

## Het belang en de opdracht van de katholieke media Katholiek Nieuwsblad Lezersdag 17 oktober 2010

Op de eerste plaats hartelijk dank aan het bestuur van het *Katholiek Nieuwsblad* voor de uitnodiging om op deze lezersdag te spreken over 'het belang en de opdracht van de katholieke media'. Een brede thematiek, waarvan de onderdelen bovendien in elkaar grijpen. Het belang van de katholieke media ligt immers verankerd in de opdracht die katholieke media hebben. Maar daarover dadelijk meer. Eerst wil ik met u even stil staan bij de katholieke media in Nederland: waarover hebben we het dan anno 2010?

Een blik op de geschiedenis van de katholieke media in Nederland stemt niet onmiddellijk vrolijk. De meeste katholieke gedrukte media van weleer zijn verdwenen of in andere handen terechtgekomen. Als we over onze schouder terugkijken op het katholieke medialandschap van de afgelopen eeuw, dan lijkt het alsof er een bosbrand heeft gewoed. De ene na de andere katholieke titel is afgefikt of heeft door de hitte van de tijdgeest zijn gelovige bladeren laten vallen en gaat nu door het leven als seculier medium, zoals de *Volkskrant*.

Een bosbrand kan natuurlijke oorzaken hebben, maar kan ook per ongeluk of door een pyromaan aangestoken zijn. In dit geval was het een combinatie van factoren. Enerzijds leden veel titels aan een grote innerlijke droogte die sinds de jaren zestig op religieus vlak ontstond. De tijdgeest was de katholieke media ongunstig gezind – het abonneebestand daalde mee met het kerkbezoek. Deels waren er ook pyromanen aan het werk, veelal binnen de redacties zelf. Ook daar sloeg namelijk de ontkerkelijking toe en werd de katholieke identiteit geregeld ingeruild voor een antikerkelijke houding. Echte volwassen journalistiek kon niet katholiek zijn, was de nieuwe overtuiging. De ware journalist is onafhankelijk en anti-autoritair.

Normaal gesproken zorgt de as die na een bosbrand overblijft voor een vruchtbare bodem – wat is er voor alle verdwenen katholieke media in de plaats gekomen? Zoals gezegd leeft een deel der katholieke media voort in een andere want seculiere gedaante – *De Volkskrant* is daarvan een goed voorbeeld. Anderzijds zijn de opengevallen plekken voor een deel opgevuld door de digitale media. Er bestaan inmiddels diverse Nederlandstalige katholieke nieuwssites, die zich vaak beperken tot korte berichten.

Wat betreft de papieren nieuwsmedia staat er in 2010 nog maar één boom – een late aanplant uit 1983 – overeind: het *Katholiek Nieuwsblad*. Katholieke dagbladen bestaan niet meer en de resterende katholieke media beperken zich grotendeels tot kerk-gerelateerd nieuws. Immers: als zij het niet brengen, wie dan nog wel? Nederland telt nog wel veel katholieke tijdschriften, in 2008 ruim 100. Veelal bedienen die een specifieke doelgroep: ze zijn gebonden aan een bepaalde orde of congregatie, behoren tot een bisdom of behandelen een bepaald thema, bijvoorbeeld kindercatechese.

Het voortbestaan van het *Katholiek Nieuwsblad* mag anno 2010 een klein wonder genoemd worden. Eerst bleken sinds de jaren zestig vele media door hun katholiciteit niet langer levensvatbaar, inmiddels staat de betaalde journalistiek als geheel onder

grote druk. Met name kranten verkeren in zwaar weer. Want juist door het eerder genoemde wereldwijde web en de gratis kranten die in het openbaar vervoer worden verspreid, denken velen dat nieuws ‘gratis’ is. Ze willen niet betalen voor de journalistiek – ook daarin verschilt de *Katholiek Nieuwsblad*-lezer van de gemiddelde abonnee: velen van hen betalen een dubbel of driedubbel abonnementsgeld en sommigen steunen zelfs na hun dood de krant nog middels een legaat.

