

CHRISTENEN

IN



DE

MEDIA

VERANDERINGEN IN DE KRANTENBERICHTGEVING OVER
CHRISTENEN IN DE AFGELOPEN TWINTIG JAAR



16 juni 2014

Bachelor scriptie
Journalistiek

Minor
Cultuur en Religie

Student
Sanna de Boer
Arnold Koningstraat 817
6717 ED Ede
06-23711540

School
Christelijke Hogeschool Ede
Oude Kerkweg 100
6717 ED Ede
0318-696300

Afstudeer begeleider
Bert Mateboer
bjmateboer@che.nl



Voorwoord

Drie maanden lang zwoegen op een groot interessant project. 96 pagina's geschreven, 37.337 woorden op dit moment geschreven, 240.153 toetsen ingedrukt van mijn laptop. Een lange tijd die ik wil omschrijven in een aantal woorden: lezen, zoeken, lachen, tafelvoetballen, praten, denken, niet-slapen, tafeltennissen, hei, gezelligheid, vrienden, interessant, diepgaand en God.

Het is een lang proces geweest en ik ben blij dat ik het nu mag afsluiten. Het was een bijzondere periode waarin ik de diversiteit van het leven heb kunnen aanschouwen. Het is interessant om literatuur te lezen, het is fenomenaal om zoveel te schrijven en het is fantastisch om bijna honderd pagina's uit te printen die allemaal tot stand zijn gekomen door jouw vingers. Dat was mij nooit gelukt zonder God en de mensen om mij heen en daarom wil ik hier de ruimte nemen om hen te bedanken.

Als eerste wil ik God bedanken. Al voordat ik aan mijn scriptie begon was Hij bij mij en zorgde Hij voor mij. De liefde die Hij mij elke dag geeft, sterkt mij elke keer opnieuw. Aan het begin van de scriptie periode vroeg ik me af of ik dit wel zou kunnen en of ik het zou halen. God was bij mij en ik mocht op Hem vertrouwen. Soms liep het schrijven van mijn scriptie moeizaam, maar ik wist telkens weer: *doe je best en God doet de rest* en elke dag heb ik in die waarheid mogen staan. Ik wil God danken voor Zijn eeuwigdurende liefde en Zijn wonderbaarlijke trouw. Ik weet één ding zeker: op Hem kan ik bouwen en met veel trots zeg ik dat ik Zijn dochter ben.

Als tweede wil ik mijn vrienden bedanken. Floris, Merel, Carina en Anne gaven me een knuffel als ik gefrustreerd was over mijn scriptie. Ze luisterden naar me als ik het even niet snapte of als ik dacht dat ik het niet meer vol kon houden. Ze gaven me liefde als ik twijfelde aan mijn kunnen. Ze stonden telkens naast me terwijl ik het niet zag. Ze lazen en verbeterden mijn scriptie. Zonder hen was het schrijven van mijn scriptie een stuk moeilijker geweest.

Als tweede wil ik mijn studentenvereniging Alpha-Ede bedanken voor de gezellige Alpha-lunches.

Als derde wil ik mijn afstudeerbegeleider Bert Mateboer bedanken voor de gesprekken, begeleiding en de bemoedigende woorden. Bedankt voor het meelezen en de verbeteringen waar nodig was.

Als vierde wil ik mijn afstudeermaatje Redmar bedanken voor zijn aanwezigheid van de afgelopen drie maanden. Elke dag samen naast elkaar op de computer op school zorgden voor gezelligheid, grapjes, delen van frustraties en potjes tafelvoetbal. Zonder jou was de periode niet compleet geweest en na drie maanden kan ik nu wel zeggen: ik ga je gezelligheid en tafelvoetbalkunsten missen.

Als vijfde wil ik mijn gezin bedanken. Mijn moeder, broers en zus die meeleeften en waar nodig mij hielpen om mijn scriptie af te ronden. Ik ben ze dankbaar voor de liefde die ze me geven.

Als laatste wil ik ook God bedanken. Hij staat het begin en aan het einde. Hij stond aan het begin van mijn scriptie en Hij zorgde voor mij. En Hij staat aan het einde van mijn scriptie, Hij zal voor me blijven zorgen: *Wat de toekomst brenge moge, mij geleidt des Heren hand.*

Inhoudsopgave

Verantwoording	6
Hoofdstuk 1: Christendom in de samenleving.....	11
1.1 De functie van het christendom in de ontstaansgeschiedenis van Nederland	11
1.2 De functie van het christendom in de samenleving	12
1.3 Media afhankelijk van frames	14
1.4 Het christendom in frames.....	16
1.5 Samenvatting.....	17
Hoofdstuk 2: Geseculariseerd Nederland	18
2.1. Secularisatie: het terugdringen van de kerk in de samenleving	18
2.2 Secularisatie creëert haar eigen religieuze rebound.....	19
2.3 De drie processen van secularisatie in onze samenleving	21
2.4 De marginale positie van het christendom in Nederland	26
2.5 Samenvatting.....	27
Hoofdstuk 3: Het postmoderne Nederland	28
3.1 De tegenbeweging van de moderne wereld	28
3.2 Individualisering, het failliet van de grote verhalen en beleving	29
3.3 Van christelijk monopolie naar religieuze markt.....	33
3.4 Samenvatting.....	37
Hoofdstuk 4: Veranderende journalistiek	39
4.1 Hoe internet de journalistiek heeft veranderd	39
4.2 Hoe is het postmodernisme terug te zien in de media?	48
4.3 Hoe is de secularisatie terug te zien in de media?	50
4.4 Samenvatting.....	53
Hoofdstuk 5 – Religiejournalistiek.....	54
5.1 Religie in de media	54
5.2 Kennis over religie noodzakelijk	55
5.3 Journalistieke principes voor berichtgeving over religie.....	58
5.4 Conclusie	60
Hoofdstuk 6 – Praktijkonderzoek	61
6.1 Verantwoording.....	61
6.2 Opzet van het praktijkonderzoek	62
6.3 Christenen in de media.....	66

6.4 Conclusie	73
Hoofdstuk 7 – Conclusie	74
7.1 Veranderingen in de samenleving.....	74
7.2 Veranderingen in de journalistiek	77
7.3 Kennis over het christendom in de media.....	77
7.4 Veranderingen in de berichtgeving over christenen.....	78
Bibliografie	79
Bijlage 1: Onderzoeksresultaten – Praktijkonderzoek	85
1.1 Cijfers praktijkonderzoek.....	86
1. Aantal krantenartikelen.....	86
2. Frames	86
3. Nieuws of beschouwende artikelen?	89
4. Personificatie	89
5. Emotie.....	89
6. Tolerantie	90
7. Objectiviteit	90
8. Kennis	90
9. Respect	91
10. Balans	91
1.2 Uitwerking resultaten – Trouw.....	91
1.3 Uitwerking resultaten – Algemeen Dagblad	94

Verantwoording

Aanleiding & motivatie

Sommige gesprekken die je in je leven hebt gehad vergeet je niet snel. Althans, sommige delen van gesprekken. Ik woon al bijna drie jaar op kamers in Ede, maar als ik een keer in het weekend in Apeldoorn bij mijn moeder ben dan is er vaak een moment dat ik in de keuken op het aanrecht neerplof en aan de praat raak met mijn moeder en dan we praten over het leven. Soms op een heel simpele manier, soms dieper en soms zijn het persoonlijke gesprekken.

Veel van deze gesprekken onthoud ik, ze voegen iets toe aan mijn leven. Op een heel persoonlijke manier of omdat het een onderwerp is waar ik mee blijf zitten, een onderwerp waar ik nog over na moet denken. Aangezien ik een mediaopleiding doe, heb ik het al meerdere malen met mijn moeder gehad over het beeld van christenen in de media. Frustraties komen naar boven over het rare beeld dat in de media bestaat over ons christenen. Wij als christenen zijn liefdevol, tolerant en niet raar, terwijl dat beeld in de media niet bevestigd lijkt te worden door een 'andere' groep christenen. De hele ophef over vaccinaties op de Bijbelgordel of de man met de woorden 'Jezus leeft' op zijn dak. Wij worden daar niet blij van, want dat zijn een aantal mensen die dat doen, maar niet alle christenen.

Dit onderwerp komt zo nu en dan weer in mijn hoofd op. Zo ook toen ik ging nadenken over een afstudeer onderwerp. In een brainstorm kwam naar voren dat ik graag iets wilde doen met de veranderingen in de cultuur in Nederland en wat voor invloed die hebben op religie. Het gesprek met mijn moeder over christenen in de media kwam ook in mijn hoofd en deze twee facetten wilde ik graag combineren. Hoe schrijven de media over christenen? Veranderde dat in de afgelopen jaren door de veranderingen in de cultuur?

Probleemstelling

Media hebben een grote invloed op de samenleving, daarom is het belangrijk dat het beeld dat ze geven over de werkelijkheid waarheidsgetrouw is. Dus dat het beeld dat ze neerzetten over christenen ook overeenkomt met de werkelijkheid. Ik heb het idee dat het beeld dat de media geven over christenen de laatste jaren nogal veranderde. In deze scriptie wil ik onderzoeken of dat werkelijk zo is. Dat vergroot mijn eigen kennis en inzicht, maar kan er hopelijk ook toe leiden dat andere journalisten meer inzicht krijgen in de factoren die van invloed zijn op hun werkwijze.

Daarom kwam ik op de volgende hoofdvraag: **Hoe is de berichtgeving over het (protestants) christendom in de afgelopen twintig jaar veranderd in de krant?**

Om een antwoord te geven op mijn probleemstelling heb ik vijf deelvragen opgesteld. Vijf stappen om een goede conclusie te trekken. Voordat u begint met lezen wil ik een kanttekeningen maken:

Er vindt een wisselwerking plaats tussen de samenleving en de journalistiek.¹ De media, en daar valt ook de journalistiek onder, hebben invloed op de samenleving. Een voorbeeld: de komst van de televisie en later de infotainment hebben invloed op het leven van de Nederlanders. Mensen richten zich meer op beelden, waardoor er ook meer beroep wordt gedaan op het gevoel en emoties. De journalist agendaert en duidt wat er in de samenleving leeft en heeft een controlerende functie op de overheid. Maar daarnaast heeft de samenleving ook invloed op de journalistiek. De vakinhoudelijke invloed van de samenleving op de journalistiek zijn bijvoorbeeld de digitalisering, globalisering en convergentie. Daarnaast zal de journalist rekening moeten houden met de behoefte van de lezer. Als er een trend in de samenleving is dat religie niet interessant is, zal de journalist daar ook niet over berichten. De secularisatie zal dan ook zichtbaar zijn in de journalistiek. In mijn onderzoek bespreek ik niet de macht van de journalist op de samenleving, maar de veranderingen in de cultuur (secularisatie en postmodernisme), samenleving en journalistiek. Mijn veronderstelling is dat de afname van het christendom en de ontkerkelijking invloed hebben op de berichtgeving over christenen. Als de Nederlanders niet meer christen zijn, is het ook niet van belang dat journalisten hierover schrijven.

Ter verduidelijking van mijn hoofdvraag wil ik eerst de begrippen waar ik het over ga hebben uitleggen:

Berichtgeving: Hieronder vallen artikelen die in de landelijke dagbladen zijn verschenen in 1993 en 2013 die gaan over christenen en het protestants christendom. Ik beperk mij tot de geschreven pers en met name de dagbladen, omdat de omvang van mijn onderzoek anders te groot zou worden. De keuze voor geschreven is gemaakt omdat ik zelf de richting geschreven pers heb gevolgd en dit mij dus na aan het hart ligt.

Krant: Landelijke dagbladen staan midden in de samenleving, de veranderingen in de cultuur zijn hierin dus duidelijk terug te zien. Mijn praktijkonderzoek beslaat een analyse van twee landelijke dagbladen: Trouw en het Algemeen Dagblad. Ik koos voor twee kranten omdat een analyse van een groot aantal kranten niet haalbaar is in de tijd die ik heb te besteden. De verdere verantwoording van mijn praktijkonderzoek is te lezen op pagina 61.

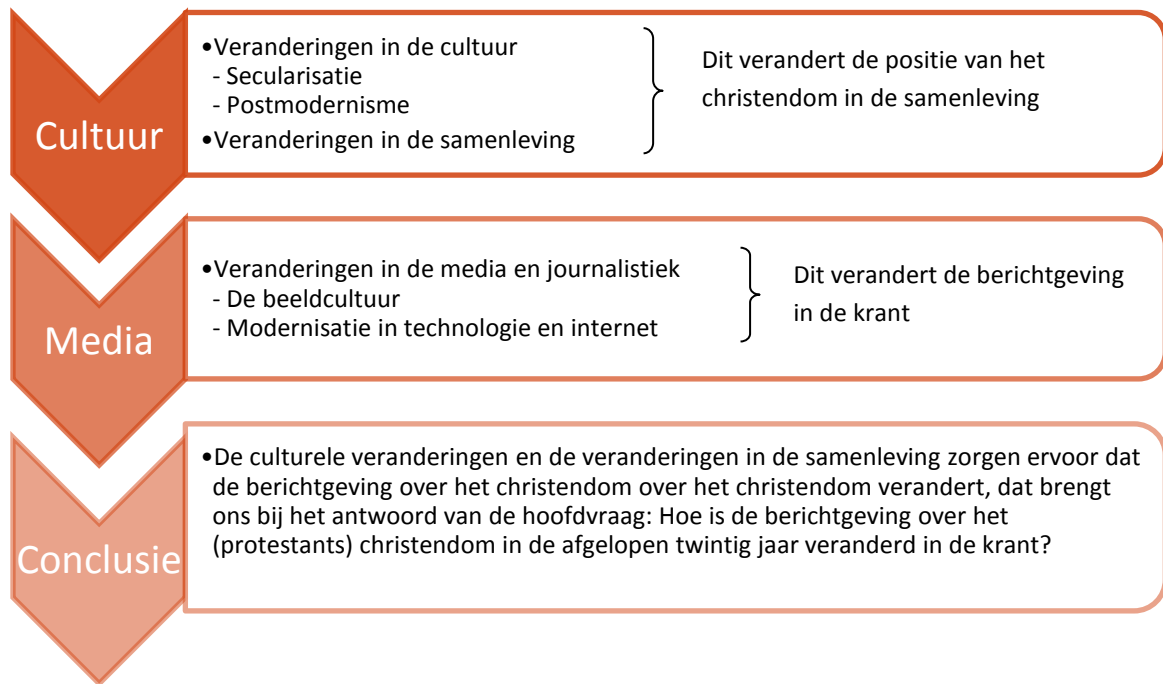
Protestants christendom: Hieronder vallen christenen die aangesloten zijn bij een van de kerken ontstaan door afsplitsing van de Katholieke Kerk. Hier vallen de katholieken dus niet onder, ik heb hen buiten beschouwing gelaten omdat er een wezenlijk verschil bestaat tussen deze twee stromingen. Daarbij komt de Katholieke Kerk vaak negatief in het nieuws door bijvoorbeeld misbruik in de kerk. Het is dus belangrijk om een scheiding te maken tussen deze twee stromingen in het christendom.

Twintig jaar: Ik koos voor twee moment opnames: nu en twintig jaar geleden. Dit was logistiek het

¹ Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Sander Dekker, schreef afgelopen november een brief aan de voorzitter van de Tweede Kamer der Staten Generaal. Hierin beschrijft hij op een heldere en duidelijke manier dat de schrijvende pers en de journalistiek van groot belang zijn voor de samenleving. Daarnaast benoemt hij de gevolgen digitalisering, globalisering en convergentie voor de journalistiek.

beste te behappen. In de krantenbank van LexisNexis gaan krantenartikelen terug tot twintig jaar geleden en daarbij is dit een periode geweest waarin het internet op gang kwam wat grote veranderingen in de maatschappij en de journalistiek veroorzaakte.

Mijn hoofdvraag verdeel ik onder in vijf deelvragen. Ik zie het als vijf stappen die ik moet doorlopen om een evenwichtige conclusie te kunnen geven. Het figuur hieronder legt systematisch uit waar mijn scriptie om draait en hoe de veranderingen zich verhouden tot elkaar:



Hieronder wil ik de begrippen uit het bovenstaande figuur nader uitleggen aan de hand definities van Van Dale en Woorden.org:

Cultuur

het geheel van geestelijke verworvenheden van een land

Samenleving

het geheel van de met elkaar verkerende mensen; maatschappij.

De cultuur en samenleving gaan dus hand in hand. Op het moment dat de cultuur veranderd, en dus het geheel van geestelijke verworvenheden van Nederland veranderd, heeft dat invloed de houding en gedrag van de mensen in de samenleving. Deze aspecten lopen in hoofdstuk twee en drie dus in elkaar over.

Media

middelen om informatie over te dragen: radio, tv, pers, internet enz.

Journalist(iek)

iemand die als beroep nieuws verzamelt en daarover vertelt in een krant of voor de radio of televisie

Als ik in mijn scriptie spreek over de media zie ik dat als het geheel aan middelen om informatie over te dragen. Dit heeft directe gevolgen voor de journalist die binnen de media werkt.

