

Massamedia bieden bedrieglijk surrogaat van communicatie"

L. M. P. Scholten: „nadruk op persoonlijke relatie”

CAPELLE AAN DEN USSEL — „Massacommunicatie is in de grond van de zaak geen communicatie. Massa en communicatie zijn twee begrippen die met elkaar in tegenspraak zijn. Voor werkelijke communicatie moet er een persoonlijke relatie zijn”.

Dit zegt L. M. P. Scholten, zelf jarenlang werkzaam geweest in de journalistiek en sinds 1982 verbonden aan een uitgeverij. „Wanneer wij over communicatie praten, dienen wij ons te realiseren dat wij een woord uit de dogmatiek gebruiken”, aldus Scholten.

De Latijnse kerkvaders gebruikten het om er de onderlinge verhouding in het wezen Gods mee aan te duiden. Dan kunnen wij er iets van vermoeden, hoe vol en innig het begrip communicatie is. De verhouding tussen mensen onderling is daarvan een schamele afspiegeling, zoals ook het huwelijk onder de mensen een afschaduwing is van een goddelijke zaak, de verhouding tussen Christus en Zijn bruidskerk. Echte communicatie kan alleen maar een zaak van het gesproken woord zijn, van hart tot hart.

Surrogaat omdraaien.

De massacommunicatiemediën zijn producten van een techniek die op een geweldige wijze afstanden kan overbruggen. Heel Nederland kan op hetzelfde moment naar dezelfde mens kijken en luisteren. Maar daardoor zijn ze juist zo bedrieglijk. De communicatie die ze suggereren, is niet meer dan surrogaat. Dat kan ook niet anders. Want wat de techniek enerzijds aan afstand wint, brengt aan de andere kant een vervreemding, een ontpersonlijking, een ontmenselijking teweeg. In werkelijkheid blijft de afstand bestaan.

Televisie wijs ik onder de huidige omstandigheden al direct af omdat men er „de wereld” mee in huis haalt. Maar als dan de vraag gesteld wordt, of wij ondanks alle bezwaren toch de mogelijkheid niet dienen aan te grijpen om via dit medium onze boodschap uit te dragen onder de massa, dient een wedervraag gesteld te worden. Is dit medium wel geschikt voor deze boodschap? Mijn antwoord is neen.

Persoonlijke relatie

Vergelijk eens een radiokerkdienst met kerktelefoon. Er is een groot en wezenlijk verschil. In het laatste geval gaat het om een beperkt aantal luisteraars. Voorganger en luisteraars kennen elkaar, er is persoonlijke voorbede, er is directe pastorale zorg.

Dat is met een bandje alweer anders. Een preek van een bandje „doet” al gauw weinig meer. Niemand zal er ooit serieus over denken, in een leesdienst de preeklezende ouderling te vervangen door een bandje op de preekstoel.

Wezenlijk voor wat er in een kerkdienst gebeurt, is dat het gebeurt in de persoonlijke relatie tussen de voorganger en de gemeente, hier en op dit moment, dat dan ook principieel onherhaalbaar is. Je kunt de indruk hebben dat je het kunt herhalen (door cassettes), maar dat is bedrieglijk. En wie een kerkdienst volgt via radio of tv, is geen deelnemer, maar toeschouwer, „publiek”.

Daar zijn nog meer afstanden die door de techniek niet opgeheven konden worden, en die echte communicatie via radio of tv onmogelijk maken. Het afstomp effect neemt een grote plaats in. Dat geldt niet alleen ten

aanzien van moord, honger, onrecht enzovoort, maar ook ten aanzien van de verkondiging van Gods Woord. En komt de boodschap je toch nog te na, dan kun je nog altijd simpel de knop omdraaien.

Eigen wetten

Daar komt dan ook nog bij, dat het medium zijn eigen wetten heeft, waarnaar de boodschap zich heeft te schikken. Treffend is steeds als op de hervormde of gereformeerde synode de IKON zijn uitzendingen verdedigt. Daar komt altijd de maatschappelijke relevantie ter sprake. De mensen van de IKON beroepen zich dan op de eigen aard van het medium: tv vraagt om een boodschap die primair sociaal-ethisch van aard is. Het leent zich niet voor verkondiging of apologetiek. De proclamatie van het Woord moet noodzakelijkerwijs ingeruimd worden voor het „aanreiken van informatie“. Het Bijbelverhaal moet „relevant“ gemaakt kunnen worden voor de informatie.

