

Over de aanwezigheid van kerk en religie in de media

Een pastorale benadering

Ernest Henau

In het eerste gedeelte van deze bijdrage willen wij iets zeggen over de aanwezigheid van kerk en religie in de media in het algemeen. Wij zullen ook iets dieper ingaan op de ambivalente houding tussen beide. In het tweede gedeelte gaat onze aandacht naar de specifiek religieuze programma's. Hier beperken wij ons tot de situatie in Nederland en Vlaanderen met slechts functionele en dus occasionele verwijzingen naar andere landen. In het laatste gedeelte worden enkele beschouwingen gewijd aan een strategie van aanwezigheid in de media.

1. De aanwezigheid van kerk en religie in de algemene programmatie

1.1. Kerk en religie in ontspanningsprogramma's

Alvorens in te gaan op specifieke aanwezigheid van de kerk in de media, de uitdagingen en moeilijkheden, willen wij er op wijzen dat godsdienst en kerk in de media vaker ter sprake komen dan niet-verwoede tv-kijkers en radioluisteraars wel eens denken. Bovendien op plaatsen waar men het niet steeds verwacht. Wij hebben het dan niet zozeer over de impliciete religiositeit¹ maar ook over expliciete en vaak hoogkerkelijke elementen die terug te vinden zijn in fictieprogramma's en feuilletons.² Op bijna alle zenders van Europa liepen bijvoorbeeld programma's (wij denken hier aan bepaalde series met priesters, religieuzen of dominees in de hoofdrol) waarin religie en kerk zeer positief worden voorgesteld. Pastores verschijnen hier meestal als lieve mensen, tolerant en tactvol, vol humor en begrip. De kerk is een oord van menselijkheid en mildheid. Ze is troostend aanwezig rond de tragische momenten van het bestaan zoals ziekte en dood, en verhoogt de vreugde rond de andere scharniermomenten van het leven zoals geboorte en huwelijk. Ze is een toevlucht voor het menselijk wrakhout dat aanspoelt op de oevers van onze welvaartmaatschappij.

Helemaal in contrast met deze sympathiewekkende en positieve voorstelling van kerkelijke personen en christelijke grondhoudingen staat de manier waarop

¹ Vgl. E. BIEGER e.a. (eds): *Religion und Fernsehen in den neunziger Jahren* (Köln 1993).

² Men kan hier natuurlijk ook denken aan de belangrijke plaats die religieuze beelden en symbolen spelen in de reclame. Dit zou echter een aparte benadering vragen, die buiten het opzet van deze bijdrage valt.

religie en vooral kerk ter sprake komen in allerlei amusements- en vooral praatprogramma's (zowel op televisie als radio). Enkele uitzonderingen niet te na gesproken, worden religie en geloof in deze programma's bijna altijd voorgesteld als achterhaalde werkelijkheden. En de kerk wordt gezien als een instituut dat de mensheid alleen maar kommer en kwel heeft gebracht. Of er wordt de draak gestoken met religieuze symbolen en kerkmensen worden met hoon overladen.

1.2. Enkele wetmatigheden

Uit deze twee voorbeelden blijkt reeds dat de kerk in verschillende programma-soorten ter sprake kan komen. Naast de reeds geciteerde (fictie c.q. drama en amusement) kunnen nog twee andere genres worden vermeld waarin vaker sprake is van kerk en religie. Het betreft documentaires waarin de kerk dikwijls aan bod komt als historische werkelijkheid, en informatieve programma's waarin het geloof c.q. de religie ter sprake komen voorzover ze nu nog mensen inspireren en alszodanig aanleiding geven tot gebeurtenissen met enige nieuws-waarde. In al deze genres is er sprake van een zekere spanning tussen enerzijds geloof en anderzijds de wetmatigheden die de media beheersen. In de zogenoemde 'Schlichting-lezing' gehouden te Nijmegen op 19 november 1998, heeft bisschop Muskens zijn ervaringen met de massamedia beschreven.³ Dit onbevange verslag bevestigt in hoge mate een aantal theoretische inzichten in verband met de wetmatigheden die de media beheersen. Reeds onmiddellijk na zijn benoeming kwam Mgr. Muskens in het nieuws op grond van een achteraf door hem gelogenstrafte uitspraak in een interview met Omroep Brabant dat hij voorstander zou zijn van de wijding van vrouwen tot priester. Dat precies een dergelijke uitspraak – die hem kennelijk in de mond gelegd werd – in de media dank zij het NOS-journaal zulk een weerklank vond, heeft te maken met het feit dat zij een onverwachts karakter heeft. Nieuws is inderdaad enkel wat onverwachts is, wat afwijkt van de normen, wat ingaat tegen bestaande verwachtingen. Deze wetmatigheid verklaart ook waarom andere uitspraken die in de ogen van de ge-interviewde veel belangrijker zijn, niet geciteerd worden. Hetzelfde geldt ook voor de topic waarmee de bisschop de meeste aandacht trok: zijn uitspraak in verband met de tweedeling in Nederland, meer bepaald het geoorloofd zijn voor een arme om wanneer hij honger heeft een brood te stelen. De bisschop beschrijft omstandig de context waarin het hele voorval dient geplaatst te worden. Zijn uitspraak was het resultaat van meerdere acties en genuanceerde analyses die echter weinig aandacht hadden gekregen. De uitspraak van Muskens over het stelen van een broodje had echter een groot nieuwswaarde omdat ze kwam van een bisschop en bovendien als 'one-liner' goed lag in de media die het moeten hebben van oversimplificatie of vervreem-