Ik benoem hieronder de deelvragen en licht kort toe hoe de hoofdstukken verband houden met mijn hoofdvraag:

Hoofdstuk 1. Christendom in de samenleving

In dit hoofdstuk wil ik twee vragen beantwoorden. Aan de ene kant zoek ik het antwoord op de volgende vraag: Welke rol speelde het christendom in de ontwikkeling van onze samenleving? Ik schets in het eerste gedeelte de geschiedenis van Nederland en bespreek ik welke positie Nederland had in de samenleving. Deze informatie is nodig voor mijn volgende hoofdstukken. Om veranderingen in de cultuur vast te kunnen stellen moet je weten wat de beginsituatie is. Daarbij is het ook belangrijk om erachter te komen welke invloed de geschiedenis nog heeft op de huidige situatie. Aan de andere kant wil ik de volgende vraag beantwoorden: Welke frames bestaan er over het (protestants) christendom in de media? Hier bespreek ik wat framing in de journalistiek inhoudt en welke frames er in de krant heersen over het christendom. Om tot een conclusie te komen hoe de berichtgeving veranderde in de afgelopen jaren zijn frames van belang. Door artikelen in te delen op deze frames zijn er veranderingen op te merken.

Hoofdstuk 2. Geseculariseerd Nederland

De eerste verandering in de cultuur is de secularisatie. In dit hoofdstuk staat daarom de volgende deelvraag centraal: Welke invloed heeft de secularisatie op de positie van het christendom in de samenleving? De manier waarop Nederlanders en journalisten naar het christendom kijken verandert hierdoor sterk. Het christendom had veel aanhangers en had een belangrijke positie in de samenleving, de secularisatie veranderde dat. Heeft de secularisatie tot gevolg dat mensen niet meer mogen geloven in het publieke domein? Hoeveel doet het geloof er nog toe in de samenleving en dus ook in de media? De secularisatie veroorzaakt dat mensen in de Nederlandse samenleving op een andere manier naar het christendom. Als het christendom naar de zijlijn van de samenleving wordt gemanoeuvreerd, gebeurt dat ook in de krant.

Hoofdstuk 3. Het postmoderne Nederland

Het postmodernisme is de tweede verandering in de cultuur, daarom kwam ik tot de volgende deelvraag: Welke invloed heeft het postmodernisme op de cultuur en op de positie van het christendom in de samenleving? Het postmodernisme verklaart de grote verhalen failliet, het christendom doet het dus niet meer goed in de samenleving. Maar het postmodernisme maakt ook meer ruimte voor gevoel en emotie, dit proces hebben de media versterkt door de komst van de televisie en internet. Deze nieuwe cultuurstroom in Nederland heeft gevolgen voor de manier waarop Nederlanders in het leven staan, maar ook voor de positie van het christendom in de samenleving. Net zoals de secularisatie heeft het postmodernisme ook invloed op de manier waarop journalisten het christendom benaderen en afbeelden in de media.

Hoofdstuk 4. Veranderde journalistiek

De crux van mijn scriptie ligt in dit hoofdstuk en hierin beantwoord ik een aantal belangrijke vragen: Welke veranderingen vinden er plaats in de journalistiek? Welke gevolgen hebben de secularisatie en het postmodernisme op de media en de berichtgeving over het christendom? De eerste vraag is van cruciaal belang voor het beantwoorden van mijn hoofdvraag. Door de veranderingen in de cultuur en

samenleving verandert ook de journalistiek. In dit hoofdstuk zet ik deze veranderingen uiteen. De ontwikkelingen op technologisch gebied en de komst van het internet veranderen de rol van de journalist. Door het postmodernisme verandert ook de manier waarop journalisten schrijven. Deze twee facetten hebben invloed op de berichtgeving in de krant, dit veroorzaakt dus ook direct een verandering in de berichtgeving over het christendom. Daarna geef ik in het hoofdstuk direct ook antwoord op de eerder besproken onderwerpen, want welke invloed hebben de secularisatie en het postmodernisme nou op de berichtgeving over het christendom?

Hoofdstuk 5. Religiejournalistiek

In het laatste hoofdstuk van mijn praktijkonderzoek zoek ik het antwoord op de deelvraag: Wat hebben journalisten nodig om goed op een juiste manier te schrijven over het christendom? De veranderingen in de cultuur en journalistiek hebben invloed op de berichtgeving. Hoe moet je daar als journalist mee omgaan? Hoe kunnen journalisten het beste omgaan met religies? Religie blijft een belangrijke positie innemen in de samenleving, het komt daardoor regelmatig terug in de kranten. Journalisten hebben kennis van religie nodig om artikelen te schrijven die kloppen met de werkelijkheid. Als journalisten geen respect hebben voor het christendom zie je dit terug in de berichtgeving. De manier waarop journalisten schrijven heeft alles te maken met de houding die zij hebben tegenover het christendom.

Doelstelling

Met deze scriptie wil ik aantonen dat de veranderingen in de cultuur en journalistiek de berichtgeving over het christendom veranderen. Ik wil de diepere lagen van de veranderingen binnen de media bloot leggen. Want de journalist moet zich bewust zijn van de veranderingen in de samenleving, omdat deze veranderingen invloed hebben op de media. Moeten we als journalisten altijd meegaan in de veranderende cultuur en dus maar op een andere manier over christenen schrijven terwijl dat misschien niet overeenkomt met de werkelijkheid?

Veranderingen in de cultuur en journalistiek zorgen voor meer ruimte voor christenen in de krant. Maar journalisten missen kennis over religie en stereotiepe beelden over het christendom komen nog vaak voor in de berichtgeving. Met deze scriptie wil ik aangeven dat journalisten respect moeten hebben tegenover christenen en schrijvers balans in de artikelen moeten aanbrengen. De taak van de journalist moet zijn om objectieve en waarheidsgetrouwe artikelen te schrijven, ook over het christendom.

Relatie met minor cultuur en religie

Het verband tussen het onderwerp van mijn scriptie en de verdiepingsminor cultuur en religie is makkelijk te leggen. In mijn scriptie beschrijf ik veranderingen in de cultuur op het gebied van religie om vervolgens een verbinding te maken met de journalistiek.

Hoofdstuk 1: Christendom in de samenleving

Om een duidelijk beeld te kunnen krijgen hoe de berichtgeving is veranderd, is het van belang om te weten welke functie het christendom heeft in onze samenleving. In de eerste paragraaf wil ik uiteenzetten welke rol het christendom had in de ontstaansgeschiedenis van ons land, om in paragraaf twee uit te kunnen leggen welke functie het christendom heeft anno 2014. In paragraaf drie en vier leg ik uit welk beeld er over het christendom leeft in de media en wat frames daar mee te maken hebben.

1.1 De functie van het christendom in de ontstaansgeschiedenis van Nederland

Om te begrijpen wat de invloed van religie is in de Nederlandse samenleving ga ik eerst een stuk terug in de geschiedenis van Nederland. Ik begin in de Middeleeuwen, toen religie alomtegenwoordig was en de Katholieke Kerk een machtig en rijk instituut. Er stond de kerk niets in de weg. Aan het begin van het Heilige Roomse Rijk in de Middeleeuwen benoemde keizer Karel de Grote het katholicisme tot godsdienst van het hele rijk. Het katholieke geloof had een sterke kracht om mensen met elkaar te verbinden en deze religie hadden een duidelijke leider: de Paus.

Aan het begin van de zestiende eeuw kreeg Karel V het bewind over het Heilige Roomse Rijk. Hij breidde zijn territorium uit en benoemde de huidige Benelux-landen tot 'Zeventien Nederlanden'. De prominente positie van de Katholieke Kerk in Nederland riep na verloop van tijd tegenbewegingen op, er kwamen namelijk steeds meer misstanden van de kerk aan het licht. Aan het einde van de zestiende eeuw had het religieuze bestel zich uitgebreid met nog meer groeperingen zoals de lutheranen, doopsgezinden en calvinisten.

Waar Luther zijn gedachtegoed verspreidde, kwam de keizer met harde hand optreden. Keizer Karel V vervolgde de protestanten. Deze protestanten wilde hervormingen in de katholieke kerk, omdat er steeds meer misstanden aan het licht kwamen. Na jaren van protesten kwam er eindelijk een concilie van Trente om afspraken te maken voor hervormingen van de Katholieke Kerk. Deze bleven echter uit en er groeide sympathie voor de reformatie.

Deze religieuze verdeeldheid had sterke invloed op de politieke verhoudingen in Europa. De Nederlanden vielen uiteen in twee machtssferen, waarbij het wettig gezag probeerde de heersende Katholieke Kerk te handhaven, terwijl opstandige overheden meewerkten aan de opbouw van een samenleving met ingrijpende hervormende godsdienst. Door een complex van factoren kwamen de heer der Nederlanden en zijn onderdanen steeds meer tegenover elkaar te staan, met een tachtig jaar durende oorlog als gevolg (1568-1648). Daarbij raakte de opstand onvermijdelijk verstrengeld met het protestantse hervormingsstreven, in Nederland was dat het calvinisme. De leider van deze opstand (en later de oorlog) was Willem van Oranje, hij streefde naar godsdienstige openheid en hij vond volgelingen voor de opstand bij de protestanten.

De politieke vrijheidsstrijd en de religieuze hervormingsbeweging gingen in Nederland dus hand in hand. Uiteindelijk werd die politieke onafhankelijkheid een feit en kreeg de kerk uit de reformatie, de

protestantse kerk, in de Nederlanden de overhand.

Religie en politiek gingen hand in hand in de ontstaansgeschiedenis van Nederland, maar dat veranderde sterk in de afgelopen decennia, zoals dat ook staat beschreven in het rapport *Geloof in de samenleving*:

“Eeuwenlang waren God en de kerk als vanzelfsprekend aanwezig in het leven van alledag en als zodanig met het culturele en politieke leven verweven. Met de opkomst van de verlichting begon dit te veranderen. Sinds de jaren zestig van de vorige eeuw is de traditionele moraal gaandeweg door de burgerij grotendeels verlaten. Het christendom vormt niet langer expliciet het primaire morele fundament van de samenleving en christelijke waarden zijn zelf ook aan verandering onderhevig.”

Uit het rapport van het CDA: *Geloof in de samenleving*²

De moderniteit, culturele revolutie en secularisatie hebben hun weerslag op de samenleving. Een continu veranderende cultuur waarin de woorden privatisering, individualisme, neutraliteit en rationalisering centraal staan. De scheiding tussen kerk en staat, de neutraliteit (van de politiek), postmodernisme en godsdienstvrijheid zorgen ervoor dat mensen op een andere manier met geloof omgaan. Cliteur concludeert in zijn boek *Tegen de decadentie* dat de positie van religie in de samenleving verandert:

“Godsdienst is misschien iets wat we moeten gedogen, maar beslist geen – om maar iets te noemen – kernwaarde voor een goed functioneren van de democratie. Godsdienst is een ervaringsdimensie, zoals psychedelische voorstellingen dat zijn. Waardevol en interessant voor het individu misschien, maar niet meer dan dat.”

Cliteur in *Tegen de decadentie*³

We zagen dat het christendom van groot belang was voor het ontstaan van Nederland. In het normen- en waardensysteem, en ook in het rechtssysteem, zie je het christelijke fundament terug. Maar de modernisatie veroorzaakt dat de kernwaarden in onze samenleving steeds minder grond vinden in het christendom.

1.2 De functie van het christendom in de samenleving

Om de functie van het christendom te begrijpen is het van belang om te weten dat er een continue wisselwerking plaatsvindt tussen samenleving en religie. Aan de ene kant moet je om onze cultuur te begrijpen kennis hebben van religie. Aan de andere kant heeft de samenleving een sterke invloed op het godsdienstig en kerkelijk leven.

De functie van religie moet bekend zijn om erachter te komen welke positie het christendom inneemt in onze samenleving. Dit antwoord kunnen we vinden in de godsdienstsociologie. Dekker en

²(Auteur Onbekend, *Geloof in de samenleving*, christendemocratische reflecties op religie en levensbeschouwing in het publieke domein, 2012, p. 14)

³(Cliteur, 2004, p. 84)

Stoffels geven in hun boek *Godsdienst en Samenleving* een duidelijke opsomming van functies die religie kunnen hebben:

0 Integratieve functie

Zoals in de geschiedenis blijkt heeft religie een integratieve functie. Dat betekent dat godsdienst ervoor zorgt dat mensen in de samenleving integreren en dat godsdienst de samenleving bijeenhoudt.

0 Legitimatiefunctie

Dit is de negatieve kant van de integratieve functie. Godsdienst legitimeert hiermee bestaande situaties, wat tot gevolg heeft dat religie veranderingen in de samenleving tegenhoudt.

0 Verdiept, versterkt en stabiliseert

Aan de andere kant zorgt religie ervoor dat onze wereld verdiept, versterkt en stabiliseert. Godsdienst stabiliseert niet alleen onze persoonlijke ordening en zingeving, maar ook de normen en waarden en ook de instituties. Religie bepaalt de cultuur en hierdoor krijgt de cultuur een sacraal karakter.

0 Sociaal Kapitaal

Religie motiveert mensen om actief te zijn voor anderen en voor de samenleving. De kerkgangers en godsdienstige mensen blijken actiever in vrijwilligerswerk en mantelzorg. En het blijkt ook dat kerkgangers meer geld geven aan het goede doel.

Christendom in de samenleving

Met name de integratieve functie was sterk aanwezig aan het begin van Nederland. De gezamenlijke normen en waarden hielden de samenleving in stand, die zijn ontstaan dankzij de heersende christelijke religie. Daarnaast versterkte, verdiepte en stabiliseerde het christendom de samenleving.

Het christendom had tot diep in de negentiende eeuw een sterke positie in de samenleving. Ondanks de scheiding van kerk en staat waren ze innig met elkaar verbonden. De overheid stelde het op prijs een goede verhouding met de kerk te behouden en de samenwerking met betrekking tot allerlei activiteiten. Denk hierbij aan maatschappelijk gerelateerde activiteiten met betrekking tot zorg, armen en minderheden in de samenleving. Maar ondanks de belangrijke positie die het christendom bleef behouden, kwamen er stukje bij beetje scheuren in de positie die het christendom had.

De Franse Revolutie had hier een belangrijke rol in. Het verbrak de band tussen God en de staat en zette de mens op de troon van zijn schepper. Het verlichtingsdenken verdreef de christelijke godsdienst steeds meer uit de samenleving. Dekker en Stoffels laten zien in *Godsdienst en Samenleving* dat het christendom zich in de loop van de twintigste eeuw van een cultureelvormende tot een cultureelvolgende kracht ontwikkelde.

Tot diep in de negentiende eeuw was het overgrote deel van de Europese bevolking religieus. Nederland kwam in een tijd van welvaart terecht, waardoor er een steeds kleinere kloof ontstond

tussen de elite en de gewone burger. De gewone burgers namen het seculiere denken van de elite over. Het echte seculiere gedachtegoed zette pas echt door na de Tweede Wereldoorlog, daarmee kwam ook de ontkerkelijking op gang.

Daarnaast heeft het (post)modernisme zijn weerslag op de hedendaagse samenleving. Traditionele samenlevingspatronen komen hierdoor onder grote druk te staan. Het proces van modernisering verloopt schoksgewijs. De introductie en verspreiding van nieuwe technologieën - denk aan computers, internet, social media en smartphones - nam de afgelopen decennia een ongekennde vlucht.

In de huidige moderne samenleving nemen de instituties de rol van religie over. Hierdoor kan de samenleving een chaotische indruk maken. Deze chaos moet overstegen worden; mensen zoeken een andere manier om structuur, zin en vrijheid te ervaren. Door de secularisatie verdwijnt religie niet, maar religie en zingeving nemen een andere positie in. In hoofdstuk twee en drie bespreek ik de secularisatie en de opkomst van spiritualiteit uitgebreid.

Door de privatisering en individualisering van de moderne samenleving verbant het christendom naar de privéwereld van mensen. De behoefte naar zingeving en spiritualiteit verdwijnt hiermee niet, maar er vindt een transformatie plaats van het geloof. Onze tijd en samenleving kenmerken zich echter wel door de afwezigheid van God. Het is niet meer vanzelfsprekend dat je gelooft in een transcendente God. De huidige samenleving karakteriseert zich door een verlangen naar zingeving en pluralisme.

1.3 Media afhankelijk van frames

In de wereld van de media zijn frames heel belangrijk. Een frame is een lens die bepaalde aspecten van de werkelijkheid een scherpere focus geeft. Dat helpt om het probleem beter te begrijpen, maar heeft als nadeel dat andere aspecten naar de achtergrond verdwijnen. Journalisten versimpelen daardoor het nieuws.

Om te weten welk beeld er bestaat over het christendom in de media is belangrijk om te weten wat een frame inhoudt en welk doel er achter zit. Bennet geeft een duidelijke omschrijving van *framing* :

“A broad organizing theme for selecting, emphasising, and linking the elements of a story such as the scenes, the characters, their actions, and supporting documentation.”

