

## Impact van de media op ons denken – Mark Van de Voorde

### 1 Samenvatting van de tekst

Vroeger waren er veel grote families, maar de wereld was héél beperkt. Met elke nieuwe generatie werd de familie kleiner en de wereld groter en ingewikkelder. Via de TV kwam de hele wereld binnen met alle vragen en problemen van dien: vluchtelingen, oorlog, euthanasie, andere waarden en culturen,...

*Waarom werden media zo belangrijk?*

1 Via nieuwsgaring brengen zij de grenzen van tijd en ruimte binnen onze horizon.  
2 Een mens is een communicatiewezen: het denken, weten, voelen en ervaren van anderen kan en wil in ons binnentreden. Daardoor ontstaat een verbondenheid die ons ten zeerste beïnvloedt. Meer dan we beseffen zijn we de dag door met media bezig en...mediaverslaafd.

3 Iedereen wil beroemd zijn (zoals Herostratus die geen tempel kon bouwen, maar wel in brand steken en zo beroemd werd...) en zijn zegje doen: belang *social media*.

*Overtuigingen en meningen*

Een radar geeft alleen maar weer wat er uitgezonden wordt. De media zijn een marktplaats van een veelheid aan meningen, discussie, debat... Alleen een dialoog op het vlak van inzichten is in staat om een echte opinie te vormen bij mensen die bewust nadenken en tot verantwoorde mening willen komen.

Onze samenleving is al eeuwen doordrongen van een christelijke cultuur en waarden. Deze kunnen uiteindelijk verzilten en verdorren in Europa als wij er niet voor zorgen dat het water van de christelijke gedachte blijft stromen in de brede samenleving.

*Versnelling en fragmentatie*

Eigen aan de media is het dat ze snel en kort, snedig en tegensprekelijk de onderwerpen brengen. Zo wordt het nieuws versneld en in fragmenten gebracht. Het is voor mensen moeilijk om dat alles te verwerken... We willen zelf steeds weer 'nieuw' nieuws! Dat overkomt ons in een razend tempo.

1 We zijn als een *radargeneratie* die gebombardeerd met feiten, onderwerpen en problemen, niet in staat is alles te decoderen en tot op de bodem van onze ziel te toetsen aan onze waarden en inzichten.

2 Wat we niet in media zien verschijnen en besproken (en daartoe behoren vaak nieuwsitems over Kerk, religie, levensbeschouwing), dreigen we te beschouwen als niet bestaande (het '*Thomassyndroom*': alleen wat we 'zien' is 'gebeurd' en is 'waar'.)

3 Omdat het nieuws zo flitsend over allerlei terreinen (economie, filosofie, politiek, financiën) over ons komt, denken we dat we die ingewikkeld problematiek ook snappen, maar eigenlijk zijn we op veel deelgebieden echte *nieuwe analfabeten*. Heel veel simplistische meningen worden over ons uitgestort...zonder dat we dit (kunnen) beseffen.

*Stilstaan en vertragen*

Een cruciale vraag: kunnen wij de 'dingen die voorbijgaan' (nieuws, actualiteit) nog inlijsten in de 'dingen wij verstaan' (onze overtuiging, ons geloof?). Stilstaan bij wat we horen en zien, en vertragen is wat de auteur ons aanraadt. Laat wat over heen komt neerdalen in je hart en je geweten.

## **2 Methodische suggesties voor de bijeenkomst: zie de vragen.**

*Misschien kan de gespreksleider (m/v) uit de actualiteit bij wijze van 'gespreksopener' een of ander markant nieuwsfeit dat voor controverser zorgde in de (sociale) media als uitgangspunt aanbrengen. Ik kan daar nu geen suggestie rond doen...*

## **3 Wie zeggen de mensen dat ik ben?" (internet)**

Elke ochtend aan de ontbijttafel lezen mijn man en ik de krant. Lezen is veel gezegd.

We verdelen de katernen onder elkaar. Editoriaal, columns, cultuurpagina's, titels passeren blad na blad. En wat ons direct interesseert lezen we. De rest houden we voor andere moment van de dag. Dan lezen we grondiger, met meer aandacht en meer tijd. Opiniestukken in krant of tijdschrift, soms online. Maar regelmatig haalt de tijd ons in. 's Avonds op tv vertelt het journaal ons niets nieuws. Zeker als men te rade gaat bij de man of vrouw in de straat. Daarom kijken we steeds meer uitgesteld. Om enkel nog het nieuws te horen dat we in de krant niet lezen. Media filteren voor ons wat we te zien en te horen krijgen. Dat heeft het onheilspellend neveneffect dat ons bewustzijn versmalt. We zien wat we graag (willen) zien. En zo voegen we ons, zonder het te beseffen, naar een 'common sense'.