Wat is nu eigenlijk de taak van katholieke media? De eigen doelstelling van het *Katholiek Nieuwsblad* laat aan duidelijkheid niets te wensen over, ik citeer:

“De krant stelt zich ten doel de verbindende schakel te zijn tussen de katholieken in het Nederlands taalgebied en het nieuws uit de wereldkerk. Natuurlijk geeft *Katholiek Nieuwsblad* verslag van het andere nieuws uit de wereld. Wij willen het nieuws uit kerk en wereld voorzien van zowel duiding als opinie. Wij doen dit door met een goed gefundeerde katholieke visie een positieve bijdrage te leveren aan kerk en samenleving. De eigen redactie en een breed netwerk van freelancers en columnisten volgen dagelijks de actualiteit. Deze dagelijkse actualiteit is te lezen op de site van *Katholiek Nieuwsblad*.”

Het *Katholiek Nieuwsblad* streeft daarbij niet naar volledigheid – dat zou ook niet kunnen met een weekblad. De gemaakte keuze – primair voor het brengen van katholiek nieuws of nieuws vanuit katholiek perspectief – is belangrijk voor de eigen geloofwaardigheid. In de verzuilde tijd was de taakopvatting van de katholieke media breder: een goed katholiek gezin was voor al zijn nieuws afhankelijk van de katholieke krant (en later de KRO) waarop de vader des huizes was geabonneerd. Die krant bracht alle nieuws maar selecteerde en becommentarieerde vanuit katholiek perspectief. Dat leverde overigens niet per definitie de beste producten op. Als de identiteit het wint van de kwaliteit is dat niet in het belang van de lezers. Die conclusie trok Titus Brandsma al in 1937. Titus Brandsma was voor en tijdens de Tweede Wereldoorlog geestelijk adviseur van de Nederlandsche Rooms-Katholieke Journalistenvereniging, een taak die hem uiteindelijk het leven zou kosten: hij werd door de Duitsers in Dachau omgebracht. In een preek die hij in juli 1937 hield tijdens geestelijke bezinningsdagen voor katholieke journalisten was Brandsma realistisch over de katholieke kranten in zijn tijd:

“*De Katholieke krant is een krant, maar een krant sui generis. Aan de vruchten zult gij hen kennen. Een goede boom moet goede vruchten dragen. Anders (moet ze worden) omgehakt en in het vuur (geworpen). Hoeveel katholieke kranten zouden niet in het vuur kunnen?*”

Ton Crijnen stelt in zijn recente biografie van Titus Brandsma vast dat deze steeds realistischer werd over de katholieke media: als een krant niet floreerde lag dat niet aan een of andere ‘kwade macht’ maar aan verkeerd management, slecht redactioneel beleid en/of een te klein verspreidingsgebied.

Kwaliteit is dus een basisvereiste, maar hoe ziet katholieke journalistiek er verder eigenlijk uit? Een goed antwoord geeft paus Benedictus XVI in zijn Boodschap voor Wereldcommunicatiedag van 2009. Hij heeft het in deze passage primair over de digitale media, maar de inhoud strekt zich uit over alle katholieke media:

“Wie zich bezighoudt met nieuwsgaring en verspreiding daarvan door middel van de nieuwe media dient er daarom naar te streven de waardigheid en betekenis van de mens te respecteren. Willen de nieuwe technologieën

individuen en de gemeenschap dienen, dan moeten allen die er gebruik van maken, woorden en beelden vermijden, die voor iemand vernederend zijn, haat en onverdraagzaamheid in de hand werken, de intimiteit en schoonheid van de menselijke seksualiteit ontluisteren, of zwakke en kwetsbare mensen uitbuiten.”

Dit citaat van de paus is van toepassing op de katholieke media, maar eigenlijk zou alle werkelijk humane journalistiek zich aan die regels moeten houden.

‘Onderzoekt alles en behoud het goede’ – dat zou ook een mooi motto voor katholieke journalistiek zijn. Dit advies staat immers al in de eerste brief aan de christenen van Tessalonica. Weinigen realiseren zich dat deze uitdrukking, tegenwoordig vaak opgevat als vrijbrief voor experimenteerdrift, bijbelse wortels heeft. Velen blijven dan ook steken bij het eerste deel: onderzoekt alles, steeds opnieuw, steeds weer.