Bennet in News: The politics of illusion⁴

Door een scherpere focus op een bepaald aspect te leggen creëert een journalist een bepaald kader rond een onderwerp. Er vindt een koppeling plaats tussen taal en beelden en gevoelens. Dankzij deze koppeling interpreteren en beoordelen mensen de wereld om ons heen.

Door een bericht een bepaald frame te geven, komt de alom geprezen functie van objectiviteit van een journalist in gevaar. Een frame aanbrengen betekent dat de journalist invloed heeft op de

⁴(Bennet, 2003)

manier waarop de lezer het verhaal interpreteert. De journalisten maken keuzes over de manier waarop een artikel gekozen, geschreven en gepubliceerd wordt.

Framing heeft een positieve en een negatieve kant. De positieve kant van framing maakt moeilijke en ingewikkelde situaties behapbaarder voor het gros van de lezers. Elk artikel heeft een onderliggende boodschap die de journalist bepaalt aan de hand van zijn vooroordelen en voorkeuren. Dit is nodig om de boodschap interessant te maken voor het publiek. De negatieve kant veroorzaakt een verandering in de werkelijkheid. Journalisten duiden niet alleen de wereld door een frame aan te brengen, maar veranderen daarmee ook de werkelijkheid. Frames werken soms steeds krachtiger in het hoofd van de lezers en ze werken in op het gevoel. De beelden verankeren zich steeds meer in het brein, met name als journalisten frames consequent gebruiken en de lezer daarvoor openstaat.

Ratheiser en Van der Stoep hebben het bij het juiste eind door in hun boek *Media en Religie* te zeggen dat een frame moet passen binnen een bepaalde culturele setting. Oftewel het geheel van beelden, verhalen en levensovertuigingen die in een samenleving beschikbaar zijn. Maar er vindt een wisselwerking plaats tussen een frame en de samenleving. Een frame van een bepaald onderwerp kan een tendens in de samenleving versterken of juist neerhalen. Een frame gaat dus samen met het heersende beeld over het onderwerp in de samenleving of het zorgt ervoor dat mensen juist een beeld accepteren. Een goed voorbeeld is het woord *Islamisering* van Geert Wilders. Kunnen we spreken van *Islamisering* in Nederland? Nee, maar een deel van de samenleving denkt wel dat de Islam veel invloed heeft op onze cultuur en samenleving en daar gaan ze naar handelen.

Om een duidelijk te krijgen of er bepaalde frames bestaan over het christendom in de krant is het nodig om een indeling te maken in soorten frames. Deze indeling kan weergeven of kranten een realistisch beeld over het christendom schetsen. Deze indeling is ook gebruikt in een onderzoek naar framing van de islam en wil ik ook naar voren laten komen in mijn praktijkonderzoek.

0 Marginalisatieframe

Men spreekt van een marginalisatieframe als mensen op een extremistische wijze kijken naar een bepaalde gebeurtenis en kijken naar één bepaalde groep. Binnen het christendom kun je denken aan de Staatkundig Gereformeerde Partij of Gereformeerde Gemeenten die extremer zijn dan de 'gemiddelde' christenen. Journalisten leggen een focus op één groep en één gebeurtenis, terwijl er ook vele groeperingen binnen het christendom anders over een bepaald onderwerp denken, maar journalisten laten hen buiten beschouwing.

0 Differentiatieframe

Er bestaat bij dit frame een deling tussen het christendom in het algemeen, met daarbuiten een andere 'vreemde' extremistische groep die er bij hoort.

0 Balansframe

Een balansframe houdt in dat journalisten alle betrokken partijen bij een bepaalde kwestie op een gelijke manier behandelen en belichten. Als er een gebeurtenis plaatsvindt binnen het protestants

christendom, dan kijken journalisten naar alle betrokken partijen zodat er een duidelijk, niet eenzijdig, beeld ontstaat over de christenen.

1.4 Het christendom in frames

De volgende vraag dient zich aan: welk beeld bestaat er over het christendom in de media? Het beeld dat er in de media bestaat over het christendom zegt iets over de positie van het christendom in de samenleving. Hoe kijken we tegen christenen en deze religie aan in Nederland? De media kunnen hiermee een heersend beeld over het christendom bevestigen, versterken, in standhouden of veranderen. De impact van een dergelijk frame kan groot zijn.

In het boek *Media en Religie* van Ratheiser en Van der Stoep komen er een aantal frames naar voren die in de media zichtbaar zijn. De twee lectors van journalistiek in Ede en Zwolle geven hiermee een duidelijk beeld over hoe media denken over religie in het algemeen. Daarnaast geef ik een aanvulling over het heersende beeld over het christendom in de media.

0 Religie is achterhaald

De media veronderstelt hiermee dat religie een verschijnsel is dat langzaam zal verdwijnen.

0 Religie is nuttig

We kunnen constateren dat geloof mensen in beweging zet en motiveert om een bijdrage aan de samenleving te leveren. Het sociaal kapitaal van religie blijft zichtbaar en belangrijk in onze samenleving. Deze maatschappelijke betrokkenheid is echter een bijproduct binnen het christendom, zo creëren de media een eenzijdig beeld over de functie en beleving van christenen.

0 Religie is onderdrukkend

In de samenleving is er een hoog waarde ideaal om vrijheid te hebben van je denken, de vrijheid van mening en kritiek staan centraal. Het christendom staat hier anders tegenover, maar hierdoor schetst de media een beeld dat christenen niet vrij zijn en dat God en de Bijbel hen onderdrukt.

0 Religie fundamentalisme

De aanslagen van 11 september geeft een goed voorbeeld van fundamentalistisch extremisme van de islam. Binnen het christendom heb je niet te maken met dit soort extremisme, maar sommige christenen zien de Bijbel en God als autoritair en willen zich afscheiden van andere religieuze groepen.

0 Religie is een privézaak

Mag de christelijke organisatie Youth for Christ een aanbesteding krijgen vanuit de overheid? In 2009 was dit een groot vraagstuk binnen de politiek en er ontstond grote commotie. Mag jongerenwerk wel aan religieuze organisaties worden uitbesteed? Gebruiken christenen deze organisatie dan niet voor missionaire doeleinden? Zelfs de voorzitter van het stadsdeelbestuur van Amsterdam trad af dankzij de commotie. Deze gebeurtenis geeft duidelijk aan: is geloven niet een privézaak?

1.5 Samenvatting

Dit hoofdstuk geeft weer dat het christendom fundamenteel verbonden is met ons land en de cultuur. De normen en waarden zien we nog terug in de cultuur, maar dankzij de secularisatie en het postmodernisme verandert dat sterk. In de samenleving ziet men het christendom niet meer als stabiliserende factor en dat betekent dat men dit geloof niet meer noodzakelijk acht voor de samenleving. Het christendom verdwijnt naar de zijkant van de samenleving. Wat dit proces veroorzaakte en welke gevolgen dat heeft voor onze samenleving komt in het volgende hoofdstuk aan bod.

De positie van het christendom in Nederland veranderde, maar om onze cultuur en samenleving te begrijpen moeten mensen weten wat dit christendom inhoudt en moeten ze respect hebben voor gelovigen. Dit respect kan de media ernstig verstoren. Met een frame ontstaat er een beeld over het christendom dat niet hoeft te kloppen met de werkelijkheid. Het christendom, en ook religie in het algemeen, zien mensen dan als onderdrukkend, fundamentalistisch en achterhaald. De veranderingen in de cultuur die in dit hoofdstuk aan bod komen splits ik uit in twee grote culturele veranderingen: secularisatie en postmodernisme. Deze onderwerpen behandel ik in de volgende twee hoofdstukken.

Hoofdstuk 2: Geseculariseerd Nederland

De functie van de kerk was nauw verbonden met de samenleving, zeker bij het ontstaan van Nederland. Maar deze positie van het christendom veranderde in de afgelopen jaren sterk door ontkerkelijking en secularisatie. In paragraaf één wil ik het eerst hebben over het terugdringen van de kerk in de samenleving door de secularisatie. Daarna wil ik het begrip postsecularisatie bespreken, want secularisatie betekent niet per definitie dat religie volledig uit de samenleving verdwijnt. Vervolgens bespreek ik in paragraaf drie de gevolgen van de secularisatie in Nederland, met name met betrekking tot de positie van het christendom in Nederland.

2.1. Secularisatie: het terugdringen van de kerk in de samenleving

Om goed zicht te hebben op de invloed van secularisatie op de functie van het christendom in de samenleving, is het van belang om te weten wat secularisatie precies inhoudt. Nederland staat bekend als één van de meest geseculariseerde landen van Europa.

Secularisatie houdt in dat religie uit de samenleving verdwijnt. Ik ga uit van de volgende twee definities:

“Secularisatie is het proces van verwerkelijking van het terugdringen van de wereldlijke activiteiten van kerken.”

A. H. den Boef in *Nederland Seculier*⁵

“Secularisatie is een vermindering van de rol van religie in zowel het sociale leven als in het individuele bewustzijn. Het is een doorlopend verlies van plausibiliteit van religieuze visies op de werkelijkheid.”

Berger in *Religie in Nederland*⁶

Door de secularisatie creëerden mensen meer ruimte om de wereld en zichzelf te ontdekken. Ze schoven het geloof in een transcendente werkelijkheid niet aan de kant, maar ze wilden op zoek gaan naar hun eigen geluk op aarde.

De Nederlanders vertrokken massaal uit de kerken. De oorzaken van dit ontkerkelijkingproces liggen als eerste in de structurele ontwikkelingen in de samenleving: differentiatie, industrialisatie en urbanisatie. Deze processen zorgen voor functieverlies van de kerken. Als tweede veroorzaken culturele ontwikkelingen voor de opkomst van de wetenschap, rationalisering en subjectivering, minder betrokkenheid op een godsdienst. Als derde veranderde de kerkelijke opstelling tegenover bepaalde samenlevingsproblemen. Nederlanders vervreemden zich hierdoor van de kerk. Als laatste versterkte het ontkerkelijkingproces door veranderende persoonlijke factoren.

Naast het proces van secularisatie, vindt er ook een proces van modernisering plaats in Nederland.

⁵(Boef, 2003, p. 23)

⁶(Borg & Borgman, 2008, p. 18)

Veel sociologen gingen ervan uit dat deze twee onlosmakelijk met elkaar verbonden waren. In de secularisatiethese meent men dat overal waar een samenleving zich ontwikkelt in de richting van een meer moderne samenleving, de godsdienst aan betekenis voor het leven en samenleven van de mensen verliest of zelfs geheel verdwijnt

Met name de sociologen Halman en Habermas waren overtuigd van deze these, maar andere sociologen zijn later genuanceerder naar de secularisatiethese gaan kijken, er bestaat namelijk geen rechtlijnige ontwikkeling tussen deze twee facetten. In moderne samenlevingen blijkt het lang niet altijd zo te zijn dat godsdienst minder invloed heeft. Kijk naar de Verenigde Staten en in een aantal Afrikaanse landen blijkt de invloed van godsdienst zelfs toe te nemen, ondanks het feit dat ze meegaan in de vaart der volkeren en steeds moderner worden.

Er bestaan twee niveaus van secularisatie. Het eerste is op het niveau van het individu, men spreekt dan van het minder godsdienstig worden van de mens. Het tweede niveau houdt in dat godsdienst minder invloed heeft op de inrichting van de samenleving. Deze twee niveaus hoeven niet parallel te lopen.

Dekker en Stoffels concluderen in hun boek *Godsdienst en Samenleving* dat we op het niveau van de samenleving met zekerheid kunnen spreken over secularisatie in Nederland. Het christendom had vroeger een veel belangrijkere positie en veel meer macht. In het publieke domein is religie steeds meer naar de marge van de samenleving gemanoeuvreerd. Zoals Bernts ook concludeert in het onderzoek *God in Nederland (1996-2006)*:

“We hebben vastgesteld dat er volgens de Nederlandse bevolking geen sprake kan zijn van een versterking van een constitutieve rol van religie voor de samenleving. De verzuiling ligt achter ons, en we verwijderen ons in ons denken steeds verder van deze tijd.”

Bernts in God in Nederland (1996-2006)⁷

2.2 Secularisatie creëert haar eigen religieuze rebound

Nederland seculariseert, maar moeten we nu concluderen dat religie helemaal verdwijnt uit de Nederlandse samenleving? Terwijl de ene socioloog stelt dat religie onherroepelijk op de terugtocht is, zegt de ander dat er ook een heropleving van religie plaats heeft. Maar dan wel in andere vormen, namelijk meer op het gebied van spiritualiteit.

Peter Berger schrijft in zijn artikel *The Desecularization of the World* dat we niet kunnen veronderstellen dat we in een gesecculariseerde wereld leven. Hij geeft zelfs aan dat religie nu zelfs nog belangrijker is dan ooit tevoren. Religieuze instituties hebben wel minder macht en aanhang, maar nieuwe en oude religies blijven bestaan in de levens van mensen. Er kwam ruimte voor nieuwe religies om hun plek in te nemen in de maatschappij. De bestaande kerken kunnen nog steeds invloed uitoefenen, ondanks dat ze minder aanhang hebben.

Steve Bruce stelt in zijn boek *Religion in the Modern World* dat de secularisatiethese plaats maakt

⁷(Bernts, Dekker, & Hart, 2007, p. 32)

voor dialectische secularisatie. Hij zegt dat de secularisatiethese niet opgaat, maar dat secularisatie juist zorgt voor een opleving van religie en spiritualiteit. De sociale en publieke relevantie van religie vermindert niet. De dreiging van andere religies en secularisatie zorgt zelfs, volgens Bruce, voor een versterking van het eigen geloof, omdat dat de eigen cultuur, identiteit en zelfbeeld herbevestigt. Door secularisatie ontstaat er zelfs een grotere tolerantie voor andersdenkenden. Religie geeft ruimte voor verschillende opties, levensstijlen en voorkeuren, het concept van een transcendente God is subjectiever.

De wereldwijde modernisering creëert haar eigen rebound. Er groeit een verlangen naar spiritualiteit, het nuts- en genot denken voorbij. Na decennia van ontkerkelijking lijkt er in Nederland weer belangstelling te ontstaan voor religie en spiritualiteit.

Bijsterveld stelt zelfs in haar betoog in *Religie als bron van sociale cohesie in de democratische rechtsstaat?* dat secularisatie achterhaald is:

“Secularisatie geeft een inadequaat en achterhaald perspectief op de werkelijkheid. Evenmin biedt het begrip een goede kijk op de toekomst.”

Bijsterveld in Religie als bron van sociale cohesie in de democratische rechtsstaat?⁸

Volgens Bijsterveld verandert onze samenleving voortdurend en ontstaan er telkens nieuwe vragen en dilemma's. Om hiermee om te gaan vinden mensen een houvast in religieuze stromingen: religie helpt om keuzes te maken en verantwoordelijkheid te nemen.

Door secularisatie verdwijnt het religieuze gedachtegoed niet, religie past zich namelijk aan aan de huidige ontwikkelingen. De werking en zichtbaarheid van religie is anders dan in het verleden, maar religie is aanwezig en heeft wel degelijk invloed.

Postgeseculariseerde samenleving

Secularisatie heeft wel degelijk in Nederland plaatsgevonden, maar de secularisatie lijkt niet de uitwerking te hebben die vele mensen dachten, volgens Bijsterveld:

“Door de geschetste ontwikkelingen van secularisering en individualisering zijn wij gaandeweg het besef kwijtgeraakt dat godsdienst sterk verknocht is met mens- en maatschappijbeelden en daarmee met de inrichting en het karakter van de samenleving zelf.”

Bijsterveld in Religie als bron van sociale cohesie in de democratische rechtsstaat?⁹

Habermas noemt de huidige samenleving een postseculiere samenleving. Het blijkt dat religie standhoudt in een seculiere omgeving. Het gevolg van de postseculiere samenleving, is dat we nu met toenemende mate er rekening mee moeten houden dat religieuze gemeenschappen tot nader order zullen voortbestaan. Volgens Habermas moet er een publieke erkenning komen van religieuze gemeenschappen voor hun functionele bijdrage tot het aanleren van gewenste normen, waarden en

⁸(Bijsterveld, 2012, p. 13)

⁹(Labuschagne, 2004, p. 14)

gedrag. Ratzinger pleit ook voor een tolerantiebeprijp van pluralistische maatschappijen.

Kunnen we spreken van secularisatie in Nederland? Ja, daar kunnen we met zekerheid van spreken. De kerken zijn teruggedrongen uit de samenleving en naar de kant van de samenleving gedrukt. Het seculiere gedachtegoed staat centraal in de samenleving. Mensen willen vrijheid om zelf op zoek te gaan naar geluk en genot, ook buiten religie om. Door de opkomst van secularisatie raakten mensen het besef kwijt dat godsdienst verknocht is met de mens- en maatschappijbeelden. Maar religie verdwijnt niet helemaal uit de samenleving. Uit verschillende onderzoeken¹⁰ blijkt dat religie verdwijnt, maar dat we kunnen spreken van een opleving van spiritualiteit, buiten verbanden en tradities om.

