HOMILIE  
**FoMo**

Lucas 16,19-31

**25 september 2016**

*Pol Hendrix*



Dit is een gevaarlijk evangelie. Een evangelie dat gemakkelijk misbruikt kan worden en het wérd dan ook misbruikt. Eeuwenlang werden de armen ermee gesust, dat ze hun miserie maar moesten verdragen en dat ze er dan in de hemel ruimschoots voor beloond zouden worden. Tegenwoordig liggen weinig mensen nog wakker van hun lot in het hiernamaals. De meesten menen dat er geen hiernamaals bestaat. Het is nu dat je moet profiteren van het leven! Iedereen kijkt op naar mensen die succesrijk zijn, die het gemaakt hebben in het leven. Dat wil iedereen ook graag voor zichzelf. Via de media wordt ons verteld wat je moet hebben en doen om er echt bij te horen. Het houdt de economie draaiende, maar die functioneert wel volgens keiharde wetmatigheden. Er moet vooral winst worden gemaakt en dus moet de kostprijs van het product zo laag mogelijk worden gehouden. Dus beter met je bedrijf naar een van de lageloonlanden verhuizen en hier de boel sluiten. En wij maar Chinese namaak kopen!

De media houden ons op de hoogte. Ze houden ons namelijk op zo ’n hoogte, dat we vooral zien wat overal bovenuit steekt en het leven er ondanks alles toch nog rooskleurig uitziet, maar door zo te zweven voelen we ondertussen niet dat de grond onder onze voeten wegschuift. We denken wel dat we allemaal goed weten waarmee we bezig zijn, dat we heel realistisch zijn en ons niks laten wijsmaken, maar de impact van de media kan je nooit overschatten. Je ondergaat de invloed van de media in min of meerdere mate altijd. Dat is niet alleen de laatste jaren zo, met de nieuwste ontwikkelingen op dat gebied, maar dat is al zo vanaf de uitvinding van de boekdrukkunst. Zonder de boekdrukkunst zou het protestantisme niet zo ’n vaart hebben genomen bij voorbeeld. Toen is het begonnen met de macht van de media. En natuurlijk zijn de communicatiemedia op zich een goede zaak. Je kan er wel degelijk veel goeds mee doen, dat beseffen we ook wel. Maar het is ook heel gemakkelijk om er misbruik van te maken en dat wordt dan ook volop gedaan, in ’t klein en in ’t groot.

De kracht van de communicatiemedia ligt in hun – hoor goed – religiositeit! Wij gebruiken dat woord eigenlijk enkel in godsdienstige zin, maar in wezen is het een hunkering naar het zien van verbanden en het beleven van verbondenheid. Zo staat het niet in de dikke Van Dale .., nog niet, maar ergens deze week komt deze homilie op het internet en voor je ’t weet wordt mijn verklaring aan die van die andere ‘dikke’ toegevoegd ... Alle communicatiemiddelen bewerken de religiositeit van de mensen. Mensen willen zich graag verbonden voelen. Misschien steeds minder met God, maar des te meer met alles wat er leeft onder de mensen, vooral onder vermeende gelijkgezinden. En tot wat lijdt dat dan, vooral bij jonge mensen? Tot ‘FoMo’. ‘Fear of missing out’ wil dat zeggen, de angst om iets belangrijks te missen. Je had erbij moeten zijn, je had er deel van kunnen uitmaken, maar je hebt het ondanks al je intensieve gefacebook en getwitter gemist. Dat bewijst wel het kwetsbare en oppervlakkige karakter van het religieuze vermogen van de communicatiemiddelen.

De smartphones en de iPads hebben God van zijn troon gestoten. Ken je dat gospelliedje nog? “He’s got the whole world in his hand”? Ieder die een smartphone heeft is zelf God. Je hebt de hele wereld in je hand of je hebt althans die illusie! ‘Bij God is niets onmogelijk,’ zei Jezus destijds. Dat denken die van Apple en Microsoft van zichzelf ook! En zo verdienen zij miljarden op miljarden omdat zij handig gebruik maken van die ‘religieuze’ behoefte bij jonge mensen die schijnbaar door hun producten wordt ingevuld. De mens is een religieus wezen. Eeuwenlang werd daarin voorzien door de godsdiensten. Nu gaat de mens niet meer op zoek naar God, maar naar Pokémon!... Mensen lopen kriskras door elkaar terwijl ze aldoor naar dat kleine schermpje in hun hand zitten te staren – wat een verbondenheid, zeg! Degenen onder ons die dat niet doen, denken: wat een dwaasheid en zij veroordelen dergelijk gedrag, maar zijn zij wel zoveel beter? Denk vooral nooit dat u niet beïnvloed wordt door de media. Misschien begaat u nog grotere dwaasheden, zonder u daarvan bewust te zijn!

Het is dus Mediazondag en natuurlijk droomt de kerk ervan om ook zo ’n invloed op mensen te kunnen uitoefenen via de media. En ze hebben gelijk, zolang zij er tenminste correct gebruik van blijven maken. Het christelijke gedachtegoed is inderdaad veel te weinig aanwezig in de media. Hoe kunnen mensen de vreugde van het geloof leren kennen als dat geloof nergens te beleven valt? Via de media kunnen we daarvan iets laten zien, zodat ze heel misschien toch eens dat ding in hun hand wegleggen en met open handen de gave van het geloof aannemen – om het nog eens op een ouderwetse manier te zeggen! Hun angst om iets belangrijks niet te hebben meegemaakt (FoMo) is gegrond omdat ze juist tevéél en te krampachtig de wereld in hun hand houden. Loslaten is altijd een goed begin om Gods barmhartigheid te kunnen ervaren! De media kunnen daarin uiteraard een rol spelen, maar we moeten er wel op een gezonde manier mee leren omgaan.

Toen de rijke in de hel aan het ‘skypen’ was met Lazarus in de hemel … was de hond die Lazarus’ zweren had gelikt aan het denken: ik had veel beter die rijke eens goed in zijn kont gebeten, zodat hij van ’t verschieten al zijn eten in de schoot van Lazarus had laten vallen. Het leven was simpel toen, maar ook hard. Het eerste is serieus veranderd, het tweede spijtig genoeg nog niet …