

Caritas International roept alle hens aan dek in de strijd tegen de schrijnende ondervoeding in Congo

MEDIAZONDAG

Vriend of vijand?

‘Meer vertrouwen nodig om als Kerk goed over te komen in media’

- ▶ Vooroordelen, wantrouwen en gebrekkige voorbereiding maken dat kerkelijk nieuws niet of slecht overkomt
- ▶ Wie aan bod wil komen in de media, moet hun regels respecteren
- ▶ Mediazondag, op 27 september, vraagt solidariteit met eigen, kerkelijke media

Lieve WOUTERS

Hoe komen Kerk en geloof aan bod in kranten en televisieprogramma's? Het is niet moeilijk om voorbeelden te bedenken van uitzendingen die gepaard gaan met lichte spot of heuse misvattingen. Soms bekruipt je dan het gevoel dat de heren en dames journalisten het gemunt hebben op de Kerk. Maar is dat zo?

„Ook politici en bedrijfsleiders zijn zelden gelukkig met het beeld dat de media van hen ophangen. Ze worden niet zo anders behandeld dan de Kerk”, stelt Hans Geybels, woordvoerder van kardinaal Danneels, in *Geloven in de media*. In die brochure, uitgegeven ter gelegenheid van Mediazondag, analyseert hij in een eerste hoofdstuk hoe de media werken, om vervolgens een aantal tips te geven voor wie wenst ‘binnen te breken’ in kranten en televisie.

Zijn visie wordt gedeeld door Joan Hemels, hoogleraar communicatiewetenschap in Nederland. In zijn nieuwe boek *Geloven in communicatie. Religie in de media* (Uitgeverij Kok) pleit hij voor een nieuwe stijl van communiceren in de Kerk. „De dominante hiërarchische communicatiecultuur zal moeten wijken voor een door open dialoog gekenmerkte communicatie, dus zonder bevelstructuur en de monoloog van het eenrichtingsverkeer. Juist een geloofsgemeenschap zou een oefenplaats voor alle kerkgenoten dienen te zijn voor



Hoewel journalisten niet houden van de Kerk als instituut, is kardinaal Danneels, vertegenwoordiger ervan, razend populair. © Belga

een alternatieve communicatiestijl”, zo schrijft hij.

Voorbeelden van slechte communicatie? Joan Hemels wijst naar de zaak-Williamson, de lefebvristische bisschop die de

„Bekijk de media als een spiegel van uw vriendelijkheid. Misschien dat dan ook even de bijzondere betekenis van onze godsdienst mag oplichten”

Holocaust ontkennde, en de condoomspraak van de paus op weg naar Afrika, twee recente voorbeelden die de Kerk heel wat imagoschade berokkendden. Er

zijn echter ook goede voorbeelden, zoals de manier waarop de Wereldjongerendagen over het algemeen in het nieuws komen.

Geybels zowel als Hemels is het erover eens dat nooit de boodschap zelf uit het oog mag worden verloren, en dat is de Blijde Boodschap. „Bekijk de media als een spiegel van uw vriendelijkheid”, raadt Joan Hemels aan. „Misschien dat dan ook even de bijzondere betekenis van onze godsdienst voor mens en samenleving kan oplichten.”

Daarom pleit Hans Geybels ook voor een doordachte aanpak wanneer parochies of groepen op het regionale of algemene niveau een beroep willen doen op de media. „Je moet hun regels respecteren: kort en krachtig weergeven wat je te vertellen hebt, een contact-

persoon voor de pers aanstellen, de journalisten tijdig op de hoogte brengen.” Een aanpak zonder angst ook, steeds opnieuw in het vertrouwen dat de journalist er ook een goed artikel van wil maken.

Het thema van deze Mediazondag sluit daar goed bij aan: *Wie niet tegen ons is, is voor ons*, een vers uit het zondagsevangelie (Marcus 9, 40). Het is een uitnodiging om niet bang te zijn van de media, maar er zinvol gebruik van te maken om het Goede Nieuws te verkondigen.

Ook de eigen, kerkelijke media verdienen aandacht op Mediazondag. Daarvoor wordt een speciale collecte gehouden. Die media zijn overigens in volle ontwikkeling, kijk maar naar de eerste bladzijden van dit blad. Op

deze woensdag vóór Mediazondag sluiten alle parochiebladen aan bij de nieuwe opmaak van het blad. Een uitdaging voor al onze plaatselijke redacteurs die wekelijks tijd en energie investeren om er waardevolle pagina's van te maken.

De Kerk mag hen bij deze danken en aanmoedigen om hun werk met veel creativiteit voort te zetten. Zij zijn immers een onmisbare schakel voor het voortbestaan van dit blad, dat er is om de geloofsgemeenschap te dienen.

De kerkelijke media steunen kan met een overschrijving op rekeningnummer 435-0296241-83 met vermelding „Mediazondag 2009”. De brochure *Geloven in de media* is te verkrijgen via de persdienst van uw bisdom, zie colofon op bladzijde 6.