2.3 De drie processen van secularisatie in onze samenleving

Door de secularisatie neemt de bestaande vorm van religiositeit af. Het christelijk geloof krijgt steeds minder aanhangers. Uit onderzoek blijkt ook dat ontkerkelijking inderdaad plaatsvindt in Nederland. Minder mensen hangen het protestants christendom aan. In 1966 was nog 25 procent van Nederland verbonden aan de protestantse kerk, in 2006 was dat nog maar veertien procent. De buitenkerkelijken groeiden in de afgelopen veertig jaar van 33 procent naar 61 procent.

Overtuiging met betrekking tot een God of hogere macht					Beschouwt zichzelf als gelovig mens			
	1966	1979	1996	2006		1979	1996	2006
Theïsten	47	33	24	24	Ja, beslist wel	43	40	31
Ietsisten	31	40	39	36	Eigenlijk wel	25	27	31
Agnosten	16	18	27	26	Eigenlijk niet	12	13	19
Atheïsten	6	9	10	14	Nee, beslist niet	20	20	19
Totaal	100	100	100	100	Totaal	100	100	100

Tabel 2.1 Gelovigheid in Nederland¹¹

Tabel 2.2 Gelovigheid van mensen¹²

Ruim zestig procent van de bevolking noemt zichzelf gelovig. Het aantal mensen dat zich gelovig noemt is groter dan het aantal dat zich kerkelijk noemt. Op het individuele vlak neemt dus niet alle godsdienstigheid de vorm van kerkelijkheid aan. De onderzoekers constateren wel een afwijking ten opzichte van tien jaar geleden. De kerkelijkheid nam af, maar de gelovigheid niet. In tabel 2.2 zien we dat nu ook de gelovigheid in de afgelopen tien jaar sterk afneemt. Dit kan liggen aan het feit dat de jongere generatie minder gelovig is. Terwijl van de oudere generatie nog 75 procent gelooft, gelooft van de jongere generatie nog maar 50 procent. Niet alleen de kerkelijkheid, maar ook de godsdienstigheid neemt af.

Het geloof speelt in het leven van steeds minder mensen een rol, maar de betekenis van het geloof neemt toe voor degenen die wel geloven. Er zijn minder gelovigen, maar degene die wel geloven, geloven intensiever.

¹⁰ Onderzoeken als *God in Nederland (1996-2006)*, *Godsdienst binnen en buiten verband*, *Religie aan het begin van de 21^e eeuw*, *Godsdienstige veranderingen in Nederland* en *Geloven in het publieke domein*.

¹¹ (Bernts, Dekker, & Hart, 2007, p. 40)

¹² (Bernts, Dekker, & Hart, 2007, p. 52)

Drie secularisatieprocessen in Nederland

Dekker en Stoffels schrijven over drie processen die plaatsvinden in Nederland met betrekking tot secularisatie. Welke invloed hebben deze secularisatieprocessen op de positie van christendom in de samenleving?

0 Secularisatie als vermindering van de godsdienstigheid van mensen

De christelijke handelingen, opvattingen en symbolen worden minder belangrijk voor het leven van de Nederlanders, de ontkerkelijking bevestigt dit beeld. Hierdoor betekent het christendom, en de daarbij horende opvattingen, minder voor de mensen.

Godsdienst en kerk verloren hun monopoliepositie in de samenleving op het gebied van waarden en zingeving. De kerk betekent minder voor de mensen en daardoor is de kerk niet meer de bron voor religieuze zaken. Daarnaast vervaardigde de kerk ondersteuning en hulp voor de armen en zwakken in de samenleving, maar deze taak namen andere organisaties over zoals Greenpeace of Amnesty International. Door de toenemende concurrentie staat de kerk op de markt. Om kerkleden te behouden gaan kerken zich aanpassen aan de behoefte van de leden, de consumenten.

Laïcité

Daarbij komt de laïcité op, een politieksysteem afkomstig uit Frankrijk. Mensen concludeerden dat deelname aan de samenleving ook mogelijk is zonder godsdienst. De samenleving privatiseert het geloof en maakt het een individuele aangelegenheid. Ondanks de opkomst van hernieuwde spiritualiteit en religiositeit spreken we nog wel van secularisatie. Het publieke domein staat los van religie en spiritualiteit. De secularisatie neemt de rol over van het christendom. Dit openbare secularisme heet in de Franse traditie laïcité. De staat is in religieus opzicht neutraal en zij moet dat waarborgen binnen het publieke domein. Een neutrale staat wil de scheiding van moraal en religie in zijn instituties vormgeven.

0 Secularisatie als beperking van de reikwijdte van de godsdienst

Steeds meer delen of sectoren van de samenleving worden onafhankelijk ten opzichte van het christelijk leven. Religie dringt terug tot de persoonlijke wereld van mensen.

Daarmee treedt er een proces van verkerkelijking op. Het christendom trekt zich terug uit de bredere samenleving en richt zich op de kerk en de kerkleden. Ze richten zich op hun kerkleden en de nabije omgeving. De ordening van de samenleving verbindt zich niet meer met het christelijke gedachtegoed, hierdoor vindt er een segmentering plaats in het waardepatroon. De christelijke normen en waarden komen losser te staan van de samenleving. Slechts een minderheid van de bevolking vindt namelijk dat de kerken zich over maatschappelijk relevante onderwerpen moeten uitspreken, blijkt uit het onderzoek *God in Nederland (1996-2006)*:

“Een vergelijking met de antwoorden van tien jaar geleden op deze vraag laat zien dat zonder uitzondering met betrekking tot alle onderwerpen minder Nederlanders vinden dat de kerken naar buiten toe een uitspraak zouden moeten doen.”

Dekker in God in Nederland (1996-2006)¹³

¹³ (Bernts, Dekker, & Hart, 2007, p. 34)

Het blijkt ook uit dit onderzoek dat de mening van de kerk geheel anders is dan de mening van de niet-kerkelijke mensen. De normen en waarden in Nederland raken steeds verder verwijderd van het oorspronkelijke christelijk fundament. Het christendom doet er steeds minder toe in onze maatschappij.

Daarnaast hebben we te maken met een differentiatieproces in Nederland. De mensen accepteren niet meer dat ons geloofsleven invloed heeft op alle levensterreinen. Waardoor de kerk en het christendom een beperktere plaats innemen in de levens van mensen. Deze algemene noemt men rolsegmentatie: als gevolg van de privatisering ontstaat er een scheiding tussen de verschillende werelden van het individu. Godsdienst hoort binnen je huis, de andere sectoren in je leven hebben niets met je geloof te maken.¹⁴

Door de privatisering van geloof verandert het publieke karakter van het christendom naar een particulier karakter. Het geloof is minder van publiek belang, waardoor andere sectoren in de samenleving belangrijker worden. Denk bijvoorbeeld aan de economische sector, zij domineert in onze samenleving.

0 Secularisatie als aanpassing van de godsdienst

Dit proces noemen we ook wel interne secularisatie: het christendom past zich inhoudelijk aan, aan de ontwikkelingen binnen de samenleving die resulteren in een geringere betrokkenheid op een transcendente werkelijkheid. Door de marktsituatie vormen christelijke organisaties hun opvattingen aan de veranderende denkbelden en denkwijzen in de samenleving.

Daarnaast doet zich een verschuiving voor van orthodoxie naar ethicalisme. Het gaat meer om het gevoel en de ethische normen, dan om dogmatische leerstellingen die de kerk oplegt. Verscheidene orthodoxe kerken houden zich nog wel vast aan de 'heilige' leerstellingen. Uit onderzoek blijkt dat deze orthodoxe kerken weinig aanhang verliezen.¹⁵

Een ander gevolg van de secularisatie binnen de kerken is horizontalisering. Er komt meer nadruk te liggen op het hier en nu, op de mens en op de mens in deze wereld. Er komt meer ruimte voor immanentie in plaats van transcendentie. God was altijd een afstandelijk, hogere macht van buitenaf. Maar de afgelopen jaren veranderde dit godsbeeld in een persoonlijk God die dichtbij is, zichtbaar in de schepping en in de mensen zelf.

¹⁴ Hoewel deze trend op te merken is in de samenleving, vergeet men dat de christenen die geloven wel intensiever geloven (zoals ook al eerder is gebleken uit paragraaf twee van dit hoofdstuk). Of werkelijk godsdienst wordt teruggedrongen uit het publieke domein is maar de vraag. Zeker binnen de politiek is er sprake van christelijke partijen die duidelijk laten merken dat zij staan voor christelijke normen en waarden. Daarnaast worden christenen geïnspireerd door Jezus Christus die hen opdraagt om het licht in de wereld te zijn, zoals staat geschreven in Mattheüs 5:14-16:

"Jullie zijn het licht in de wereld. Een stad die boven op een berg ligt, kan niet verborgen blijven. Men steekt ook geen lamp aan om hem vervolgens onder een korenmaat weg te zetten, nee, men zet hem op een standaard, zodat hij licht geeft voor ieder die in huis is. Zo moet jullie licht schijnen voor de mensen, opdat ze jullie goede daden zien en eer bewijzen."

¹⁵ (Bernts, Dekker, & Hart, 2007, p. 16)

Ontzuilde media in veranderend Nederland

De secularisatie veroorzaakte ook scheuren in het verzuilde Nederland. Kerk en staat waren altijd al gescheiden van elkaar, maar door de secularisatie radicaliseerde dit tot een gehele scheiding tussen religie en publieke sfeer. Deze radicale scheiding zien we terug in het proces van ontzuiling.

Het verzuilde Nederland had vier grote zuilen, waarvan er twee religieus gekleurd waren: de katholieken en gereformeerden. Mensen hoorden vanzelfsprekend bij een bepaalde godsdienstige groepering, waaronder ook een politieke partij, maatschappelijke organisatie en school. Mensen vonden hun plek in de moderne samenleving door een plek binnen een zuil.

Zelfs na de Tweede Wereldoorlog, terwijl Nederland herrees uit het as, hield het verzuilde omroepbestel stand. Het land stond in teken van herstel en vernieuwing, maar Nederland wilde alles behalve vernieuwing: het wilde terugkeren naar de oude, vertrouwde, vooroorlogse samenleving. De verzuiling beoogde een belangrijke waarde in de Nederlandse samenleving, namelijk mediaverscheidenheid.

In de jaren vijftig kwam er een keerpunt, veel christelijke organisaties werden opgeheven of fuseerden met algemene organisatie. Hun identiteit probeerde ze in een nieuwe organisatie nog wel gestalte te geven, maar de identiteit hield niet stand. De journalistiek ontworstelde zich in de jaren zestig en zeventig van religieuze en (partij)politieke belangen. De monopoliepositie van het christendom brak ook af in het verzuilde bestel. De samenhang binnen de godsdienst nam af en er trad privatisering van de godsdienst op.

Maar men ging ervan uit dat in de verzuiling iedereen bij één bepaalde zuil hoorde, maar dit klopt niet met de werkelijkheid. Volgens Ratheiser en Van der Stoep bleef een groot deel van Nederland zuilloos:

“Paradoxaal genoeg waren juist de verzuilde media vaak de drager van de nieuwe culturele waarden van de jaren zestig. Verzuilde media waren namelijk onafhankelijk, anders dan de staatsomroepen en meer politiek gebonden dagbladen in veel andere Europese landen. Waar die zich op de vlakte moesten houden en eerder de spreekbuis bleven van de gevestigde orde, kon in Nederland de culturele revolutie zich juist dankzij de verzuilde media voltrekken.”

Ratheiser en Van der Stoep in *Media en Religie*¹⁶

Het einde van de verzuiling zorgde ervoor dat andere religieuze stromingen zich konden ontwikkelen. De samenleving legde meer nadruk op de ontwikkeling van het individu, zijn autonomie en authenticiteit waardoor het religieus pluralisme zich goed kan manifesteren.

De rol van de media ten tijden van de ontzuiling was groot. Deuze heeft het over een dubbele rol van de media in de ontwikkelingen van de jaren zestig en zeventig:

¹⁶ (Ratheiser & Stoep, Media en religie, 2013, p. 57)

“Aan de ene kant functioneerde de Nederlandse journalistiek als ‘orkestleider’ in de mobilisatie van het volk in specifieke zuilen, aan de andere kant waren de nieuwsmedia ook debet aan het proces van ontzuiling, secularisatie en fragmenteringen van de samenleving. Deze paradox hoeft geenszins strijdig te zijn met het professionele zelfbeeld van de journalist als opvoeder, sterker nog: een en ander kan ook als direct resultaat van deze houding opgevat worden.”

Deuze in *Wat is journalistiek?*¹⁷

De ontzuiling zorgde ervoor dat ook de christelijke media onder druk kwam te staan. Ook de media ontzuilde, de identiteit werd algemener en de trend werd gezet: godsdienst moet niet aanwezig zijn in het publieke domein. Dit denken werd in de media meegenomen en dit gedachtegoed groeide uit tot een privatisering van godsdienst. Niet alleen de media hadden hier invloed op, maar het was een trend die zichtbaar was in de hele samenleving.

Het proces van ontzuiling had grote invloed op de media. De media waren verzuild, kranten en publieke omroepen stonden in dienst van een bepaalde groepering of religie. Gereformeerden keken naar gereformeerde zenders en lazen de gereformeerde krant. Katholieke mensen keken naar katholieke zenders. De verzuilde maatschappij maakte plaats voor een vrije maatschappij. Paradoxaal genoeg waren juist de verzuilde media de drager van de nieuwe culturele waarden van de jaren zestig. Nederland was, anders dan andere Europese landen, onafhankelijk van de overheid. Er waren geen staatsomroepen, dus stonden de media vrij om te doen wat bij het land paste. Volgens Musschoot in *Media in Beweging* veranderde de samenleving dankzij de media:

“De kerken verloren hun invloed op de bevolking, de flowerpower tijdens de jaren zestig stimuleerde de vrije meningsuiting. Samen met de algemene democratisering van de samenleving en de stijging van de welvaart en het onderwijsniveau hebben deze factoren bijgedragen tot de ontzuiling. De een-op-eenrelatie tussen kranten en politieke partijen verminderde. Kranten kregen van hun aandeelhouders de ruimte om meerdere meningen te verspreiden. Ze werden daardoor intern pluriform.”

Musschoot in *Media in beweging*¹⁸

Het is dan ook geen toeval dat de protestantse VPRO de eerste blote vrouw op de televisie toonde en de VARA het meest openlijk met religiekritiek kon komen. Nergens anders dan in het verzuilde Nederland waren de media zo vrij om zich af te zetten tegen de normen van de eigen groep en konden ze zo openlijk een nieuwe cultuur uitdragen. Na de eeuwwisseling veranderde Nederland van een algemeen christelijke cultuur in een seculiere eenheidscultuur. De media versterkten dit proces.

Door de ontzuiling lezen christenen niet per se een christelijke krant, maar staan ze open voor andere kranten, die ze vaak kiezen op basis van kwaliteit en interesse. Daarbij wordt er niet van christelijke journalisten verwacht dat ze bij een christelijk bedrijf werken: het geloof is nu een deel van je persoonlijke levenssfeer.

¹⁷ (Deuze, 2004, p. 23)

¹⁸ (Musschoot, 2008, p. 123)

2.4 De marginale positie van het christendom in Nederland

De rol die het christendom vroeger had in de samenleving slonk stapsgewijs door de secularisatie, religie verdwijnt niet maar komt in andere vormen terug. De christelijke leer en kerk zijn een randverschijnsel in de Nederlandse samenleving. Door de secularisering van kennis, neutralisatie van staatsmacht en de veralgemeende godsdienstvrijheid moet het christendom de aanspraak op de monopolie en structurering van de samenleving opgeven.

Differentiatie van maatschappelijke systemen koppelt het leven van mensen los van de christelijke gemeenschappen. De rol van het lid van de gemeenschap is anders dan die van de burger in de samenleving. Iedereen neemt verschillende rollen aan in verschillende aspecten van het leven.

Er ontstond een grote diversiteit op het gebied van religie en spiritualiteit. Door de individualisering en privatisering van godsdienst, verdwijnt godsdienst uit het maatschappelijk karakter van ons land. Religie komt steeds vaker neer op het maken van een persoonlijke keuze in een hoge mate geïndividualiseerde maatschappij.

Het christendom vervult niet meer de integratieve functie en hoeft ons land niet meer in stand te houden. Het secularisme, in samenhang met het liberalisme, houdt Nederland in stand. We zijn terecht gekomen in een postseculiere samenleving. Een land waarin veel verschillende mensen en religies naast elkaar staan. We moeten nu leren hoe we met elkaar omgaan. De neutrale, niet religieuze, houdt er rekening mee dat er ook religieuzen in het land zijn en de religieuzen houden er rekening mee dat we in een seculiere maatschappij leven.

