



Roelf Haan

Religieuze massacommunicatie

Maatschappelijke uitspraken van de kerk kunnen maatschappelijke tegenstellingen oproepen binnen de kerkgemeenschap. Dit vormt voor velen voldoende reden om die kerk daarvan dus af te houden: de kerk moet niet maatschappelijk spreken, want anders zet zij zichzelf te zeer op het spel. Maatschappelijk optreden van de kerken in de media is per definitie maatschappelijk spreken. Niet-communiceren is hier een onmogelijkheid. Kerkelijke uitzendingen voor radio of televisie zijn een vorm van maatschappelijk spreken van de kerk. Hiermee is dus onvermijdelijk geworden dat de kerken die daaraan doen tegenstellingen in eigen gelederen oproepen. Zulke tegenstellingen behoeven echter de kerkgemeenschap niet te schaden; zij zijn er het bewijs van dat er communicatieprocessen gaande zijn. Meningsverschillen stellen eisen aan de communicatie, maar zij scheppen ook nieuwe mogelijkheden daarvoor.

Beter is het gesprek, dan het zwijgen van de onverschilligheid. Toch lijkt niets moeilijker dan het gesprek over geloofsinterpretaties. De kerken kunnen op de televisie best wel controversele onderwerpen behandelen; zolang deze als „profaan” worden gezien zullen sommigen dit wellicht betreuren als iets dat niet op de weg van de kerken zou liggen, maar zij kunnen, als zij „het er niet mee eens zijn” zich er eenvoudig van afkeren. Zodra echter het geloof zelf aan de orde is schijnt verschil van visie metterdaad te verstarren in polarisatie. Wordt hier wel het ware geloof gepredikt? of, zoals de vraag meestal luidt, herken ik *mijzelf*

eigenlijk wel in datgene wat anderen, met wie ik kerkelijk verbonden ben, menen te moeten zeggen over „het” geloof? De reacties bij voorbeeld op het IKON-programma „De zee van het geloof” lagen, wat sommigen betreft, in deze lijn. De presentator van deze serie, Don Cupitt, werd in een kritisch commentaar in een van de kerkelijke weekbladen „Don Cupitt” genoemd: een heel sprekende verschrijving, want was hier niet de „pulpit”, d.w.z. de preekstoel, in het geding? Kan er vanuit de kerk, ook al is het op de televisie, op een andere wijze over het geloof worden gesproken dan gebruikelijk is op de preekstoel? Zou dat geen mensen aan het twijfelen brengen, of zelfs van hun geloof doen vallen?

Kennelijk is het geloofsgesprek als het gaat over kerkelijk mediabeleid in de kerken zelf een moeilijk gesprek. We hebben daar nauwelijks een begin mee gemaakt. Eenvoudige formules worden gehanteerd voor een uitdaging en een opdracht die veelomvattender en spannender zijn.

Het gaat mij nu niet om het aangehaalde voorbeeld zelf, al wil ik er wel van zeggen dat ik mij niet kan voorstellen hoe het zien van een dergelijke documentaire als de genoemde mijn geloof zou kunnen schaden. Ik leer er wel beter mee omgaan, het te toetsen en te investeren in een dialoog met de mij omringende realiteit.

Het probleem heeft een achtergrond waarvan de kerken zich niet altijd bewust zijn. Die heeft te maken met de geseculariseerde wereld waarin de religieuze communicatie plaatsvindt. Over deze vorm van

communicatie is onlangs een dik boek verschenen, getiteld „Media en religieuze communicatie, een uitdaging aan de christelijke geloofsgemeenschap”. Over ieder van de hier gebruikte termen is het nodig goed na te denken. Voor hun bijdragen aan dat nadenken moeten wij de samenstellers van deze opstellenbundel, Joan Hemels en Henk Hoekstra, zeer erkentelijk zijn. In hun inleiding zeggen zij dat zij deze — overwegend door katholieke auteurs geschreven — studie zien als een soort inhaalmanoeuvre met betrekking tot wat in protestantse kring al is gedaan op dit terrein.

Zij noemen de namen van Spelberg, Kraemer, Lammens, Van der Meiden en Jager.

Dr. J. M. van Leeuwen, die als theoloog verbonden is aan het Katholiek Mediacentrum in Zeist, merkt in dit boek op, dat de kerk zich niet kan plaatsen buiten wat anderen doen en dan maar hopen dat de boodschap overkomt. Zij moet zich voegen in de rijen van goedwillende mensen en daar proberen de hoop levend te houden. Het geloof is geen buitenwereldse zaak; het kan niet worden overgedragen door louter „religieuze” taal, maar zegt hij: „Geloven wordt meer en meer een levenswijze” (pag. 63). De secularisatie brengt wel verwarring, maar wanneer zij wordt onderkend en aanvaard, baant zij tegelijk een weg naar een grotere eenheid van geloven en leven, en opent daarvoor nieuwe mogelijkheden voor de communicatie tussen kerk en maatschappij. Het kerkelijke mediawerk speelt zich onmiddellijk af in de relatie tussen geloof en samen-

leving. Als het goed is brengt het die relatie zelf als het ware in beeld. Kerkelijke uitzendingen zijn dus geen kerkelijk onderonsje, in de zin van: „Kijk ons eens geloven!”. De samenleving is geseculariseerd: zij is wel iets geheel anders geworden dan de kerk. Maar tegelijkertijd is die kerk op deze nieuwe werkelijkheid met huid en haar betrokken. Dat vereist oriëntatie en heroriëntatie. De kerk staat daarbij inderdaad op het spel. Zij wordt mijns inziens door deze uitdaging eenvoudig gedwongen tot oecumene. Heel concreet wordt dit zichtbaar op lokaal vlak, zoals bleek tijdens de studiedag over Kerk en Lokale Omroep, die onlangs werd georganiseerd door de Sectie Publiciteit van de Raad van Kerken. Het verschijnsel — de uitdaging — van de lokale omroep dwingt tot oecumenische samenwerking, ook waar die er nog niet mocht zijn! Het zich op dienstbare wijze begeven in de geseculariseerde maatschappij blijkt een uitnodiging te zijn tot kerkvernieuwing en tot geloofsverdieping. Het doel van de kerkelijke communicatie is immers wereldvernieuwing: het „openhouden” van de ontwikkelingen in de menselijke samenleving, zoals Van Leeuwen zegt; alleen een kerk die zich in de wereld begeeft, en dus niet zichzelf tot doel heeft, wordt „er beter van”.