³ M. MUSKENS: *Mijn ervaringen met de massamedia* (pro manuscripto, KIM-Nijmegen, 19 november 1998).

dingseffecten. Dat geldt ook voor de andere voorvallen (zwerven in Amsterdam, bordeelbezoek enz.).

Ook al is bisschop Muskens positief in zijn conclusie wat de manier betreft waarop hij (in het algemeen) door de media werd behandeld, toch blijkt uit het relaas ook duidelijk dat men niet per definitie kan rekenen op de media om de boodschap ook effectief over te brengen. Bovendien is uit onderzoek gebleken dat het positief imago dat een bisschop bijvoorbeeld opbouwt in de media bijna nooit afstraalt op de kerk als instelling noch op de boodschap die hij wil brengen.⁴ Dat kan men natuurlijk ook niet verwachten. Media benaderen de werkelijkheid steeds vanuit een bepaald gezichtspunt. Zij hebben – zoals reeds gezegd – bij voorkeur aandacht voor het sensationele, voor alles wat van de norm afwijkt en ingaat tegen bepaalde verwachtingspatronen. Massamedia die per definitie zoveel mogelijk mensen willen bereiken, hebben bovendien vooral oog voor wat op een universele belangstelling kan rekenen, alles wat bijvoorbeeld met sexualiteit te maken heeft. Ze beschikken ook niet over een waardenschaal die het mogelijk maakt de elementen van de informatie te wegen. Wat bijkomstig is, kan voor journalisten belangrijker zijn dan wat voor theologen en kerkmensen wezenlijk is. Vaak zullen journalisten – omdat zij zelf niet godsdienstig zijn – de religieuze werkelijkheid van buitenaf benaderen. Zij zullen dit op een analoge wijze doen, bijvoorbeeld met categorieën, begrippen, vergelijkingen ontleend aan een andere werkelijkheid die ze wel van binnenuit kennen, bijvoorbeeld de politiek. Op die manier wordt de kerk niet gezien zoals ze zichzelf verstaat, als ‘teken en instrument van heil’, maar enkel als een strijdperk van macht en invloed waar – zoals in alle instellingen – intriges, conflicten en spanningen heersen. Deze per definitie verbrokkelde, partiële benadering verduistert – daarom niet opzettelijk – de eigenlijke boodschap. Tegen deze achtergrond wordt de nood aan kerkgebonden en christelijke geïnspireerde media duidelijk. Hier zijn we aangeland bij de specifiek religieuze uitzendingen.

2. De specifiek religieuze programma's

Er bestaat in de Europese context een politieke consensus over het feit dat er plaats moet zijn voor religieuze c.q. levensbeschouwelijke programma's. Onder deze hoofding vallen ook de uitzendingen van eucharistievieringen waarover wij hier slechts terloops zullen spreken.