Nederland is een land waar mensen religie zo breed mogelijk opvatten. We zijn nog een godsdienstig land, maar niet iedereen hangt het christendom aan. Godsdienst is niet meer noodzakelijk verbonden aan kerkelijkheid en de ontkerkelijking zet daarom ook nog steeds door. De kerk verliest hierdoor de rol die zij had in de maatschappij. Al is het een grote paradox: onze geseculariseerde cultuur is enerzijds een vrucht van het christendom, op alle niveaus. We leven in een ordelijke wereld, volgens natuurwetten. Mensen moeten het goede in elkaar zoeken en mensen zijn verantwoordelijk voor hun eigen daden. Al met al allemaal christelijke gedachten. Anderzijds verliezen Nederlanders de gedachte dat ze God nodig hebben. Onze samenleving zindert van christelijke beseffen, zonder christelijk geloof, zoals Dekker en Stoffels dat ook schrijven in *Godsdienst en Samenleving*:

“Overigens betekent dit alles geenszins dat godsdienst zonder betekenis is geworden voor het leven en samenleven van de mensen. Voor veel mensen hebben godsdienst en kerk een grote betekenis, ja, zijn zelfs onmisbaar in hun leven. En godsdienst is ook nog van invloed op het waardepatroon en dus het cultuurpatroon van onze samenleving. Maar de betekenis is wel geringer geworden door het drievoudige secularisatieproces in onze samenleving.”

Dekker en Stoffels in *Godsdienst en Samenleving*¹⁹

¹⁹ (Dekker, Godsdienst en Samenleving, 2001, p. 137)

Godsdienst verloor zijn verplichtend karakter en werd een kwestie van individuele vrije keus. De mensen gebruiken godsdienst en kerk nu als instrumenten voor de realisering van zijn of haar eigen bedoelingen.

Het christendom als sociaal kapitaal

Ondanks de marginale positie van het christendom vindt 39 procent van de mensen God belangrijk voor het in standhouden van het moreel in Nederland, volgens het onderzoek *God in Nederland (1996-2006)*. Religie acht men vooral van belang vanwege haar morele en rituele functies. Het grootste deel van de ondervraagden vindt religie belangrijk voor het behoud van waarden en normen (74 procent), rampen en herdenken (70 procent), voor het goed samenleven (63 procent) en bij nationale feestelijkheden (56 procent). Bij deze vraagstelling is religie in brede zin gebruikt, het aantal blijkt lager in de vraagstelling als het specifiek om God van het christendom gaat.

De rituelen moeten we ook opvatten in brede zin. Men wil bijvoorbeeld wel een ritueel in de kerk, maar wil deze wel op een eigen manier invullen. Dit is een direct gevolg van individualisering, er komt meer nadruk te liggen op de persoonlijke ervaringen en gevoelens. Hierover in het volgende hoofdstuk over postmodernisme meer.

2.5 Samenvatting

Secularisatie vindt plaats in Nederland. De modernisatie heeft in Nederland zijn weerslag gehad op religie en op de samenleving. Er is nu weinig over van het algemeen erfgoed van het christendom. Het christendom heeft een marginale positie in de samenleving. Vanaf de jaren zeventig zijn de kerken leeggestroomd en veranderde godsdienst fundamenteel. Religie verdwijnt achter de voordeur verdwenen en wordt een speelbal van het individu en zijn vrijheid. Door de secularisatie veranderde de reikwijdte van het christendom drastisch en hierdoor zijn mensen minder godsdienstig. Althans, minder godsdienstig in traditionele en kerkelijke zin. Maar er is meer aan de hand in Nederland dan alleen de secularisatie. Vele sociologen en filosofen willen spreken van een opleving van zingeving, spiritualiteit en religie. Een belangrijk onderwerp om te bespreken in het volgende hoofdstuk.

Hoofdstuk 3: Het postmoderne Nederland

Naast de secularisatie in Nederland speelde er nog een andere verandering een hoofdrol in het 'nieuwe' Nederland. Na de modernisatie, die de secularisatie versterkte, is er nu ruimte voor het postmodernisme. Een periode waarin het individualisme sterker werd, de grote verhalen failliet werden verklaard en gevoel en beleving op plaats nummer één kwam in het leven van de Nederlanders. Het postmodernisme treedt in, maar welke gevolgen heeft dit voor de positie van het christendom in de samenleving? In paragraaf één en twee bespreek ik de tegenbeweging van de moderne wereld: het postmodernisme. Wat houdt het in en welke gevolgen heeft dit voor het christendom in Nederland? Om vervolgens in paragraaf drie uitleg te geven over de opkomst van spiritualiteit door de secularisatie en het postmodernisme te bespreken.

3.1 De tegenbeweging van de moderne wereld

Het intreden van het postmodernisme veroorzaakt veranderingen in de samenleving. We gaan van het modernisme naar het postmodernisme, zo zegt Lindeijer in zijn boek *Postmodern Bestaan*:

“Het moderne is voorbij en nu is er het postmoderne.”

*Lindeijer in *Postmodern bestaan*²⁰*

Het postmodernisme treedt in, maar het moderne en het postmoderne lopen door elkaar heen. Het is een wisselwerking tussen het moderne en het postmoderne. Het postmodernisme levert kritiek op de kwaliteit van het moderne en ziet de schaduwkanten ervan en verzet zich er tegen. Men wil nu anders tegen de mens en de wereld aankijken. Wat houdt dit nu postmodernisme nu eigenlijk in? Van der Loo en Van Reijen leggen dit begrip op een heldere manier uit in hun boek *Paradoxen van modernisering*:

“Het postmodernisme als intellectuele en artistieke stromingen stelt zich in algemene zin op het standpunt dat de huidige tijd net alleen gekenmerkt wordt door een veelvoud van meningen, perspectieven en stijlen, maar dat dit pluralisme ook positief gewaardeerd dient te worden. In plaats van gebukt te gaan onder de ‘terreur van uniformiteit’, zo zeggen de postmodernen, zal iedereen in de toekomst zijn eigen verhaal, zijn eigen manier van denken en zijn eigen stijl, kunnen bepalen.”

*Van der Loo en Van Reijen in *Paradoxen van modernisering*²¹*

Het postmodernisme lijkt een plaats te krijgen in de samenleving. Het modernisme wordt gedeconstrueerd: het fragmentariseert om vervolgens te behouden wat bruikbaar is en er aan toe te voegen wat moet. In *Het tijdperk van de wereldreligies* zegt Hellemans hier het volgende over:

“Belangrijk is vooral de vaststelling dat de veranderingen sinds de jaren '60 ons niet buiten de moderniteit brengen, maar in een nieuwe fase van de moderniteit. De basisstructuren van de

²⁰(Lindeijer, 1995, p. 9)

²¹(Loo, 1997, p. 265)

moderniteit – functionele differentiatie, organisatievorming en individualisering – blijven immers overeind.”

Hellemans in *Het tijdperk van de wereldreligies*²²

De moderniteit is aan veranderingen onderhevig. Individualisering en differentiatie staan centraal in de samenleving, daarnaast richten mensen zich meer op hun verlangen naar beleving en gevoel. Door pluraliteit en subjectiviteit leven mensen in hun eigen, kleine verhaal.

Habermas noemt dit postmodernisme de ‘nieuwe onoverzichtelijkheid’. Rationaliteit verdwijnt uit het leven van mensen waardoor sterk irrationalistische ideologieën bespreekbaar en logisch zijn. Mensen erkennen het ontstaan van het mondiaal cultureel pluralisme, alles mag en alles kan. Andere culturen inspireren ons en daardoor verdwijnen de Westerse normen en waarden voor een deel naar de achtergrond. De westerse mens neemt zichzelf niet meer serieus, maar stelt zich open voor de verworvenheden van andere culturen. Kuiper noemt dit in zijn artikel *Een onvervuld verlangen*, het einde van de moderniteit:

“Inmiddels is ook het laatste ‘Grote Verhaal’ omgevallen, het verhaal van de moderniteit, het verhaal van het autonome subject als beheersend middelpunt van alle dingen. Al langer bestond er twijfel over de humane kwaliteit van de economische, politieke en sociale ordeningen van de westerse wereld. Het postmodernisme heeft het verhaal van de moderniteit ontmaskerd als een verhaal van vervreemding, dwingende macht, vervulde belangen en opgepoetste illusies ... De wereld die wetenschappelijk en technisch onder controle leek, bleek een ‘risicomaatschappij’ geworden vol met onbeheersbare factoren.”

Kuiper in *Onvervuld verlangen in Alles wat je hart begeert?*²³

We zien veranderingen in de samenleving die wijzen op het postmodernisme zoals Kuiper, Habermas en Lindeijer dat verwoorden in hun boeken. Er zijn verschillende processen in gang gezet en de samenleving en cultuur verandert: het postmodernisme treedt in. Maar wat houdt dit precies in?

3.2 Individualisering, het failliet van de grote verhalen en beleving

In het postmodernisme staat het failliet van de grote verhalen centraal. Andere typerende kenmerken van het tijdperk zijn, onder andere, de onttroningen van het subject, de teloorgang van de autonomie, individualisme, contingentie maar ook het consumentisme, oppervlakkigheid en de zoektocht naar geluk en genot. Ik wil vier processen bespreken die een invloed hebben op religie en het christendom in de samenleving: het failliet van de grote verhalen, verschillen in plaats en eenheid, de beeld- en belevingscultuur en de beleveniseconomie.

0 Het failliet van de grote verhalen

Politieke denksystemen, wereldbeschouwingen, religies en ideologieën zijn voorbij. De grote verhalen doen het niet goed in de postmoderne samenleving. De postmoderne filosoof Lyotard beweert dat de tijd van de grote verhalen voorbij is, niet de verhalen in het algemeen, maar de

²² (Hellemans, 2007, p. 147)

²³ (Kuiper, 2007, p. 55)

verhalen die in het verleden altijd tot terreur leidden. Deze verhalen presenteerde men als enige ware afbeelding van de objectieve werkelijkheid maar bewezen zichzelf niet.

Dat de grote verhalen failliet zijn, betekent natuurlijk niet dat ze ook verdwijnen. Er bestaan nog genoeg groepen en individualisten die een groot verhaal aanhangen. Denk hierbij aan religies of politieke systemen, maar ook het grote verhaal van de vriemarkteconomie. Deze beleeft zelfs gouden tijden op het moment.²⁴

Door de komst van het postmodernisme is zingeving aan grote en ingrijpende veranderingen onderhevig. Het geloof in de grote verhalen zorgde voor zinbeleving van mensen, godsdienst stimuleerde mensen om te strijden voor een betere toekomst. Religies raken mensen en maken hun leven zinvol, maar de postmoderne tijd veroorzaakte een breuk in de grote verhalen waardoor ook religies hun geloofwaardigheid verliezen.

Volgens Lindeijer kenmerkt het postmodernisme zich door een periode die zonder zin is.²⁵ Dit betekent overigens niet dat postmoderne mensen hun bestaan als zinloos ervaren. Alleen zal de zin die mensen willen ontdekken in het leven kleiner, incidenteler, meer begrensd en in de eigen levenskring liggen. Mensen maken nu hun eigen verhaal, met daarin een eigen vormgegeven zingeving. Een nieuw tijdperk begint met de kleine verhalen, een plek voor pluraliteit, zegt Bertens in *The Idea of the Postmodern*:

“Moderne zelfreflectie, de drang om zichzelf en de eigen fundamenteën te bevragen bij het zoeken naar wezenlijke, tijdloze zin, wordt vervangen door een postmoderne kijk op zin als een onvermijdelijk lokale en contingente (toevallig) en voldoende voor zichzelf (wat aansluit bij de eigen behoeften en mogelijkheden).”

Bertens in *The Idea of the Postmodern*²⁶

In het postmoderne tijdperk staan grote religies niet centraal, maar het eigen persoonlijke levensverhaal. Er ontstaat een vrijheid waarin mensen zelf op ontdekkingstocht mogen gaan om hun eigen zinbeleving te stillen en in hun eigen behoefte te voorzien. De één keert terug naar de natuurgoden, de ander vindt heil in yoga en meditatie. Er is ruimte voor kleine verhalen die bij jou als individu passen.

0 Verschillen in plaats van eenheid

Mensen in de postmoderne samenleving bekritisieren het eenheidsdenken. Mensen waarderen het geheel niet meer. Het pluralisme staat voorop: de veelheid van inzichten, overtuigingen en meningen waarderen mensen in de postmoderne samenleving.

Wat is dan het goede leven in de ogen van de postmoderners? Deze vraag is moeilijk te beantwoorden, want men wil niet meer dat een groep een bepaalde opvatting aan andere mensen

²⁴ (Lindeijer, 1995, p. 40)

²⁵ (Lindeijer, 1995, p. 44)

²⁶ (Bertens, 1995, p. 31)

oplegt. Daarom privatiseert beetje bij beetje de zingevingvraag. Iedereen beslist zelf wanneer hij zijn leven geslaagd vindt. Maar door de privatisering van 'het goede' verliezen we de collectieve voorwaarden voor een geslaagd leven uit het oog, stelt Flaspöhler in het *Filosofie Magazine*.²⁷

Dit geeft goed weer waar we als samenleving staan. Zingeving is een persoonlijke aangelegenheid en verdwijnt achter de voordeur. De collectieve normen en waarden komen hier mee ook in het gedrang. Hoewel vroeger christelijke normen en waarden centraal stonden in de samenleving, bepaalt iedereen nu zelf wat hij of zij vindt.

0 De belevingscultuur

De belevingscultuur kunnen we opvatten als een reactie van de postmoderne samenleving op moderniseringsprocessen. De beeldcultuur wordt officieel omschreven als een maatschappelijke ontwikkeling waarbij visuele beelden een indringende rol spelen in het leven van mensen. De beeldcultuur bestaat al jaren, maar dit proces versnelt door nieuwe technologische mogelijkheden. Beelden spelen een grote rol in het leven van de mensen. Door de beeldcultuur richten mensen zich meer op hun eigen verlangens, gevoelens en emoties.

De beeldcultuur heeft ingrijpende gevolgen voor onze samenleving. Socioloog Zijderveld noemt het een grote hang naar verlekking. Je werk moet leuk zijn, sociale activiteiten moeten je agenda beheersen en je dag moet met name 'fijn' zijn. Leuk, lekker en fijn; drie woorden die het ideale leven typeren als plezierig, vol prikkels en een goed gevoel. De aandacht voor de beleving bepaalt niet slechts de franjes van het bestaan, maar ook het wereldbeeld en het zelfbeeld van mensen.

Emotiespecialist Piët benoemt in haar boek *De Emotiemarkt* dat het verlangen naar zin altijd een onderlaag was in de samenleving. Recent komt deze laag meer naar voren door de drukte van het bestaan en veelvoud aan rollen die zijn ontstaan door de modernisering. Er ontstaat een verlangen naar het echte leven, het is een drang om in volheid te leven en alles te ervaren.

Waarin zien we de beeldcultuur terug in onze samenleving? Dit is uit te leggen middels een aantal voorbeelden: door de media hebben mensen meer behoefte aan emoties, sensualiteit en beleving. Daarnaast vinden Nederlanders vrije tijd steeds belangrijker. Dit verbinden ze met beleving van vrijheid, gevolgd door zelfontplooiing en sociale interactie. Hierdoor richten mensen zich binnen het werk meer op hun zelfontplooiing dan ooit te voren.

Door de beeldcultuur ontstaat er een samenleving waarin je jezelf moet ontwikkelen en waarin je moet reflecteren en open moet zijn over je gevoelens. Je kiest voor jezelf. Dit versterkt de individuele en zelfgerichte idealen van deze tijd.

Ook binnen religie en kerk kiezen mensen steeds vaker voor hun eigen behoeften en voorkeuren uit het brede palet aan religieuze smaken. Zoals Peter Berger noemt: de kerk als supermarkt. De pluraliteit (diversiteit in ons leven), wordt pluralisme (een ideaal dat nagestreefd moet worden).

²⁷ (Flaspöhler, 2014, p. 22)

Een andere oorzaak van de beeldcultuur is de grote ontwikkelingen op technologisch gebied. Apparaten nemen onze taken over waardoor het leven makkelijker wordt. De routinematige handelingen verdwijnen, maar het leven wordt hier niet rustiger van, maar het jut ons juist op. Technologie veroorzaakt ook de intensiteit van beleving. Mensen zien beleving en ervaring als norm. De beleving is een directe, zintuiglijke, totale ervaring, intens en indringend en vooral nu. Het veroorzaakt ook snelle veranderingen op sociaal gebied. Mensen blijven niet meer trouw, maar wisselen naar hun behoefte.

*Welke gevolgen heeft de beeldcultuur voor de samenleving volgens Ramaker?*²⁸

1. De wereld als een keuzemenu: dit versterkt het individualisme.
2. Oriëntatie op het innerlijk: Geluk en gezondheid zijn de belangrijkste facetten in het leven.
3. Een sterke hang naar beleving.
4. Beleving als verlangen naar zin: Het is niet alleen in het leven belangrijk dat je keuzes maakt, maar dat je leeft op een authentieke manier.

Mensen ervaren het niet alleen als wezenlijk dat jij leeft (eigen keuzes maakt), maar ook dat je leeft op een authentieke manier.