Nadenken, nuanceren, in gesprek gaan, diepgang zoeken... de veelheid aan informatie en de snelheid van de digitale communicatie maken het ons niet gemakkelijk. Hoe ouder ik word, hoe sterker ik dit aanvoel.

Je kan er treurig bij worden, je kan het ook als een kans zien om (nog) bewuster te gaan leven.

Om aandachtiger om te gaan met jezelf, je naaste omgeving, de wereld van vandaag.

Wie ben ik in dat grote geheel? Hoe verhoud ik me tot anderen? Hoe handel ik? Waar kies ik écht voor? Veel vragen, soms weinig directe antwoorden. Maar het zoeken waard.

Zou Jezus ook getwijfeld hebben aan zichzelf of aan de keuzes die hij maakte? "Wie zeggen de mensen dat ik ben?" die vraag stelt Jezus aan zijn leerlingen "toen hij eens alleen aan het bidden was". Zo lees ik in het evangelie van Lucas (Lc 9, v 18-21).

In mijn studententijd werden wij uitgenodigd krant en Bijbel naast elkaar te leggen. Een goede insteek voor ons thema. Ik raad het u aan.

Neem er tijd voor. Zinnige vragen komen als je alleen bent, in rust en stilte, in gebed.

## **4 Kerk en media, een spanningsveld** Uit K&L 16 mei 2018, p. 15)

Het lijkt er soms op dat de katholieke kerk een haat-liefde-verhouding heeft met de media. Nochtans zijn ze niet weg te denken uit haar communicatiestrategie. Wolfgang Beck beschrijft in *Die katholische Kirche und die Medien* die spanning tussen snelle en hapklare mediaberichtgeving en de (trage) boodschap van de (soms te logge) kerk.

Met de ondertitel van zijn boek - *Einblick in ein spannungsreiches Verhältnis* - legt auteur Wolfgang Beck meteen de uitdagingen voor de kerk bloot: hoe kan ze haar

boodschap overbrengen in de niets ontziende en voortrazende informatiestroom. Beck weet waarover hij spreekt: de docent pastorale theologie en homiletiek (*Sankt Georgen*, Frankfurt am Main) is tevens coördinator van het studieprogramma *Media*. En 's zondags is hij spreker bij de uitzending *Das Wort zum Sonntag* op de Duitse openbare televisiezender ARD.

### **Snelheid en schandalen**

In alle discussies over digitale cultuur ziet Beck twee elementen terugkeren: snelheid en schandalen. Dat snelheid cruciaal is in digitale communicatie, staat buiten kijf. “Wat een schandaal wordt, tegen welke bestaande en maatschappelijk aanvaarde waarden gezondigd werd, verandert met de maatschappij. Zo ook het schema hoe zo'n schandaal verloopt. En in die processen hebben digitale media een enorme betekenis gekregen omdat met en in die media de neiging tot ‘theatralisering’ en enscenering versterkt wordt.”

### **Meer dan marketing**

Na een verdere inleiding in hoe digitale media werken en hoe de zogenaamde *digital natives* met media omgaan, gaat Beck in op het specifieke media-engagement van de kerk. Hij wijst erop dat het om veel meer gaat dan om marketing van een non-profitorganisatie. “Kerkelijke media-arbeid als uitdrukking van kerkelijke verkondiging behoort tot de vanzelfsprekendheid van christelijke navolging.” Anders geformuleerd: media zitten in het kerkelijke DNA. Daarvoor legt hij omstandig uit hoe de pausen Johannes Paulus II en Benedictus XVI daarmee omgingen. De Poolse paus gebruikte de media-aandacht voor bijvoorbeeld Wereldjongerendagen en zijn vele buitenlandse reizen. Zijn Duitse opvolger exploreerde metterdaad de mogelijkheden van de nieuwe media; hij begon een Twitter-account en de website van het Vaticaan werd verder uitgebouwd.

### **Instrument voor mobilisering**

Zonder media is verkondiging anno 2018 simpelweg ondenkbaar. Zeker de opmars van de massamedia heeft sinds de 20ste eeuw het besef doen groeien dat de kerk thema's op de agenda van de bredere maatschappij kan zetten. Tegelijk weet de kerk zich uitgedaagd door visies die haar leer tegenspreken. In officiële documenten ontwikkelt het Vaticaan eerder hoe het media verstaat. Beck gaat in zijn boek ook in op hoe media als instrument voor mobilisering gebruikt kunnen worden.