2.1. Zendtijd voor kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag (Nederland)

Hoewel Nederland een sterk geseculariseerd land is, heeft het een publiek omroepsysteem dat zeer gunstig is voor expliciet religieuze programma's. Het

⁴ Vgl. het marktonderzoek door VEPEC naar het imago van kardinaal Danneels en het imago van de kerk in Vlaanderen.

grootste deel van de radio- en televisie-uitzendingen wordt verzorgd door maatschappelijke organisaties die de samenstelling van de bevolking weerspiegelen. Deze organisaties hebben recht op een aantal uren uitzendingen op voorwaarde dat zij de regels eerbiedigen die vastgelegd zijn in de Mediawet. Nederland heeft dus geen staats televisie en dat betekent dat de overheid geen enkele invloed kan uitoefenen op de inhoud van de programma's.

In principe kan elke groep van burgers in Nederland onder bepaalde voorwaarden, een vereniging in het leven roepen met het doel een aantal zenduren te verkrijgen. De voornaamste voorwaarden zijn: de organisatie moet tot doel hebben radio- en televisieprogramma's te verzorgen. Iedere omroepvereniging dient een volledig pakket van programma's te realiseren, dat wil zeggen informatieve, educatieve, culturele en ontspanningsprogramma's. Een omroepvereniging is een vereniging die voldoet aan de volgende eisen:

- (1) de vereniging heeft volledige rechtsbevoegdheid.
- (2) de vereniging stelt zich blijkens haar statuten uitsluitend, althans hoofdzakelijk ten doel, een omroepprogramma te verzorgen;
- (3) de vereniging stelt zich blijkens haar statuten ten doel in haar programma een bepaalde, in de statuten aangeduide, maatschappelijke, culturele of godsdienstige dan wel geestelijke stroming te vertegenwoordigen en zich in haar programma te richten op de bevrediging van in het volk levende maatschappelijke, culturele of godsdienstige dan wel geestelijke behoeften.⁵

De filosofie die achter deze aanpak schuilt, is dat Nederland weliswaar een klein maar veelkleurig land is. En die veelkleurigheid betreft ook de godsdienstige en levensbeschouwelijke varianten.

Dat is ook de reden waarom de overheid aan de kerken en genootschappen op geestelijke grondslag (bijvoorbeeld Humanistisch Verbond) rechtstreeks zendtijd op radio en televisie toekent:

- (1) Het Commissariaat voor de Media kan eenmaal in de vijf jaren voor een periode van vijf jaren zendtijd voor landelijke omroep toewijzen aan kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag, dan wel aan rechtspersonen waarin twee of meer van deze genootschappen samenwerken. De zendtijd vervalt na afloop van deze periode.
- (2) Het Commissariaat kan zendtijd als bedoeld in het eerste lid ook in andere jaren toewijzen met dien verstande dat deze zendtijd vervalt op het tijdstip waarop de zendtijd, bedoeld in het eerste lid, vervalt.
- (3) De kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag die zendtijd hebben verkregen, zijn gerechtigd de verzorging van hun programma's op te dragen aan hetzij de Stichting, hetzij een omroepvereniging die zendtijd heeft verkregen, hetzij een door hen in het leven geroepen orgaan.⁶

⁵ Artikel 14 van de Mediawet.

⁶ Artikel 39f van de Mediawet.

In tegenstelling tot de reformatische kerken heeft de rooms-katholieke kerk geen apart omroepbedrijf (zoals de IKON) in het leven geroepen. De Nederlandse bisschoppenconferentie heeft de verzorging van de RKK zendtijd opgedragen aan de KRO. De bisschoppelijke Commissie voor de Media stelt de hoofdlijnen van de programmering vast. Jaarlijks zendt de RKK omroep circa 100 uur op de televisie en 250 uur via de radio uit.

Volgens artikel 50, vijfde lid gebruikt een kerkgenootschap zijn zendtijd geheel voor een kerkelijk programma. Dit begrip is niet gedefinieerd, en de inhoud ervan wordt in eerste instantie door het betreffende kerkgenootschap zelf ingevuld. Het Commissariaat van de Media heeft hierbij een toezichthoudende rol.⁷

In vergelijking met andere landen zijn deze zendtijd en de daarmee verbonden geldelijke middelen ruim bemeten. Daar komt nog bij dat ook de omroepverenigingen zelf – indien ze dit willen – religieuze programma's kunnen uitzenden. De zendtijd in de openbare omroep wordt immers toebedeeld aan omroepverenigingen die zoals de Mediawet het formuleert: “zich ten doel (stellen) in haar programma een bepaalde, in de statuten aangeduide, maatschappelijke, culturele, godsdienstige dan wel geestelijke stroming te vertegenwoordigen en zich in haar programma te richten op de bevrediging van in het volk levende maatschappelijke, culturele of godsdienstige dan wel geestelijke behoeften” (Artikel 14, eerste lid onder C). Zo heeft de KRO zelf ook nog een aantal religieuze programma's op radio en televisie.