0 Beleveniseconomie

Het postmodernisme luidt de beleviseconomie in, mensen verlangen naar het echte leven, ze voelen een drang om alles te voelen en te ervaren en daarin je geluk te zoeken. De wereld is maakbaar door de groeiende technologie. Het begrip 'beleviseconomie' legt emotiespecialist Piët uit in haar boek *De Emotiemarkt*:

“Onder een beleviseconomie kunnen we alle productie en dienstverlening verstaan die gericht is op de bevrediging van onze emotionele behoeften, als groep of als individu. Niet als bijproduct, maar als kernactiviteit. Tot dusver manifesteerden die emotionele behoeften zich vooral als een gelukwens of als de emotionele gewaarwording van een welbevinden. Dat heeft tot gevolg gehad dat onze economische activiteiten zich vooral zijn gaan concentreren op het leven als een plezierlaboratorium.”

Piët in *De Emotiemarkt*²⁹

De maakbaarheid van de wereld stelt ons in de gelegenheid om het leven in eigen hand te houden, te maken zoals wij het willen en dus ook zelf op zoek te gaan naar genot en geluk. Men komt hierdoor in een goddelijke positie: de mogelijkheden in het leven hebben geen grenzen, je bent altijd bereikbaar en onfeilbaar. Deze positie bevrijdt mensen misschien van de verplichting om God te dienen, maar daarmee wordt een andere verplichting noodzakelijk: gelukkig zijn.

Maar dit gelukzoekend verlangen van de mensen heeft een keerzijde, er komt namelijk een nog groter verlangen naar een ziel. Als mensen deze gelukservaring als doel stellen, dan komt er juist een gevoel van ongeluk naar boven. Het is geoorloofd om tegen elke prijs jouw eigen geluk na te streven.

²⁸ (Ramaker, *Op zoek naar fun en magic*, 2007, p. 38)

²⁹ (Piët, 2003, p. 1)

Piët zegt zelfs dat mensen vinden dat ze recht hebben op geluk:

“Als moderne mens schamen we ons kennelijk niet voor de claim dat we onbeperkt gelukkig willen zijn; dat we er zelfs recht op hebben. De moderne mens is van een naar buiten georiënteerde consument een naar binnen georiënteerde consument geworden die van zijn geluksbehoefte een levensproject heeft gemaakt.”

Piët in *De Emotiemarkt*³⁰

Mensen hebben een levensproject waarin verlangen, gevoel en ervaring centraal staan. Nederland is een plek waar God niet meer aanwezig en waar wij als mensen centraal staan. Zingeving is zeker nog aanwezig, maar precies zoals dat bij het individu past.

3.3 Van christelijk monopolie naar religieuze markt

De hang naar beleving, het failliet van de grote verhalen, allemaal processen van het postmodernisme dat zijn weerslag heeft op het christendom in Nederland.

Het grootste kenmerk van het postmodernisme is het failliet van de grote verhalen. Men gelooft niet meer in de grote verhalen van religies. Religie nam in de afgelopen tientallen jaren sterk af, mede dankzij de kritiek van de postmodernisten op het eenheidsdenken. De Protestantse Kerk in Nederland had in 1966 25 procent van de Nederlanders achter zich, nu bedraagt dat nog maar veertien procent. Terwijl de buitenkerkelijken van 33 procent naar 61 procent groeiden. Het grote verhaal van het christendom in Nederland is bijna failliet en haar plaats in de samenleving slinkt hierdoor sterk.

Er treedt een tijd in van onzekerheden. Het geloof in toeval neemt toe en de mensen zijn niet meer afhankelijk van God. Het failliet van de grote verhalen zorgt ervoor dat de postmodernisten een eigen verhaal maken. Ze halen de grote verhalen uit elkaar en de deconstructie waarborgt de vrijheid voor de mensen. De mens wil vrij zijn om te kiezen en te wisselen en niet vast te zitten aan een rechtvaardig God.

Met de komst van de televisie, en met name het internet, ontstaat er een beeldcultuur. Iedereen kan zijn eigen leven indelen. Door de beeldcultuur kwam er een mogelijkheid om te kiezen voor je eigen behoeften en verlangens. We kunnen als mensen alles bereiken met de mogelijkheden die ons toereiken. Men zit niet meer vast aan vastliggende normen, waarden en verhalen. De mens creëert zijn eigen verhaal, zolang dat maar bij zichzelf past.

De wereld is een keuzemenu. De mensen kiezen wat ze willen en het christendom zit daar niet meer bij. Ze zijn bevrijd van de banden van religie en richten zich meer op hun innerlijk. De idealen van geluk en gezondheid bepalen de zin van het leven. Het christendom of andere religies mag het leven van mensen niet inperken. Een veel gehoorde quote is dan ook: ‘Maar als je christen bent, dan mag je toch niet...’ en vul zelf hier maar in wat niet mag: seks, uitgaan, feesten...

³⁰ (Piët, 2003, p. 25)

Er komt een sterke hang naar beleving en deze beleving is een verlangen naar zingeving. Mensen moeten niet alleen hun leven leven en eigen keuzes maken, maar ze moeten ten volste leven naar wie je bent en daarin moeten ze authentiek zijn. Alles mag daarvoor gebruikt worden, want vrijheid is de norm, ook als dat ten koste gaat van de medemens.

De belevingseconomie draagt daar een steentje aan bij. Door de maakbaarheid van de wereld, en dus ook van het leven, willen we ons leven in eigen hand houden. De mens zet zichzelf op de plaats van troon van God: er bestaan geen grenzen, je bent altijd bereikbaar en je bent onfeilbaar. Deze positie bevrijdt mensen van de verplichting om God te dienen. Ze hebben hun eigen leven in hun handen, het enige waar ze mee bezig willen zijn is: gelukkig worden. Al wordt dit een strop om hun eigen leven. Vrijheid heeft een verplichtend karakter, maar kunnen mensen daar wel aan voldoen?

Mensen hebben God aan de kant gezet en geluk neemt zijn plaats in, maar het betekent niet dat er geen zingeving meer bestaat. Er komt juist door de hang naar beleving een groter verlangen naar een ziel. De mens is bang voor de wereld en voor de dood. Deze angst is zo sterk aanwezig dat mensen dit aan de kant schuiven door andere ervaringen en gevoelens op te doen. Mensen moeten een leegte opvullen, want de maakbaarheid van de wereld kan daar blijkbaar niet aan voldoen. Mensen verlangen naar een ziel en starten een zoektocht naar hun eigen identiteit en innerlijk. Ze schreeuwen om normen, waarden en zingeving.

Nieuwe spiritualiteit

De opkomst van alternatieve of religieuze bewegingen bewijst dat religie niet verdwijnt uit onze samenleving. De secularisatie creëerde zijn eigen rebound, het zorgde ervoor dat het christendom zijn monopoliepositie verliest, maar het laat religie en zingeving niet verdwijnen. Er ontstaat meer behoefte naar religie, met name naar spiritualiteit. Daarbij moeten we niet denken aan kerkelijke tradities, leerstellingen en gemeenschappen, maar eerder aan een spectrum van geïndividualiseerde vormen van religiositeit. Godsdienstsociologen Dekker en Stoffels geven ook aan dat door het verdwijnen van de kerk, de mensen die leegte moeten opvullen:

“Het is niet toevallig dat nieuwe religieuze bewegingen tot bloei komen in een periode, waarin de bestaande kerkelijke godsdienstigheid in betekenis achteruit gaat. Zij voorzien kennelijk in behoeften, waaraan de bestaande kerken en godsdienstige groeperingen niet kunnen voldoen.

Dekker en Stoffels in *Godsdienst en Samenleving*³¹

Het einde van de grote verhalen blijkt een belangrijke achtergrond voor de opkomst en verlangen naar religie en spiritualiteit. De veranderingen in de economie, de sociale organisatie en de maatschappelijke verhoudingen hebben Nederland tot een geïndividualiseerde samenleving gemaakt. De mens is een zelfbewuste, autonome en kiezend individu die zijn eigen leven vormgeeft en daarbij ook de verantwoordelijk is voor de vervulling van zijn eigen behoefte. Mensen leven niet meer vanuit een vanzelfsprekende verbondenheid met een traditie, maar ze creëren een cultuur waarin ze kunnen kiezen uit een veelvoud aan tradities, visies, denkmodellen en handelingspatronen.

³¹ (Dekker, Godsdienst en samenleving, 2001, p. 195)

Daarnaast ontstaat er een grote onzekerheid in de postmoderne maatschappij. Er vindt verruiming plaats van handelingsmogelijkheden van de mens. Mensen beseffen dat ze leven in een wereld van onbegrensde mogelijkheden, dit maakt het moeilijk om de juiste levenskeuzes te maken. Wanneer tradities of sociale codes en culturele patronen niet langer uitkomst bieden voor een richtsnoer in het leven, is de mens overgeleverd aan zijn eigen inzicht.

Christopher Lasch zegt in zijn boek *The Culture of Narcissism* dat mensen in deze tijd zichzelf voortdurend spiegelen aan anderen om te weten te komen of het goed met hen gaat en hoe ze leven moeten. Men spiegelt zich aan media, kunst, televisie en *celebrities*, maar ook aan medische, economische en politieke informatie. Mensen kunnen niet meer naïef en onbekommerd rondlopen. Deskundigen geven handvaten om een weg te vinden in de samenleving. De complexiteit van vraagstukken die opkomen in de onzekerheid van het postmoderne bestaan en het enorme aanbod van informatie, geeft een verhoogde gevoeligheid voor bestaansrisico's. Kenneth J. Gergen maakt in zijn boek *The Saturated Self* (1991) een analyse op dit spiegelingsgedrag van de postmoderne mens. De verhoging van het levenstempo, de vermenigvuldiging van sociale contacten, de hoeveelheid aan rollen en taken vraagt te veel van de mensen, waardoor ze zichzelf kunnen verliezen.

De belevingscultuur veroorzaakt ook het terugdringen van het bewuste denken. De analyserende rede staat niet meer centraal, mensen richten zich op het voelende lichaam. Men moet gevoelens werkelijk voelen, zoals genot, spanning en geluk. Deze zoektocht naar beleving, zingeving en richtsnoer van het leven veroorzaakt veel nieuwe religieuze behoeften. Door de geïndividualiseerde samenleving is religie een bewuste, persoonlijk ingevulde keuze. Ratheiser en Van der Stoep noemen dit ook wel bricolage, dat je kunt vertalen met doe-het-zelf-geloof:

“Veel mensen hebben geen binding meer met een bepaalde kerk, maar zoeken op eigen houtje naar wat ze waardevol vinden of verbinden zich met nieuwe vormen van spiritualiteit. Men zoekt naar zingeving die aansluit bij het eigen persoonlijke levensverhaal. Geloven wordt daarmee een manier om zelf betekenis aan het bestaan te geven, keuzes te maken die bij jou als persoon passen en ingrijpende gebeurtenissen in je leven een plek te geven.”

Ratheiser en Van der Stoep in *Media en Religie*³²

Er treedt niet alleen individualisering op, maar ook verinnerlijking van religie. Mensen zien God niet langer als iets wat boven is, maar wat aanwezig is in de mensen zelf. Nederlanders zien God niet meer transcendent, maar nu vooral als immanent. Daarbij kunnen we ook spreken van detraditionalisering. Niet autoriteit of traditie, maar het eigen levensverhaal staat centraal. Mensen maken eigen verbindingen tussen verschillende visies en religieuze tradities. Men bindt zich voor een bepaalde tijd aan een gemeenschap, die moet passen bij hun welbevinden van dat moment. Ook met de komst van internet vinden mensen het makkelijk om verschillende ideeën uit te wisselen, waardoor er meer invloed op elkaar wordt uitgeoefend. Deze manier van geloven noemen de onderzoekers 'zoekreligiositeit' in het onderzoek *God in Nederland* (1996-2006).

De termen 'religie' en 'nieuwe spiritualiteit' lopen vaak door elkaar. Religie verbinden mensen vaak

³² (Ratheiser & Stoep, Media en religie, 2013, p. 129)

met traditionele godsdiensten, stellige geloofsovertuigingen, hiërarchische gemeenschappen en vaststaande rituelen. Spiritualiteit associëren ze met levenskunst, persoonlijke zingeving, ervaringen van het hogere en open staan voor het transcendente. De nadruk ligt op persoonlijke beleving en de innerlijke ervaring, op religieus zoekgedrag en op het experimenteren met nieuwe vormen. Zoals Ratheiser en Van der Stoep dat ook in *Media en Religie* duidelijk uitleggen:

“Bij religie moet je altijd aan een externe standaard voldoen, bij spiritualiteit ga je op zoek naar wie jezelf bent of zou willen zijn.”

Ratheiser en Van der Stoep in *Media en Religie*³³

Het kernelement voor nieuwe spiritualiteit is de focus op zelfontplooiing en uniciteit. Het gaat meer om het zoeken, dan een vaste overtuiging te vinden en te bewaren. Mensen zien intuïtie als leidraad van het handelen; waarheid moet je innerlijk ervaren. Ze richten zich op hun zelfontplooiing en zoeken een diepere laag in het leven. Ze zoeken naar beleving, gericht op spanning, iets nieuws. De welvaart stimuleert en vergroot het verlangen naar beleving.

De postmoderne mens meet zich een levensstijl aan waarin de vrijheid centraal staat en waar men niet aan mag komen. Wetten, regels en instituten mogen hun niet beperken. Een volgende fase van subjectivering treedt hiermee in: niet de oriëntatie op iets buiten de mens, maar de oriëntatie op de eigen (subjectieve) binnenwereld. Levenskeuzes bepalen mensen aan de hand van de vraag of ze zich er gelukkiger en prettiger bij voelen.

Daarom is zoekreligiositeit in grote mate aanwezig in Nederland. In het onderzoek ‘*God in Nederland*’ (1996-2006) zien we dat de meerderheid van de ondervraagden instemt met betrekking tot religieuze zaken als ‘ik vind dat je waarheid innerlijk moet ervaren’ en ‘religie is voor mij vooral iets persoonlijks en niet zozeer een groepsgebeuren’. Subjectivisme, relativisme en eclecticisme domineert het gedachtegoed van de Nederlanders. Religie moet puur en alleen een individuele aangelegenheid zijn, de persoonlijke ervaring is hierbij de belangrijkste toetssteen en mensen willen vrijheid met betrekking tot de traditionele scheidslijnen die er waren.

“Nederlanders hebben de afgelopen veertig jaar de band met de kerkelijke godsdienstigheid massaal laten vieren, maar dit onderzoek laat zien dat de belangstelling voor onderwerpen die betrekking hebben op de zin van het leven daarmee allerm minst is verdwenen. De behoefte tot reflectie op zingeving blijkt massaal aanwezig.”

Dekker in *God in Nederland (1996-2006)*³⁴

Hoewel de ontkerkelijkheid zijn sporen heeft achtergelaten in Nederland, blijkt slechts veertien procent van de Nederlanders atheïst, een kleine verhoging ten opzichte van veertig jaar geleden. Dat een groot deel van de Nederlanders zich nog bezighoudt met godsdienst komt naar voren in het onderzoek *God in Nederland (1996-2006)*. Een grenssituatie, emotionele gebeurtenissen, mondt bij de mensen uit in een krachtige stimulator voor niet alleen transcendentie ervaringen, maar ook voor

³³ (Ratheiser, *Media en Religie*, 2013, p. 132)

³⁴ (Bernts, Dekker, & Hart, 2007, p. 126)

gebed. Hoewel bij de protestanten gebed een onderdeel van het geloof is, kan het gebed bij katholieken en buitenkerkelijken meer als psychotechniek dienen. Zelfs spiritisme, talismannen en astrologie blijkt onder Nederlanders te werken. Drie op de tien Nederlanders sluit namelijk niet uit dat deze vormen op waarheid berusten. Zelfs 42 procent van de mensen zegt dat helderziendheid bestaat.

Nederlanders beschouwen religie als een persoonlijke aangelegenheid en ze associëren dit niet zozeer met kerkelijkheid of groepsgebeuren. Religie is een dynamisch begrip en veronderstelt een actieve houding: religie heeft meer te maken met zoeken dan met een vaste overtuiging bezitten. Je stelt zelf je religie samen op grond van allerlei tradities en tijdens je leven kan religie ook voortdurend veranderen.

Individualisering, een belangrijke ontwikkeling door het postmodernisme, ligt ten grondslag aan zowel de afbrokkelijking van de kerkelijke godsdienstigheid, als de uitbreiding van spiritualiteit waarvoor de eigen biografie de belangrijkste inspiratiebron is. De uitspraak van de Amerikaanse psycholoog Daniel Batson "*Quest is best*", geeft goed weer welke houding mensen aannemen ten opzichte van religie en levensbeschouwing. Men neemt niet meer vanzelfsprekend een traditie over, maar de hedendaagse Nederlander zoekt een leven lang naar antwoorden op de vragen die hem bezighoudt. Er komt een grote drang naar ervaren en beleven binnen religie. Deze nieuwe kijk op religie vinden we terug in de newagebeweging, een verzamelnaam voor een heel scala aan interesses dat zich voor een groot deel buiten de kerken en het traditionele christendom om ontwikkelde.