Uiteraard kan de auteur niet voorbijgaan aan de crises waarmee katholieke media werden geconfronteerd. Zo goed als alle katholieke dagbladen zijn gesecculariseerd of opgegaan in grotere. In veel gevallen zijn ze vervangen door nieuwe initiatieven: volgens Beck hebben de meeste Duitse bisschoppen een Twitter-account. Ook bij de andere *social media* ziet hij “verheugende aanzetten”.

### **Geen bedreiging**

In een poging tot volledigheid verliest de Duitse priester zich misschien wel wat in de beschrijving van alle - ook vaak negatieve - effecten van sociale media. Welke relevantie die effecten voor de kerkelijke communicatie en kerkelijk geïnspireerde media hebben, is minder duidelijk. Toch weet hij helder de voordelen van digitale communicatie uit de doeken te doen.

In het afsluitende hoofdstuk concludeert Beck dat de kerk stilaan en stapsgewijs “een positief bewustzijn voor de maatschappelijke betekenis van media” ontwikkelde. Tegelijk waarschuwt hij voor een terugvallen op een “voormoderne mediapraktijk”. Dat kerkelijke ambtsdragers de media als bedreiging zien, noemt Beck zonder meer “anachronistisch”. Daarom roept hij op een “theologie van de digitaliteit” te ontwikkelen.

## **5 Bibliografie**

\*Cas Goosens, in *Golfslag* 2008, nr. 1, p. 52-61: *Religie en macht van de media*.  
Bijlage 2 op de webstek van Adem-tocht voor deze maand.

\* Typ bij Google even in 'Invloed media op de mens' en je hebt heel wat leesvoer.

## **6 Suggesties voor een gebedsmoment**

*Je kan eventueel de cd meebrengen DDW 1 (nr. 14) of DDW 17 (nr. 7): Z.J. 703  
Breng ook je Nieuw Testament mee voor de brief van Paulus aan de Kolosse.*

### **1 Lied Z.J. 703 Wij die met eigen ogen.... (Zie Cd DDW)**

#### **2 Verhaal**

Een oude indiaan geeft zijn kleinzoon onderricht over het leven. "Binnen in me is een gevecht gaande", zegt hij tegen de jongen. "Het is een afschuwelijk gevecht tussen twee wolven. De ene wolf is slecht. Hij bestaat uit woede, jaloezie, verdriet, spijt, hebzucht, verwaandheid, zelfmedelijden, schuldgevoelens, wrok, minderwaardigheid, leugens, valse trots, superioriteit en ego.

De andere wolf is goed. Hij is vreugde, vrede, liefde, hoop, kalmte, nederigheid, vriendelijkheid, welwillendheid, medegevoel, vrijgevigheid, waarheid, compassie en geloof. Binnen in jou woedt dezelfde strijd, en datzelfde geldt voor ieder mens."

De kleinzoon denkt daar enkele ogenblikken over na en vraagt dan aan zijn grootvader:

"Welke wolf zal het gevecht winnen?"

De oude indiaan glimlacht en antwoordt eenvoudig: "Degene die je voedt."

*Even reflecteren: Ook bij de omgang met de media is het belangrijk te weten 'welke wolf je kiest om je te laten voeden....*

### **3 Schriftlezing: Kol. 4,2-6 (Nieuw Testament)**

*Inleiding: Het is niet gemakkelijk om in de Bijbel een passende passage te vinden.*

*Bij dit stuk uit de brief aan Paulus kan je o.m. denken aan: wees dankbaar voor al het goede (van de media), blij waakzaam; erken de kansen tot verkondiging (via de media) en wees kritisch: verstandig, maar met een vleugje kritisch zout...*

### **4 Afsluitend gebed (eventueel samen te bidden)**

Geprezen zijt Gij God en Vader voor het geschenk van de media die ons in staat stellen wereldwijd mee te leven met wat mensen bekommert. Wij bidden U om voldoende kritische geest en om onderscheidingsvermogen in wat ons voeden kan tot beter mens en christen.

Mocht een wereldwijd positief netwerksysteem de mensheid tot hulp zijn om rechtvaardigheid en vrede te bevorderen, en ons te laten proeven van de schoonheid van natuur en cultuur en de boeiende verscheidenheid die Gij onder mensen hebt geschapen. Amen.

Aan- en opmerkingen kan je sturen naar [guido.debonnet@skynet.be](mailto:guido.debonnet@skynet.be).