2.2. Levensbeschouwelijke programma's (Vlaanderen)

In mei 1997 verscheen in het *Belgisch Staatsblad / Moniteur Belge* het 'Decreet betreffende de omzetting van de BRTN in een naamloos vennootschap van publiek recht' waarbij de Vlaamse gemeenschap de enige aandeelhouder is. In hoofdstuk XI wordt gesproken over “Televisieprogramma's door levensbeschouwelijke verenigingen en politieke verenigingen en radioprogramma's door levensbeschouwelijke, politieke en sociaaleconomische verenigingen” (Artikelen 27bis, 27ter, 27quater). Onder levensbeschouwelijke verenigingen wordt verstaan: “niet commerciële verenigingen die tot doel hebben programma's te verzorgen die rechtstreeks zijn afgestemd op het verschaffen van opiniëring vanuit representatieve levensbeschouwelijke stromingen.” In paragraaf 2 van Artikel 27bis wordt gezegd dat de Vlaamse regering twee levensbeschouwelijke verenigingen erkent die overeenstemmen met de meest representatieve levensbeschouwelijke stromingen (d.w.z. de katholieke en de vrijzinnige). Er wordt echter aan toegevoegd dat “de Vlaamse regering ook andere verenigingen met een levensbeschouwelijk karakter kan erkennen”. Dit maakt het mogelijk om ook de protestanten, Orthodoxen, Israëlieten en binnenkort Islamieten zendtijd toe te kennen. De zendtijd die aan al deze verenigingen wordt toegewezen kan

⁷ S.C. VAN BIJSTERVELD: *Godsdienstvrijheid in Europees perspectief* (Deventer 1998) 107.

maximaal 50 uur per jaar bedragen. Op dit ogenblik wordt deze als volgt verdeeld: katholieken 23 uur, vrijzinigen 23 uur, protestanten 3 uur en Joden 1 uur.

In Artikel 27quater wordt gezegd dat de Vlaamse regering de (levensbeschouwelijke, politieke en sociaal-economische) verenigingen aanduidt die radioprogramma's mogen verzorgen. Hier bedraagt de maximale zendtijd 80 uren per jaar. Daarvan krijgen de levensbeschouwelijke verenigingen 63 uur. In concreto betekent dit dat de KTRC 1475 minuten zendtijd heeft op de radio (wekelijks een programma van 25 minuten op Radio 1 op zondagavond). Hierbij dient vermeld te worden dat de uitzending van erediensten niet valt onder deze regeling. Deze uitzendingen worden zowel op radio als televisie verzorgd door de VRT zelf. Hierover wordt in het decreet niets vermeld. Alles stoelt op vroeger gemaakte mondelinge afspraken die echter (voorlopig) niet in vraag worden gesteld. Het is zelfs zo dat de VRT deze uitzendingen niet uit handen wenst te geven. In een toespraak die hij hield namens de directie van de VRT op het IPB, waarvan de tekst verscheen in *Kultuurleven*, pleit Chris Cleeren (directeur-generaal van de VRT-Radio) voor het behoud van de huidige toestand.

Als het ook uitzendingen door derden waren, zou de kans groot zijn dat de programmamakers sterker onder het toezicht komen van de kerkelijke autoriteiten en het is normaal dat die autoriteiten dan strikter hun verantwoordelijkheid zouden moeten opnemen m.b.t. de locaties zowel als de partners en het verloop van de uitzendingen. Het is daarom belangrijk dat de eindverantwoordelijkheid blijft liggen bij een voldoende onafhankelijke bemiddelaar die rekening houdt met de eigen kenmerken en vereisten van het medium, het vertrouwen behoudt van de diverse religieuze instanties maar zich minstens in even sterke mate verantwoordelijk voelt ten opzichte van de kijkers en de luisteraars.⁸