Het christendom verloor zijn monopoliepositie. Dat bleek al uit hoofdstuk twee over secularisatie, maar ook het postmodernisme heeft zijn weerslag op het christendom. Mensen zien religie niet meer gezien als een vaststaande traditie die we moeten overnemen, maar als een vrijheid waarin mensen zelf hun geloof samen mogen stellen wat past bij hun behoefte en verlangen. Zingeving verdwijnt niet uit Nederland, maar neemt andere vormen aan. Beleving en ervaring staan centraal, met deze twee aspecten houden de mensen dan ook rekening. Religie verplaatst zich naar het privé domein, maar dat moeten mensen wel in alle vrijheid ervaren en beleven. Zodra mensen wel in een traditie geloven, bestempelen mensen dat als 'anders'. Het algemeen gedachtegoed is dat je vrij moet zijn in je religie, er geen grote verhalen bestaan, iedereen zijn eigen waarheid heeft en het vooral niet op anderen moet leggen.

3.4 Samenvatting

Nieuwe spiritualiteit is een *hot item* in het hedendaagse Nederland. Hoewel de secularisatie religie zou moeten verbannen uit de samenleving, heeft de secularisatie er juist voor gezorgd dat mensen op zoek zijn gegaan naar zingeving en spiritualiteit. Met de huidige trends van individualisering, belevingsgerichtheid en het failliet van de grote verhalen hangt nieuwe spiritualiteit niet samen met tradities, gemeenschap en kerkgang, maar staat daar los van. De enorme hang naar beleving veroorzaakt een ontwikkeling van spiritualiteit en een zelfbewustzijn van het leven.

Het verlangen naar spiritualiteit en zin heeft een deur geopend naar religieuze vrijheid. Het onderdrukkende christendom maakt plaats voor het ideaal van vrijheid. De sterk individualistische

maatschappij creëert een draagvlak voor de Nederlanders om vrij te zijn in hun behoeften. Mensen accepteren alle religies of spirituele denkbeelden die bij het leven komen kijken, dus ook het christendom.

Het christendom heeft nu een marginale positie in Nederland, maar er bestaat wel vrijheid in het denken door de pluriforme samenleving. Het christendom is een onderdeel van een grote religieuze markt. Dat neemt niet het stereotiepe beeld over christenen weg, maar het christendom mag er wel weer zijn door de vrije samenleving. Hoe we dat terug te zien in de media wil ik graag beantwoorden in het volgende hoofdstuk.

Hoofdstuk 4: Veranderende journalistiek

Met zekerheid kunnen we zeggen: onze cultuur is aan veranderingen onderhevig. De vorige hoofdstukken wijzen uit dat religie in de afgelopen jaren sterk veranderde. Nederlanders willen vrij zijn in hun keuzes en vinden gevoel en beleving belangrijk. Dit verandert de positie van het christendom in sterke mate. De kerk is een randverschijnsel, maar wat hebben deze veranderingen voor een invloed op de media? In paragraaf één wil ik graag de algemene trends in de journalistiek behandelen. De komst van het internet haalt de journalistiek overhoop, waardoor ook de normen, waarden en gevoelens van de journalisten veranderen. In paragraaf twee wil ik bespreken welke gevolgen het postmodernisme heeft voor de media, om vervolgens in paragraaf drie uit te leggen welke gevolgen de secularisatie heeft op de media.

4.1 Hoe internet de journalistiek heeft veranderd

In hoofdstuk drie kwam het al naar voren dat de media meewerkten aan het ontstaan van de beeldcultuur. De media zijn nu overal, altijd en overvloedig aanwezig. Media zijn nu net zo vanzelfsprekend als water en elektriciteit. Cuilenborg noemt in zijn boek *Media in overvloed* (1999) een aantal scherpe en duidelijke ontwikkelingen in de media:

0 Convergerende media

Alles is aan het samen smelten; televisie, radio, internet en mobiele telefonie. Waar vroeger maar één medium centraal stond, strijden mediamakers nu om de aandacht van de consument op meerdere platformen en *devices*. We kunnen overal, waar en wanneer we maar willen, artikelen lezen en fragmenten bekijken. De apparaten, en daarmee ook de gebruikers, worden steeds flexibeler.

Frank Huysmans deed in opdracht van de Raad van Cultuur in Den Haag een onderzoek naar onder andere de trends in mediagebruik. Daaruit komen een aantal punten naar voren die belangrijk zijn voor de journalistiek, waaronder dat:

1. Internet meer en meer de ruggengraat aan het worden is van alles wat betrekking heeft op media, informatie en communicatie.
2. Er een trend gaande is van vast naar mobiel - met name door de 3g en 4g verbindingen van de smartphone.
3. De groei van web- en *social media* gebruik lijkt te stagneren.

De veranderingen in de journalistiek zijn hierdoor groot. Waar vroeger alleen de krant werd gelezen of het hele gezin om acht uur voor de televisie zat om het nieuws te volgen, is nu iedereen overal en altijd bereikbaar. Maar welke informatie zet je op welk medium?

Ook de berichtgeving over het christendom wordt hiermee anders. Daar bedoel ik niet de inhoud mee, maar wel waar en wanneer kranten artikelen over christenen plaatsen. Is het christendom nog van zo'n groot belang dat het groot in de krant komt? Of komen artikelen over christenen op het 'snelle' internet te staan?

0 Van één- naar tweerichtingsverkeer

De verhouding tussen de media en het publiek is in de afgelopen jaren aanzienlijk veranderd. Door de digitale media is er geen sprake meer van eenrichtingsverkeer van de media naar het publiek, maar tweerichtingsverkeer plaats. Er vindt interactie plaats met het publiek, de lezers zijn *prosumers* (*producers* en *consumer*). De media zijn nu veel prominenter aanwezig in de samenleving en snelheid, schaalvergroting en toegankelijkheid versterken dat. Media in de eenentwintigste eeuw bevinden zich op een heel ander niveau dan vroeger. De interactie tussen de media en het publiek is *realtime*, spontaan, massaal, corrigerend en gemeenschappelijk. De verschuiving van web 1.0 naar web 2.0 brengt een golf veranderingen met zich mee. De komst van deze *user generated content*, of burgerjournalistiek in sommige gevallen, vraagt van de journalist om anders om te gaan met het nieuws. De journalist moet zich onderscheiden van de burgerjournalisten, door artikelen te verdiepen en journalisten moeten hun kwaliteiten optimaal benutten om de lezers datgene te bieden wat internet niet kan.

De snelheid die meekomt met de overgang naar web 2.0 kan gevaarlijk zijn. Laroes geeft aan dat er steeds minder tijd komt om na te denken over de inhoud van de artikelen en daarbij blijft de reflectie op het vak en eigen handelen achter:

“Haast, te veel haast om informatie te checken. Bezuinigingen: steeds meer doen met steeds minder journalisten. Handige woordvoerders en spindoctors werpen brokjes nieuws toe aan het hongerige beest dat de journalistiek is geworden. Leugentjes en leugens, eenzijdige en daardoor verkeerde beelden worden door de 24-uursnieuwsmachine permanent rondgepompt. Ze schuiven langzaam voor de werkelijkheid en ontnemen het zicht op wat er echt gebeurt. Imago in plaats van authenticiteit.”

Laroes in *De littekens van de dag*³⁵

Een aantal taken van de journalist valt weg door de komst van het internet. Als je kijkt naar politieke partijen waren de kranten vroeger van groot belang om de standpunten van de partijen duidelijk te maken aan de Nederlanders. Met de komst van internet hebben de partijen de krant niet meer nodig voor hun campagnes. Bedrijven en instellingen leggen nu zelf contact met hun klanten door de nieuwe technologieën.

De komst van social media en de vele websites en blogs (burgerjournalistiek) vragen van de journalist om andere kwaliteiten volgens Van Heeswijk:³⁶

- Focus: De journalist kan de rol van aangever spelen. Zeer gerichte vragen, stellingen en argumenten brengen meer focus aan in de antwoorden die een publiek geeft.
- Compartimenter: Hoe meer betrokken mensen bij een onderwerp zijn, hoe beter gearticuleerd hun mening daarover is. Met medekenners of liefhebbers zal je al snel een goede discussie hebben. Daardoor komt er een focus van het medium op bepaalde onderwerpen.
- Aandacht: De wisselkoers van interactie is aandacht, oprechte aandacht. Mensen zijn online

³⁵ (Laroes, 2012, p. 257)

³⁶ (Heeswijk, 2012, p. 73)

niet wezenlijk anders dan offline, ze komen pas echt los als ze het idee hebben dat er werkelijk naar hen geluisterd wordt.

0 Digitalisering een technologische trend

Mediafilosoof McLuhan noemt het *global village*: de enorme groei van elektronische informatie maakt van de wereld een dorp: tijd en plaats zijn voor communicatie geen barrières meer.

McLuhans *'The Medium is the Message'* laat zien dat de media in de jaren zestig een enorme zintuiglijke impact hadden op het denken van mensen. Het gevoel dat de boodschap van een medium geeft, heeft meer impact dan de rationele inhoud. Een nieuw medium versnelt en verbetert de menselijke vermogens, maar amputeert tegelijk de menselijke mogelijkheden. Als mensen een doel willen bereiken hebben ze daar bepaalde middelen voor nodig. Deze middelen gaan echter op een gegeven moment de mensen beheersen. Niet de inhoud, maar het medium zelf wordt dan de bepalende kracht. Een voorbeeld is de televisie. De mens wil op de hoogte blijven van het nieuws en kijkt daarom televisie. Maar na verloop van tijd beheerst televisie het gedrag van de mens.

Het gaat er dan niet om wat de media op televisie uitzenden, maar het gaat om het feit dat de televisie als medium het westerse leven van alledag beheerst. Het rationele denken stond vroeger voorop, maar met de komst van de televisie, radio, film en computer ebt dit weg. De interactie tussen verschillende zintuigen zorgt ervoor dat voelen en ervaren weer voorop staan. Het gaat in de media dus niet meer om de rationele feitelijke waarneembaarheden, maar de media worden een onderdeel van het leven en de gevoelens van de lezers.

0 Exponentiële informatisering

We zijn op weg naar een wereldwijd georganiseerde informatiemaatschappij. Er breekt een nieuwe fase aan in de ontwikkeling van de moderne samenleving. In deze wereld staat het produceren en verspreiden van informatie centraal. Informatie is een belangrijke hulpbron voor rijkdom en macht.

De televisie brengt elke minuut 3.600 beelden op ons netvlies en een gemiddelde krant bevat zo'n 150.000 woorden. De Amerikaanse econoom Machlup stelde in de jaren vijftig dat de informatie-industrie elk jaar met 10,6 procent zou groeien. Met de komst van internet is er een grote kans dat deze trend doorzet. Recente ontwikkelingen die te zien zijn binnen de informatisering van onze maatschappij zijn de technologische innovaties, nieuwe informatietechnieken en groei van bestaande toepassingen.

De samenleving en de journalistiek veranderen enorm door de grote exponentiële groei van technologische- en informatietechnieken. Internet staat centraal in de samenleving, mensen gebruiken social media en hierdoor staan beelden en gevoelens hoog op de ladder. Dit heeft een grote invloed op de invulling van de journalistiek. De media zetten de trend, maar moeten ook met de trend mee gaan.

0 Diversificatie aan de aanbodzijde

Er bestaat voor iedereen wel iets waar ze behoefte aan hebben door de groei van diversificatie. In de

tijdschriftenmarkt zien we dat goed. Loop een willekeurige boekwinkel of kiosk binnen en je ziet een groot rek met honderden tijdschriften. Er bestaat een ongekeerde aanbod. Informatie komt op veel verschillende manieren onze huiskamer binnen, veel meer dan twintig jaar geleden.

De enorme toevloed van technologische ontwikkelingen stelt de media in staat om te maken waar mensen behoefte aan hebben. Men heeft een enorme keuze en het aanbod groeit enorm. Journalisten moeten hiermee rekening houden, ze moeten zich aanpassen en de lezers voorzien in hun behoefte.

0 Stagnatie in de vraag naar informatie en media

Ondanks de groei in het aanbod van informatie, zien we ook een afname of stagnatie van de informatie die de mensen nodig hebben. Meer informatie zorgt voor minder informatie. De informatie *overload* blijft uit omdat de mens zich aanpast, naarmate het media-aanbod toeneemt, neemt de aandacht voor het aanbod af. Men luistert steeds meer met een half oor naar de televisie en scant de informatie op het internet. Volgens Cuilenburg vraagt deze enorme informatie *overload* van de media om aandacht te trekken van het publiek:

“24 uur constant nieuws, informatie en amusement op 24 kanalen kleur betekent in feite 24 uur bedelen om aandacht bij het publiek.”

Cuilenburg in *Media en Overvloed*³⁷

De continue informatiestroom zorgt ervoor dat niet alle informatie binnenkomt bij de lezer of kijker. De krant bevindt zich in roerige tijden. Met de komst van het internet en de snelle stroom van nieuws kan de krant uitsterven. Dat betekent dat de krant zich moet aanpassen aan de behoefte en verlangen van de lezers om abonnees te behouden.

0 Extreme publiekssegmentatie tot fragmentatie aan toe

De individualisering voltrekt zich de laatste decennia maatschappelijk en cultureel in rap tempo. Individualisering veroorzaakt ook een afname van interesse in gemeenschappelijke waarden en normen en ook afname van groepsloyaliteiten, met name ten opzichte van de zuilen. De al eerder genoemde diversificatie vergroot de keuzemogelijkheden voor de consument, maar dit veroorzaakt ook een versnippering. Doelgroepen worden hiermee minder traceerbaar en adresseerbaar voor de media. Daarmee verandert ook het karakter van de media. Vroeger was het medium een instituut en werd het als vriend beschouwd van de mens. Anno 2014 zijn de media een wegwerpartikel geworden. De binding van het publiek neemt af.

De veranderingen in de journalistiek zijn zichtbaar. De komst van internet veroorzaakt grote veranderingen in de journalistiek. De toegenomen stroom aan informatie zorgt ervoor dat het publiek groter wordt en anders bereikt moet worden. Media moeten nadenken over welke informatie ze in de krant zetten en welke informatie ze online zetten. Daarbij moeten media zich zien te onderscheiden in de kranten, want het aanbod wordt enorm divers. De toegenomen technische

³⁷ (Cuilenburg, 1999, p. 5)

ontwikkelingen zorgen ervoor dat het steeds makkelijker en goedkoper wordt om een krant of tijdschrift te maken. 'Onderscheiden' is dan ook een belangrijk woord in de journalistiek geworden.

De enorme groei van informatie door het web zorgt ervoor dat de media mee moeten gaan met de huidige trends en daar op in moeten spelen. De media moeten nu meer dan ooit de aandacht van het publiek vragen. De media zijn een wegwerpartikel, dus moeten ze zich aanpassen aan de lezers om de aandacht te behouden. Daarbij moet de journalistiek zich ook onderscheiden van de burgerjournalistiek. Met de komst van internet is de stroom van informatie gegroeid, maar hoe kan de journalist zich nog onderscheiden en laten zien dat zijn informatie anders, en dus belangrijker, is dan de rest van het internet? De journalist moet een verdiepende slag maken, kwaliteit bieden en daarnaast ook een focus aanbrengen in het artikel, zich onderscheiden door compartimentering en aandacht geven aan het publiek en interactie vertonen om zo ook binding te maken met het lezerspubliek.

Veranderende nieuwsberichtgeving

Naast de veranderingen in de journalistiek door de komst van internet, verandert ook de berichtgeving door het postmodernisme. Het kompas van de redacties veranderde in de afgelopen jaren van richting. De journalistiek krijgt ook een zakelijke kant. Mediabedrijven doen vaak marktonderzoeken en houden cijfers bij over waardering en bereik bij doelgroepen. De veranderingen in techniek, de komst van internet en smartphones en de veranderende cultuur beïnvloeden het nieuws. Hieronder een aantal belangrijke veranderingen in de berichtgeving op een rijtje die Musschoot benoemt in *Media in Beweging*.

0 Nieuws is concurrerend

Twintig jaar geleden lazen mensen één krant en keken ze maar naar een paar kanalen op de televisie. De kijker/lezer van nu zapt van 's morgens tot 's avonds tussen vluchtige informatiebronnen. De komst van vele andere kranten en televisiezenders veroorzaakt grote concurrentie op de mediemarkt. De mediabedrijven veranderen van een externe naar een interne pluriformiteit: vroeger had elk medium een eigen mening, maar nu zorgen media ervoor dat alle meningen bij hen intern aan bod komen en de media presenteren dat aan het publiek.

Media moeten zich door de toenemende concurrentie onderscheiden van de rest. Journalisten kunnen niet zomaar een artikel schrijven, want redacties hanteren (strengere) formats waar de journalist aan moet voldoen. Media denken veel intensiever na over hun werkwijze. De manier waarop bijvoorbeeld kranten hun berichten weergeven staat nu meer vast, bij iedere redactie op een andere manier. Het volgen van deze formats heeft soms voorrang op de inhoud.