Mijns inziens zou het in de katholieke journalistiek uiteindelijk moeten gaan om het aan het licht brengen van de Waarheid – waarheid geschreven met een hoofdletter. Dat is onderzocht en moet behouden blijven. Dat wil uiteraard niet zeggen dat elk nieuwsbericht een evangeliserend karakter moet hebben – liever niet zelfs. Tot dat inzicht kwam ook Titus Brandsma eind jaren dertig, toen hij voor de KRO-radio zei:

*“Dat wil in het geheel niet zeggen, dat onze pers, de katholieke pers, op de eerste plaats geroepen zou zijn tot geloofsbelijdenis en Godsverheerlijking en haar geen ander doel voor ogen mag staan, neen, wij moeten de taak der pers heel wat breder zien; haar werkzaamheid strekt zich verder, veel verder uit. Wel moet zij steeds geleid en beheerst worden door de erkenning van God en van het gezag der Kerk, maar zij behoeft daar niet in elke regel van te getuigen.”*

De Waarheid dat Christus ons mensen heeft verlost, is dus het palet waarop de katholieke journalist zijn woorden neerschrijft, niet een kruid waarmee elk bericht op smaak moet worden gebracht. Het heeft ook met een levenshouding te maken, een houding die bijbelse wortels heeft. Katholieke journalisten brengen zoals ik zei de Waarheid aan het licht. Op zich is zaken aan het licht brengen al een typisch journalistieke activiteit, maar voor katholieke journalisten geldt nog een extra betekenis. Zij moeten ‘Kinderen van het licht’ zijn, zoals Paulus schrijft in Efeziërs 5, vers 8-17:

*“Eens waart gij duisternis, nu zijt gij licht door uw gemeenschap met de Heer. Leef dan ook als kinderen van het licht, en de vrucht van het licht kan alleen maar zijn: goedheid, gerechtigheid, waarheid. Tracht te ontdekken wat de Heer behaagt. Neemt geen deel aan hun duistere en onvruchtbare praktijken, brengt ze liever aan het licht. Wat deze lieden in het geheim doen is te schandelijk om ook maar over te spreken. Alles echter wat aan het licht wordt gebracht, komt in het licht tot openbaarheid. En alles wat verhelderd wordt, is zelf ‘licht’ geworden.”*

Op een bepaalde manier zijn katholieke journalisten Boodschappers, in de betekenis van Matteus 10,27:

*“Wat Ik u zeg in het duister, spreekt dat uit in het licht, en wat ge u in het oor hoort fluisteren, verkondigt dat van de daken.”*

Dat de samenleving aan de Boodschap nu vaak geen boodschap heeft, moet hen niet ontmoedigen. Franciscus van Sales, patroonheilige van katholieke journalisten, werkte drie jaar vergeefs in het Zwitserse berglandschap om Calvinse zielen terug te winnen. Zijn grote geduld hield Franciscus van Sales op de been. Na drie jaar had hij nog geen resultaat. Omdat niemand naar hem wilde luisteren en zelfs de meeste deuren gesloten bleven, verzon hij een list. Hij werkte zijn preken uit op papier, schreef ze vervolgens over en schoof ze bij mensen onder de deur door. Het was deze inzet van vlugschriften om met mensen te communiceren die hem tot patroonheilige van de journalisten heeft gemaakt: tegen de tijd dat hij naar Frankrijk terugkeerde, had hij zo'n 40.000 mensen weer teruggebracht tot het katholieke geloof. Ik beseft me terdege dat de Kerk in één opzicht lijkt op de beursvloer, namelijk dat in het verleden behaalde resultaten geen garantie zijn voor de toekomst. Maar het voorbeeld van Franciscus van Sales kan ons wel motiveren om door te gaan in moeilijke omstandigheden.

In de dagelijkse lezerspraktijk moet een consument van een katholiek medium steeds weer getroffen worden door een aspect van de drie-eenheid 'waarheid, goedheid en schoonheid' (verum bonum pulchrum). Ware woorden, over het Goede leven, in schoonheid opgeschreven en vormgegeven. Het schrijven vanuit de Waarheid wil overigens niet zeggen dat er binnen de kolommen van een katholieke krant een soort kadaverdiscipline moet heersen. De ingezonden brievenrubriek - één van de best gelezen onderdelen van een krant – van het *Katholiek Nieuwsblad* staat vaak bol van de verhitte discussies.

Tot slot nog enkele woorden over de toekomst van de journalistiek – inclusief de katholieke. Journalistiek is mensenwerk – als aartsbisschop heb ik geregeld met journalisten te maken, en die ervaringen zijn niet altijd positief. Ik kan me bij moeilijke mediamomenten gelukkig altijd laten troosten door de woorden van schrijver en dichter Levi Weemoedt, die over journalisten zei:

“Toen God het niet meer wist, schiep Hij de journalist.”