2.3 Moeilijkheden van de religieuze programma's

Sedert het midden van de jaren tachtig worden wij geconfronteerd met het feit dat de politieke instrumenten waarmee men sedert de laatste wereldoorlog allerlei dingen probeerde te regelen, aan betekenis begonnen te verliezen. Ten dele omdat ze binnen een gecompliceerde en internationaal vervlochten markt niet meer geschikt waren, ten dele ook omdat men ze uit ideologische motieven niet meer wilde aanwenden. Dit fenomeen van 'deregulering' bevorderde niet enkel de vermenigvuldiging van het aantal commerciële en thematische zenders, maar ook het fenomeen van de doelgroepen- en betaaltelevisie. De opkomst van de commerciële zenders, overal in Europa, zorgde voor een dramatische afkalving van het luister- en kijkpubliek bij de openbare omroepen. Zij snoepten de publieksterren van deze laatsten af en dreven door hun concurrentie de prijzen van de mediaprestaties tot ongekende hoogten: de honoraria voor tv-sterren en de uitzendrechten explodeerden. In bepaalde gevallen kregen de noodlijdende publieke omroepen ook de duimschroeven van de besparingen aangedraaid.

⁸ C. CLEEREN & R. DEPRAETERE: Kerk en religie in de openbare omroep, in *Kultuurleven* 65 (1998) 64-69.

Daar de religieuze uitzendingen bijna uitsluitend gebracht worden in de openbare omroepen, deelden zij mede in de crisis waarin deze laatste verzeilden, onder meer omwille van verschuiving ten voordele van amusementsprogramma's. Er is echter nog meer.

In vele landen heeft de opkomst van de commerciële televisie geleid tot hervormingen binnen de openbare omroep. Deze hervormingen gaven ook aanleiding, althans daar waar men over meerdere zenders beschikte tot een netprofilering, om zich meer dan voorheen af te stemmen op de uiteenlopende verwachtingen van het publiek. Dat betekende dat religieuze uitzendingen terecht kwamen op zenders die mikten op een bepaald gedeelte van het kijk- en luisterpubliek. In Vlaanderen werden de religieuze en levensbeschouwelijke uitzendingen ondergebracht op Canvas, een zender die mikt op 8% van het kijkpubliek. Gezien het grote aanbod (o.m. ook langs de kabel) en gezien de moeilijkheden om de inhoud van de programma's langs de andere kanalen (dan de eigen media) aangekondigd te krijgen, dient men zich aan te passen aan het profiel van de zender. En hier moet men afrekenen met een selectieve opstelling van de kijker. Dit betekent dat de zender zijn publiek reeds selecteert op basis van het imago dat hij heeft. Een populair religieus programma brengen op een zender die zich aandient als zich richtend tot 'meerwaardezoekers' (zoals Canvas in de eigenzinnige Censydiam-terminologie zijn kijkers noemt) is water naar de zee dragen. De zogenoemde 'gewone' gelovigen kijken naar de populaire zenders en zij die tot enige inspanning bereid zijn en die enige diepgang verwachten (d.w.z. de kijkers van Canvas) worden ontgoocheld. Tegen de achtergrond van deze netprofilering is het ook begrijpelijk dat bijvoorbeeld de omroepen die op Nederland 1 zitten niet zozeer hun eigen identiteit in reliëf plaatsen (KRO, NCRV enz.), maar zich profileren vanuit de kenmerken van het net. Ook dit heeft natuurlijk zijn weerslag op de inhoud van de religieuze programma's en de plaats die hun binnen het uitzendschema wordt toegewezen.

Er is nog een ander element dat met de opkomst van de commerciële televisie samenhangt en een grote weerslag heeft op de godsdienstige programma's: het belang van de kijkcijfers. Ook de openbare omroep is verplicht hiermee rekening te houden om de eenvoudige reden dat hij zijn bestaan alleen kan rechtvaardigen wanneer er ook naar zijn programma's gekeken wordt. Dat was ook de reden waarom de Vlaamse overheid met de VRT een beheersovereenkomst sloot waarin de, praktisch uitsluitend kwantitatieve, standaards worden aangegeven die de verschillende programmagenres dienen te halen. Het is bekend dat religieuze programma's samen met culturele en educatieve uitzendingen wat kijkcijfers betreft laag scoren. De verleiding is dan ook groot voor de 'netmanagers' of 'netstrategen' om de programma's in ieder geval buiten 'prime-time' te houden en zo mogelijk zelfs te verbannen naar marginale plaatsen binnen het uitzendschema, dat wil zeggen voor 18 uur 's avonds en na 23 uur 's nachts. In Nederland is men er evenwel in geslaagd – ondanks de druk die ook hier uitgaat van de te halen kijkcijfers – een programma als Kruispunt-TV op een gunstige zendplaats te houden. Niet alleen wegens de inhoudelijke kwaliteit maar ook dankzij het gunstig uitzendtijdstip slaagt Kruispunt er in tot 700.000 kijkers te

bereiken. Bij mijn weten is er geen enkel religieus programma in heel Europa dat zo hoge kijkcijfers haalt.

