen arme en rijke landen zal erdoor nog dieper worden.

Onze media staan daarenboven bol van negatieve en deprimerende berichten. Vele mensen kunnen niet gaan slapen zonder de krant gelezen te hebben en, als ze die gelezen hebben, kunnen ze niet slapen door wat ze gelezen hebben.

Gelukkig krijgen we af en toe ook deugddoend nieuws: een reportage over mensen die zich onbaatzuchtig inzetten voor minder bedeelden, spontane en onbaatzuchtige hulp van buren en kennissen bij een ramp in een buurt of familie, enz… Nieuws dat ons bemoedigt en inspireert! Gelukkig maar!

In het Sint-Lodewijkscollege te Brugge, waar ik toen directeur was, was er 25 jaar geleden een welsprekendheidstornooi over het thema “Televisie.” In de typisch revolutionaire stijl van een achttienjarige begon die leerling zijn toespraak met die fameuze zinnen: “Ik kom u een complot onthullen. De hele B.R.T.-top heeft besloten ons bewustzijn, ons verstand en onze kritiek te vermoorden… De beeldbuis is een treurbuis geworden die niets anders te bieden heeft dan snoepjes voor het volk… Is Vlaanderen dan werkelijk zo stompzinnig geworden? Waar is onze cultuur? Waar zijn onze wortels? Waar is onze fierheid? Waar is ons eergevoel?”

Die achttienjarige leerling eindigde zijn toespraak met de waarschuwing: “Lieve beeldbuiskinderen, denk aan wat ik u gezegd heb wanneer u zich vanavond als boeddhistische monniken rond het tabernakel schaart en de heilige koe aansteekt.”

 Gabriël Buyse, pastoor-deken em. Tielt