Dat verklaart tevens de lage kijkcijfers van de EO. Wat men daar voorstaat, is in strijd met de aard en eigen wetten van het medium. Ik heb het nu dus niet over het inhoudelijke van hun boodschap. Tv vraagt om een „zoekend bezig zijn“ en verdraagt niet een met gezag gesproken woord, zeker geen goddelijk gezag. Men zegt wel, dat de tijdgeest een product van de televisie is, maar het omgekeerde is nog veel meer waar: televisie is een product van de tijdgeest.

Verder wordt de werkelijkheid vertekend. Men kijkt niet wat men zelf zou zien of horen maar via de bril en de oren van de regisseur. Men is dus niet meer vrij en men is zeker niet meer op elkaar betrokken. Veelal werkt men met suggestieve beelden en speelt men in op verborgen sentimenten.

Onderscheid

Ten aanzien van kranten en weekbladen moet ik zeggen dat, mede door de aard, andere normen gelden. Daar dient ook onderscheid gemaakt te worden in actief en passief gebruik. Stel dat ik gevraagd zou worden als SGP-raadslid voor een interview in het Algemeen Dagblad. Dat zou ik wel doen, de krant zomaar lezen niet, al is het heel redelijk dat men gezien bijvoorbeeld zijn functie meer kranten leest dan het RD alleen. Ik denk dan bijvoorbeeld aan Kamerleden, predikanten en zij die dat anderszins echt nodig hebben om breed georiënteerd te blijven.

Soms weiger je gewoon door de aard van een blad of boek een bijdrage te leveren. Als Anne van der Meyden mij zou vragen een soort evaluatie te geven in zijn boek over de zwartekousenkerk over de Gereformeerde Gemeenten in Nederland dan weiger ik, net als ik dat in Panorama zou doen. Maar als men mij zou vragen in een gedenkboek van de Gereformeerde Gemeenten of de Christelijke Gereformeerde kerken een bijdrage te schrijven (men zal het niet doen!) dan zou ik daartoe bereid zijn.

Niet absoluut

Maar dit zijn zaken waarbij ik geen absolute maatstaf zou willen geven.

Dat geldt ook ten aanzien van de ethiek die uitgevers of boekhandelaren moeten hanteren. Een christenboekhandelaar zal geen Jan Cremer verkopen. Hij dient echter wel te weten wat hij verkoopt om goed te kunnen adviseren. Datzelfde geldt ten aanzien van theologische boeken. We moeten wel weten wat anderen denken om onszelf en de gemeente te wapenen.

Heel sterk moet ik altijd denken als het gaat over televisie, radio, weekbladen, dagbladen enzovoorts aan de bede „en leid ons niet in verzoeking“. Hoe kun je dat nog welgemeend bidden als je doelbewust bepaalde tijdschriften in huis haalt, of kranten als de Telegraaf, het AD of televisie, of bepaalde boeken?

In dit verband wil ik herinneren aan een uitspraak van prof. dr. H. Berkhof die, overigens erg generaliserend, zei dat het wezenlijke verschil tussen de Gereformeerde Gemeenten en de Christelijke Gereformeerde Kerken was dat laatstgenoemden hun gezinnen voor de tv opengesteld hebben en derhalve voor de moderne cultuur. Berkhof noemde de beslissing van de Gereformeerde Gemeenten in zake televisie een principiële.

Huisbezoek

Bij ons in de Gereformeerde Gemeenten in Nederland is tv-bezit censurabel zoals dat ook bij de Oudgereformeerden het geval is. In de prediking komen ook andere vormen aan de orde. Tijdens huisbezoek wordt ook wel gepraat over de krant die wij hebben, het tijdschrift, enzovoorts.

In onze kringen heerst vaak, ik moet dat helaas constateren, een zeer onkritische geest. Men raakt snel ergens van in de ban. Het beste voorbeeld is de geruchtenstroom die onlangs in reformatorische en ook in evangelische kring opkwam rond dat zogenaamde teken van het beest bij die wasmiddelenfirma. Daarin heeft het RD zeker een taak al kan ook een krant niet op alle onzin ingaan of alle roddels weerspreken.

Maar ik wil benadrukken dat, en dan geef ik een oordeel op inhoud, veel kranten voor ons niet acceptabel zijn wat betreft de schijnwereld, de glitter, de sport en de schaamteloosheid die zowel uit artikelen als ook uit advertenties blijkt.