3. Naar een strategie van aanwezigheid

3.1. Vormen van aanwezigheid

Tegen de achtergrond van deze moeilijkheden kan men steeds meer het pleidooi horen voor het oprichten van eigen kerkelijke zenders. De ervaring die in de diverse landen werd opgedaan leert ons dat hier een onderscheid dient gemaakt te worden. Wat de televisie betreft lijkt het uitgesloten dat de kerk, gezien de enorme kosten, ooit tot de uitbouw komt van eigen stations (die zonder reclame zouden kunnen bestaan). De ervaringen in Portugal waren wat dat betreft leerzaam. Op het gebied van de radio kan men echter naar successen verwijzen, vooral in Frankrijk, Spanje, Polen, waar men erin geslaagd is samenwerkingsverbanden tot stand te brengen tussen plaatselijke christelijke radio's. Er zijn echter ook landen waar eigen zenders moeilijk van de grond komen. In Duitsland bijvoorbeeld moest Radio Campanile wegens geldgebrek sluiten en ook Radio Paradiso is bedreigd. De vraag is natuurlijk of men met dergelijke initiatieven geen concurrentie organiseert met de christelijke aanwezigheid in de openbare (en eventueel commerciële) omroepen. Men mag deze niet als een alternatief zien. Anders dreigen de christelijke programma's in een getto terecht te komen en zal de mogelijkheid om in de openbare omroep uit te zenden in vraag gesteld te worden.

Waar de kerk wel voor moet zorgen is voor een systematische aanwezigheid in alle media (zowel openbare als commerciële). In die zin pleit ook Mgr. Muskens: niet alleen bisschoppen maar ook "theologen, politici, zakenlui die het zien zitten met hun katholiek geloof, moeten samenwerken en wel structureel. Dit wil zeggen zij moeten georganiseerd en regelmatig in de massamedia een thuis, een vaste plek bezitten, waarvan mensen weten dat zij er iets kunnen vinden van wat ze zoeken."⁹ Dat veronderstelt een goed uitgebouwd netwerk van 'public relations', dat door de media zelf ernstig genomen wordt. Henri Tinq, die voor *Le Monde* de religieuze berichtgeving verzorgt, heeft samen met bisschop Defois van Rijsel onlangs gepleit voor een grotere zichtbaarheid van de kerk.¹⁰ Daartoe moet zij een elite van communicators vormen. Zij mag niet over één woordvoerder beschikken die geacht wordt op alles een antwoord te weten, maar voor elk actueel onderwerp zou ze op meerdere experts een beroep moeten kunnen doen die met kennis van zaken het gelovige standpunt kunnen vertolken. Verder dient zij haar aanwezigheid in radio en televisie ook

⁹ MUSKENS: *Mijn ervaringen* 15.

¹⁰ Vgl. G. DEFOIS & H. TINCQ: *Les médias et l'Eglise. Évangélisation et information: le conflit de deux paroles* (Paris 1997).

te zien als complementair aan de aanwezigheid in de nieuwe media (zoals internet e.a.).

De aanwezigheid in de openbare omroep blijft echter van groot belang. Niet zozeer omdat men daar nog steeds een zeer groot aantal kijkers en luisteraars bereikt, maar ook omwille van de plausibiliteit van geloof en kerk. In een democratische en pluralistische samenleving is religie niet langer meer de maatschappelijke integratiefactor. Het gelovig zijn heeft zijn vroegere vanzelfsprekendheid verloren. De religieuze overtuiging wordt verdrongen naar de privé-sfeer en één van de resultaten is een steeds rigoreuzer interpretatie van de scheiding tussen kerk en staat. In de discussies omtrent deze problematiek wordt soms de vraag gesteld of religie (als privé-aangelegenheid) wel thuis hoort in een openbare omroep c.q. op een geprivilegieerd statuut kan rekenen. Het antwoord op deze vraag hangt mede af van de manier waarop men de verhouding kerk-staat ziet en meer nog van de vraag welke inbreng men van de kerk verwacht in een pluralistische maatschappij. Hierbij spelen ook zeer sterk historische factoren een rol, zoals uit een vergelijking tussen de landen van de Europese Unie blijkt.