Lastige vragen zijn tot daar aan toe, vervelender zijn nog de journalisten die zelfs geen basiskennis meer hebben van het rooms-katholieke geloof. Zulke gesprekken duren lang.

Is er in deze tijd van 'gratis nieuws' en bloggende burgerjournalisten nog ruimte voor betaalde journalistiek? Prof.dr. Jo Bardoel sprak op 17 september jl. aan de Radboud Universiteit Nijmegen zijn oratie uit als hoogleraar Journalistiek en Media. Eén van de conclusies die Bardoel trekt, is dat journalistiek werk herkenbaar moet zijn. Iedereen kan zich journalist noemen, maar niet iedereen is het daadwerkelijk. Te midden van alle gratis informatie is journalistieke bewerking relatief kostbaar. Daarom is het voor journalisten essentieel dat hun producten herkenbaar zijn. De journalistiek moet zich bewijzen tegenover de amateurs en de bloggers en een duidelijke meerwaarde bieden. Die meerwaarde heeft het *Katholiek Nieuwsblad* in huis: door de aard van de krant – het laatste katholieke nieuwsblad – en door de kennis van zaken van haar journalisten. Dat laatste is een groot menselijk kapitaal, want kennis van geloofszaken is in de hedendaagse journalistiek dun gezaaid.

Begin deze maand vond in het Vaticaan een congres plaats over katholieke media, georganiseerd door de Pauselijke Raad voor Sociale Communicatie. Een kort bericht daarover las ik – uiteraard – in het *Katholiek Nieuwsblad*. Paus Benedictus XVI sprak

op 7 oktober de deelnemers uit 85 landen toe. Hij benadrukte het belang van de verantwoordelijkheid die de katholieke pers heeft om

“door een dagelijks engagement expliciet en substantieel trouw de weg van de waarheid te blijven volgen. Katholieke journalisten moeten hartstochtelijk met hun hoofd en hart de waarheid zoeken, maar ook met de professionaliteit van competente vakmensen die uitgerust zijn met adequate en efficiënte middelen.”

Benedictus XVI benadrukte dat het christelijke geloof

“een fundamentele structuur deelt met communicatie: het feit namelijk dat de middelen en de boodschap identiek zijn. Inderdaad is de Zoon van God, het vleesgeworden Woord, tegelijkertijd de boodschap van de redding en het middel waarmee de redding wordt bereikt. Dit is niet slechts een concept maar een realiteit die toegankelijk is voor iedereen.”

In herinnering brengend hoe mensen die werkzaam zijn binnen de

communicatiemedia “God altijd bovenaan hun waardenschaal moeten zetten”,

ronde Benedictus XVI af met de bevestiging dat de katholieke pers als taak heeft “de moderne mens te helpen zich tot Christus te wenden, de ene Redder, en om de vlam van de hoop brandend te houden in de wereld, om vandaag waardig te leven en adequaat aan de toekomst te bouwen. Daarom roep ik u op om uw persoonlijke keuze voor Christus steeds weer te hernieuwen, daarbij puttend uit die spirituele bronnen die – hoewel ondergewaardeerd door de moderne mentaliteit – waardevol blijven, sterker nog: onmisbaar.”

Die laatste oproep van paus Benedictus XVI geldt voor katholieke journalisten maar ook voor hun katholieke lezers: blijf uw persoonlijke keuze voor Christus vernieuwen. Dan kunt u, ieder op uw eigen wijze, een kind van het Licht zijn. Zoals in 1 Tessalonicenzen 5,4-11 staat geschreven:

“Maar gij, broeders, gij leeft niet in de duisternis, zodat de dag u als een dief zou verrassen. Gij zijt allen kinderen van het licht, kinderen van de dag. Wij behoren niet aan de nacht en duisternis. Laten wij dan ook niet slapen als de anderen, maar waken en nuchter zijn. Zij die slapen, slapen des nachts; en die zich bedrinken, bedrinken zich des nachts. Laten wij die behoren aan de dag, nuchter zijn, *toegerust met het pantser* van geloof en liefde *en met de helm* der heilsverwachting. Want God heeft ons niet bestemd om zijn toorn te ondergaan, maar om het heil te verwerven door onze Heer Jezus Christus, die voor ons gestorven is, opdat wij, wakend of reeds ontslapen, met Hem verenigd zouden leven. Blijft daarom elkander bemoedigen en steunen, zoals gij trouwens al doet.”