In deze Unie bestaan, wat de relatie staat-kerk betreft, meerdere stelsels. Samen met nog andere auteurs onderscheidt S. van Bijsterveld er drie: het model van de strikte scheiding (waarvan Nederland, Frankrijk, Portugal en Ierland representanten zijn), stelsels met een staatskerk (Engeland, Denemarken, Zweden, Finland en Griekenland) en coöperatieve stelsels (België, Luxemburg, Spanje, Italië, Duitsland en Oostenrijk).¹¹ Nog afgezien van het feit dat dit onderscheid niet geheel zuiver is (België bijvoorbeeld wordt veelal ook als stelsel van scheiding van kerk en staat aangemerkt), kan men er ook niet zoveel uit afleiden voor wat de aanwezigheid van kerk en religie in de media betreft. Er zijn zoals gezegd ook historische factoren die bepalend zijn voor de aanwezigheid van kerk en religie in de omroep. Nederland, een van de meest geseculariseerde landen, waar een strikte scheiding van kerk en staat bestaat, heeft – op grond van zijn verleden – waarschijnlijk het grootste aantal religieuze televisie- en radioprogramma's van heel Europa. De RKK bijvoorbeeld beschikt in Nederland (als slechts één van de zendgemachtigde kerken) in de openbare televisie over tweemaal, en op de radio over vijfmaal meer zendtijd dan in Vlaanderen. De islamieten hebben in Nederland evenveel uren zendtijd op televisie als de KTRO in Vlaanderen. Ook over de structureel gewaarborgde aanwezigheid van de kerken in de beleidsgremia zegt de bovengenoemde typologie niet zo veel. In Oostenrijk en Duitsland bijvoorbeeld zijn de kerken en andere maatschappelijk belangrijke groepen (zoals de vakbonden) vertegenwoordigd in de beheerraden van de omroepen. In Engeland met een 'established Church' zijn de kerken alleen vertegenwoordigd in adviesorganen.

¹¹ Vgl. VAN BIJSTERVELD: *Godsdienstvrijheid* 38.

3.2 Naar een nieuwe omschrijving van aanwezigheid

Tot nog toe bestaat er in praktisch alle landen een consensus over de aanwezigheid van religie in de openbare omroepen. Niets zegt echter dat dit zo zal blijven, vooral wanneer bepaalde historische factoren in werkzaamheid afnemen. In hoofde van sommigen bestaat zeker de opvatting om de religieuze aanwezigheid in de omroep tot het uitzenden van erediensten te reduceren. Wat de Commissie Publieke Omroep (Commissie Ververs) in het kader van de reorganisatievoorstellen aanbeval, was tekenend. Door deze Commissie werd aan de zogenoemde functionele omroeporganisaties (de niet-ledengebonden organisaties) geen plaats meer toegedacht. De visie van de Commissie betekent "dat de aparte functionele omroeporganisaties (...) verdwijnen, met uitzondering van een organisatie waarin de kerken en denominaties verenigd zijn en die belast wordt met het verzorgen van godsdienstoefeningen en erediensten."¹²

Dergelijke opvattingen verplichten ons om de grondslag van de aanwezigheid van de kerk in de (openbare) media opnieuw te denken. Wat de openbare omroep betreft, zou men zoals Martin Thull (vanuit een Duitse context) kunnen stellen dat

Die Befassung mit Religion und Kirchen wie selbstverständlich zum Grundversorgungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Anstalten gehört. Wenn die Beschäftigung mit religiösen Fragen zu den Grundbefindlichkeiten des Menschen gehört, dann darf diese auch in einem Fernsehprogramm nicht fehlen, das einem facettenreichen Menschenbild folgt und das den Menschen eben nicht auf seine Konsumgewohnheiten festlegt und nur vordergründig seine Unterhaltungsbedürfnisse befriedigt.¹³

Men zou ook vanuit de godsdienstvrijheid kunnen argumenteren. Dit grondrecht kan niet uitgeoefend worden als de godsdienstige boodschap niet verneembaar zou zijn. Van de zijde van de godsdienstige of levensbeschouwelijke genootschappen veronderstelt dat organisatie om aan het maatschappelijke discours te kunnen deelnemen. Aan de zijde van de overheid vergt dit het creëren van de randvoorwaarden om deze deelname, bijvoorbeeld in de media, mogelijk te maken. In verband met de godsdienstvrijheid is het nog van belang te wijzen op het feit dat het hier niet enkel om een individueel recht gaat. Dit recht verwijst ook naar collectiviteiten zonder dewelke het individu de godsdienstige boodschap niet kan vernemen en beleven.

Het meest gefundeerde argument voor de aanwezigheid van de kerk in de media lijkt mij nog dat een maatschappij nood heeft aan zingevings- en waardensystemen, die wezenlijk verankerd zijn in geloof en traditie. De pluralistische staat kan zich echter op grond van de scheiding van kerk en staat met geen enkel geloof, stroming of beweging identificeren. Hij is immers nooit de staat

¹² *Terug naar het publiek. Rapport van de Commissie Publieke Omroep* (Den Haag 1996) 67, zie ook 3.

¹³ M. THULL: Sakralisierung des Profanen. Wie Religion und Kichen im Fernseh vor- kommen, in *Herder Korrespondenz* 48 (1994) 300-304, t.a.p. 304.

van één partij of van één bepaalde godsdienst of levensbeschouwing. Stellingnames met betrekking tot ethische of religieuze vraagstukken of politieke theorieën kunnen door de overheid in een pluralistische staat nooit gedogmatiseerd worden. Het gaat hier om het negatieve aspect van de godsdienstvrijheid waarvan de prijs is dat de staat geen religie of overtuiging heeft. Dat wil zeggen dat de staat niet denkt, dat hij noch godsdienstig noch atheïstisch is. Dit soort neutraliteit, of institutioneel agnosticisme, wordt gedefinieerd vanuit het begrip 'onthouding'. Daarom spreekt P. Ricoeur in dit verband over 'la laïcité d'abstention'.¹⁴ Naast de 'laïcité de l'état' is er echter ook zo iets als de 'laïcité de la société civile'. En deze laatste is volgens Ricoeur dynamisch, actief en polemisch. Zij bestaat bij de gratie van de publieke discussie. Vanuit dit perspectief is de aanwezigheid van de kerk en andere levensbeschouwelijke genootschappen in de media een evidentie.

Met deze opvattingen komen we overigens zeer dicht bij de wijze waarop de kerk haar aanwezigheid in de media zelf definiëert. Terwijl in vroegere kerkelijke documenten de media werden beschouwd als instrumenten om de boodschap te verspreiden, ziet de kerk zich steeds meer als één van de deelnemers aan het publieke discours dat in de media wordt gevoerd over bepaalde thema's. In dit verband is een uitspraak van Johannes-Paulus II interessant. In zijn encycliek over de evangelisatie *Redemptoris missio* constateert hij dat vandaag de dag sociale communicatiemiddelen zo belangrijk zijn geworden, dat zij voor velen het voornaamste instrument van vorming en informatie zijn. Hij noemt de media de 'eerste Areopagus van deze tijd'. De Areopagus is de publieke plaats in Athene waar Paulus het evangelie verkondigde. In deze visie zijn de media "niet meer een verlengstuk van het werk van de kerk. Het omgekeerde is het geval: de kerk is een bescheiden onderdeel geworden van een door de massamedia overheerst wereldbeeld."¹⁵ In verband met haar wettelijk gewaarborgde aanwezigheid in de media kan de kerk dan ook best aansluiten bij de door niemand te weerleggen constatering dat het christelijk geloof het cultureel-ethisch substraat van onze beschaving is en als zodanig 'dienstbaar' wil blijven deelnemen aan het publieke discours over zingeving en levensvervulling.

Prof. dr. Ernest Henau is hoogleraar pastoraaltheologie aan de Katholieke Universiteit te Nijmegen en directeur van de KTRO-KTRC. Correspondentie-adres: Mechelsesteenweg 82, B-1970 Wezembeek-Oppeem.

¹⁴ P. RICOEUR: *La critique et la conviction. Entretiens avec François Assouvi et Marc de Launay* (Paris 1995) 194.

¹⁵ W. KOOLE: *Een spoor van emoties. Een fragment televisiegeschiedenis* (Kampen 1996) 32.