0 Nieuws is sterk visueel

De technologische ontwikkelingen maakt het goedkoper en gemakkelijker om goed beeldmateriaal te maken en te verspreiden. De smartphones versterken de beeldcultuur. Berichtgeving over rampen, ongevallen en criminaliteit krijgt door de beeldcultuur voorrang op beschouwingen en overwegingen.

0 Nieuws is klantgericht

We kunnen het ons vandaag de dag nauwelijks nog voorstellen, maar amper vijftientig jaar geleden lag in het nieuws nog sterk het accent op institutionele verslaggeving, zegt Musschoot in *Media in Beweging*.³⁸ Het nieuws over de politiek werd bekeken vanuit het perspectief ten behoeve van het land. Welke gevolgen heeft het voor het land en zijn instellingen? Vandaag de dag bekijken mensen het nieuws vanuit een ander perspectief: welke gevolgen heeft dit nieuws voor mijn publiek en is dit interessant voor hen? Media geven niet alleen praktische informatie, maar journalisten gieten hetzelfde nieuws in verschillende formats, afhankelijk van de diversiteit van kijkers of luisteraars, dit heet horizontale differentiatie.

0 Nieuws wordt almaar emotioneler

De beeldcultuur heeft tot gevolg dat onze samenleving zich steeds meer richt op het gevoel en de ervaring. Beelden roepen veel sneller emoties op, waardoor er binnen de media een grote focus komt op beelden en de emotionele reactie daarop van het publiek.

0 Nieuws is gepersonifieerd

De toenemende concurrentie en beeldcultuur zorgen ervoor dat het nieuws personifieert. Media leggen steeds vaker een probleem uit aan de hand van de ervaring van één persoon. De journalisten maken hiermee artikelen behapbaarder voor de lezers, waardoor de media een groter publiek bereiken.

0 Nieuws is gedramatiseerd

Het spectaculaire, personifieerde en emotionele nieuws verhoogt het dramatisch karakter van de artikelen. De concurrentie binnen de mediamaarkt groeide sterk in de afgelopen vijftien jaar. Nieuwsdragers zijn hierdoor genooddaakt om hard om de aandacht te schreeuwen van de consument. Dat kan op sommige momenten een sterke neiging tot overdrijving veroorzaken in de media, waardoor zij minder geloofwaardig worden. Luyendijk vertelt in *De kloof tussen beeldvorming en werkelijkheid* dat er een taboe heerst binnen de journalistiek dat 'journalisten' gewoon mensen zijn:

"We [journalisten] kunnen eerlijk vertellen hoe dingen gaan of we kunnen het allemaal dat ene tikkie spannender maken. Vandaar dat sommige correspondenten soms speciaal voor de camera even een kogelvrij vest aandoen. [...] Dit zijn verwerpelijke vormen van journalistiek dikdoenerij, pimp your profession, zeg maar, het komt dagelijks voor."

Luyendijk in *De Kloof tussen beeldvorming en werkelijkheid*³⁹

0 Moderne media zijn niet meer objectief

Eén van de meest gestelde vragen aan en over de journalistiek is wel de vraag: zijn journalisten objectief? De journalist staat onderdruk in deze economisch moeilijke tijden. Feldmann schreef op *De Nieuwe Reporter* een verslag van het jaarlijkse congres van de Vereniging Voor Onderzoeksjournalisten (VVOJ), het volgende:

³⁸ (Musschoot, 2008, p. 365)

³⁹ (Luyendijk, n.b.)

“Het medialandschap is aan het veranderen. In deze economisch moeilijke tijd staan niet alleen de inkomsten van de media onder druk, ook daalt het aantal lezers/kijkers en is de geloofwaardigheid aan het afkalven.”

Feldmann op de Nieuwe Reporter⁴⁰

Vroeger hadden journalisten meer consensus over de inhoud van waarheidsgetrouw. Ze konden ook overtuigender beargumenteren wie aan zijn journalistieke plicht tegemoet kwam en wie niet. In de jaren vijftig was het meer vanzelfsprekend aan te nemen dat wat geschreven werd de waarheid was. Mensen konden ervan uitgaan dat alles met zorgvuldigheid, objectiviteit en onpartijdigheid werd geschreven en op feiten was gebaseerd. Deze manier van journalistiek bedrijven staat onder druk in de eenentwintigste eeuw. Van Bortel beargumenteert in zijn boek *Wij en de media* dat dit paradigma van objectiviteit niet mogelijk is:

“Men beseft dat de manier waarop de realiteit aan ons verschijnt, wordt gekleurd door het kader waarin we feiten aan de orde stellen. De betekenis van de feiten blijkt immers te variëren in functie van de taal waarin we ze aan bod brengen. Er blijken aldus uiteenlopende perspectieven te bestaan op wat zich als feiten aandient, en het blijkt onmogelijk uit te maken welke van deze perspectieven het meest waarheidsgetrouw is. Dat is meteen de reden waarom veel mensen vandaag de indruk hebben dat de waarheid niet bestaat en dat alles relatief is. Alles zou afhangen van de manier waarop je hebt bekijkt.”

Van Bortel in *Wij en de media*⁴¹

Lee Hunter, adjunct-professor aan INSEAD Innovation Centre, stelt zelfs op het VVOJ congres van 2009 dat het een ouderwets idee is om neutraal te berichten. Media moeten een *stakeholder* worden, wat betekent dat de media zich moeten richten op het publiek en een bepaalde doelgroep moeten genereren waaraan ze die bepaalde interessante informatie willen vertellen. *Stakeholder* media zijn transparant in wat ze doen, richten zich op een selecte doelgroep, nemen standpunten in en vertellen tot slot wat de lezer moet doen. Op deze manier kun je als mediabedrijf staande blijven in de veranderende maatschappij.

De veranderende journalist

De enorme ontwikkelingen binnen de journalistiek en digitalisering van de maatschappij verandert ook de rol van de journalist. Van de koning van de informatie is de journalist nu een contentproducent, een gewone schakel in het productieproces. Musschoot geeft in *Media in Beweging* een aantal belangrijke veranderende functies van de journalist:

0 De journalist is in eerste instantie een inhoudelijke generalist

Journalisten richten zich op het snel en efficiënt berichten. De journalisten die onderwerpen willen uitdiepen en waarvoor ze jarenlange expertise voor op moesten bouwen zijn in mindere mate aanwezig.

⁴⁰ (Feldmann, 2009)

⁴¹ (Bortel, 2013, p. 79)

Deze snelheid en efficiëntie zorgen ervoor dat de journalisten vaak de makkelijke weg kiezen, de aangereikte hapklare brokken gebruiken ze meteen. Sciot, Belgische oud-journalist, noemt dit 'microwave journalistiek' of zelfs 'vogelpik journalistiek'.

"De microwave journalisten warmen het à point persberichtje of de hapklare quote op, de vogelpik garde gooit met het pluimpje en ziet de dag van publicatie op basis van de reacties of het recht in de roos is terecht gekomen."

Sciot in *Media en Beweging*⁴²

0 De journalist-specialist blijft aan de top

Je bent als journalist makkelijk inwisselbaar op de journalistieke markt. Als je als journalist aan de top wil blijven is het noodzakelijk om één of enkele specialisaties te ontwikkelen.

0 De journalist moet publieksgericht kunnen denken

Journalisten moeten constant bezig zijn met de vraag: is er een publiek voor? Slechts door in deze termen te denken kan de journalist financieel overleven. Hij moet voor elke doelgroep het juiste register kunnen opentrekken, met veel of weinig voorkennis. Dit betekent niet dat de journalist hiermee zijn beroepscodes overboord gooit en volledig commercieel gaat denken, maar de journalist moet in het achterhoofd houden dat het publiek betrouwbare informatie wil.

0 Journalisten drukker met de vorm dan de inhoud

Rob Wijnberg, journalist, filosoof en oprichter van het nieuwe online journalistiek platform De Correspondent, geeft in zijn boek *De Nieuwsfabriek* drie zwaktes aan in de journalistiek, veroorzaakt door de veranderende cultuur en journalistiek.

1. Het nieuws richt zich volledig op uitzonderingen, terwijl de regel ontbreekt.
2. De conservatieve aard openbaart zich in de negatieve toon in de berichtgeving.
3. De Nederlandse media herhalen zich te veel.

Er mist diepgang in de berichtgeving, met name in de krant. Websites zoals nos.nl en nu.nl zijn sites die zich focussen op het feitelijke nieuws. Men hoopt dat de kranten een diepere analyse kunnen geven over een onderwerp of probleem, maar daarin schieten de media te kort. Daarbij komt ook dat journalisten te weinig tijd hebben om onderwerpen uit te diepen. Als journalisten kennis en verdieping missen zie je dat terug in de berichtgeving in de krant.

0 Beroepsgrenzen vervagen

"Journalistiek was ooit echt een vak," zegt Bogaard in zijn artikel *Snapt de journalist het zelf wel?*⁴³

Hier slaat hij de spijker mee op zijn kop. Vroeger waren journalisten gezaghebbende types die alles wisten, je werd dus niet zomaar journalist. Tijden veranderen en tegenwoordig kan iedereen zich journalist noemen. Met name door de komst van internet verschuift dit snel, meent Bogaard:

⁴² (Musschoot, 2008, p. 364)

⁴³ (Bogaard, 2005, p. 82)

“Door de snelle technische uitbreiding van de informatiedragers, met name internet, is de simpele journalistieke verspreidingsfunctie van informatie wel gewaarborgd. Het gezag van diezelfde informatie wordt tegelijkertijd ernstig ondergraven zo niet vernietigd.”

Bogaard in [Snapt de journalist het zelf wel?](#)⁴⁴

Door de mindere kennis van de journalist gaat ook de inhoud achteruit. De huidige ontwikkelingen in de samenleving roepen om meer kennis over spiritualiteit en religieuze levensbeschouwingen. Een eenzijdig beeld over het christendom zit snel in het hoofd van een journalist, maar degelijk onderzoek zal kunnen aantonen dat het ingewikkelder in elkaar zit.

De convergerende media zorgen ervoor dat internet en krant nu samen gaan, maar ook apart van elkaar staan. Media moeten nu nadenken welke content ze op internet zetten en hoe ze de krant willen invullen. Ook met de komst van de burgerjournalistiek op internet moeten de media nadenken hoe ze zich willen onderscheiden. Hoe gaan media om met berichtgeving over religie? Door de veranderende positie van religie in de samenleving bestaat er een grote kans dat religie een kleine plek krijgt in de krant. De media kunnen internet een goede plek achten om daar te schrijven over religie. Media moeten inspelen op het publiek. De vergroting van de concurrentie zorgt ervoor dat journalisten publieksgericht moeten denken. Zitten mensen wel te wachten op berichtgeving over christenen in het postseculiere Nederland? Spiritualiteit mag dan wel belangrijk zijn in onze samenleving, het christendom is dat niet meer. De ene krant zal ervoor kiezen om zo min mogelijk te schrijven over religie en het christendom, terwijl een andere krant ervoor kan kiezen om juist te schrijven over religie omdat zij denken dat het publiek daarop zit te wachten. De veranderingen in de journalistiek vragen van journalisten om een focus te hebben op hun doelgroep, zich te onderscheiden en binding te maken met de lezers.

In een maatschappij waarin mensen continu bloot staan aan informatie moet de journalist opvallen om de aandacht te behouden. Hoe zorg je als krant ervoor dat de lezers blijven? Dagblad Trouw kiest er bewust voor om zich te verdiepen in filosofie en religie om zich zo te onderscheiden van de andere kranten. Dit compartimenteren kan ervoor zorgen dat de kranten lezers trekken en behouden. Hoewel Trouw dus religie als grote prioriteit heeft, kunnen andere kranten er juist voor kiezen om religie buiten beschouwing te laten, omdat zij het christendom niet meer belangrijk achten.

De kranten hebben nu een eigen identiteit in tegenstelling tot twintig jaar geleden. De journalisten moeten nu een vertaalslag maken naar de lezers. Vroeger was de krant een spreekbuis van politieke partijen en liet hij zien welke gevolgen problemen hadden voor de maatschappij, maar nu moeten kranten nadenken en uitdiepen welke gevolgen de problematiek heeft voor de mensen zelf, hun lezers. Met de komst van de burgerjournalistiek moeten kranten zich ook onderscheiden door middel van verdiepende verhalen. Je moet als journalist expertise hebben om te overleven in het medialandschap. Alleen de feiten werken niet meer, want die krijgen mensen ook via het internet. Een krant die wil overleven moet zijn eigen identiteit en kleur kiezen en ook zijn eigen keuzes maken in de hoeveelheid aandacht die de krant besteedt aan berichten over christenen.

⁴⁴ (Bogaard, 2005, p. 82)

4.2 Hoe is het postmodernisme terug te zien in de media?

De postmoderne cultuur richt zich op het individu en de behoefte van het individu. Als de media zich staande willen houden in deze cultuur, moeten zij zich aanpassen aan deze behoefte. Over de veranderingen in de journalistiek is hierboven al het nodige gezegd, maar welke veranderingen neemt de komst van het postmodernisme met zich mee en wat is daarvan zichtbaar in de media?

De belevingscultuur is niet meer weg te denken uit de samenleving. In hoofdstuk drie komt ook naar voren welke gevolgen dit heeft voor de cultuur en voor de groeiende behoefte naar spiritualiteit. De media versterken deze beeldcultuur, zegt Ramaker in het boek *'Alles wat je hart begeert?'*:

"De belevingscultuur is ondenkbaar zonder de enorme groei van de media die niet alleen de samenleving voorziet van talloze beelden en ideeën, maar ook door haar appel op de zintuigen de beeldcultuur heeft versterkt."

Ramaker in *Alles wat je hart begeert?*⁴⁵

Na 1975 kwam de beeldcultuur al op gang met de komst van de televisie, maar de bekabeling in de jaren tachtig en de komst van de commerciële televisie leidden in de jaren negentig tot een toename van het kijkgedrag. Het internet zorgde voor een nog grotere versterking van deze beeldcultuur. We zien een grote verschuiving van de televisie naar het internet. De commercialisering, de groeiende concurrentie op de mediamarkt en de behoefte van het publiek naar gevoel en ervaring, hebben tot gevolg dat er een jacht plaatsvindt op de kijkers en lezers. Mediabedrijven kijken naar de kijkcijfers en het gedrag van de kijkers. De media stemmen steeds meer op het gevoel af van de kijkers, emotie-tv is de norm. De commerciële omroepen zijn de pioniers geweest van de belevingscultuur, met name in de media en daarmee illustreren ze de relatie tussen de consumptiecultuur en de belevingscultuur. Consumeren is beleven en belevenissen zijn pakketjes ervaring, speciaal gemaakt voor het individu.

De komst van de televisie en de opkomst van andere media versterken de tendens waarin Nederlanders eenheidsdenken bekritisieren. De verzuiling stond garant voor een eenzijdig beeld een eenheidsdenken, maar de ontzuiling veroorzaakte een ruimte binnen de media en de samenleving waarin verscheidenheid centraal staat, Nederland is een pluriforme samenleving.

Ook de beleveniseconomie, waarin de maakbaarheid van de wereld centraal staat, zien we terug in de media. De mens zoekt genot en geluk, er bestaan geen grenzen. Met name de commerciële zenders beïnvloeden dat. Het beeld dat bijvoorbeeld ontstaat over seksualiteit, dat er geen grenzen hierin zijn, versterkt de media. De beelden die op de televisie komen en hoe kranten erover schrijven, laten zien dat er geen grenzen bestaan en dat mensen op zoek mogen naar hun eigen geluk en genot.

Daarbij verandert het postmodernisme de kijk op religie. Mensen zien geloven nu als een vrije keuze en een privé aangelegenheid. Maar dankzij het postmodernisme ontstaat er een groei met betrekking tot spiritualiteit. Een onderzoek van het Reformatorisch Dagblad (2005) toont aan dat de

⁴⁵ (Ramaker, *Op zoek naar fun en magic*, 2007, p. 29)

ruime meerderheid (58 procent) in de Tweede Kamer zichzelf religieus noemt en maar vier procent oordeelt negatief over religie. Twee op de drie Kamerleden vinden zelfs dat godsdienst de laatste jaren aan maatschappelijke betekenis wint. Hiermee komt het christendom niet terug in de samenleving, maar illustreert het de pluriforme samenleving. In de media zien we dat terug. De veranderingen in de journalistiek zorgen voor meer ruimte voor meer meningen, breekt er dan een tijd aan voor respect?

Individualisering

Sinds de jaren tachtig zien we de trend van individualisering in onze samenleving. Dit zorgt voor individueler mediagedrag in de toekomst. Iedereen krijgt de mogelijkheid om krant, tijdschrift en zender van zijn keuze te kiezen. Musschoot geeft in het boek *Media in beweging* aan dat met de komst van internet de burgers mondiger zijn geworden, waardoor het individualiseringsproces versterkt wordt:

“Feit is dat de mediagebruiker op internet mondiger is, toegang heeft tot veelheid aan informatie en mede daardoor zelf kan kiezen welke informatie hij krijgt en in welke vorm. Gebruikers doen aan place- en timeshifting en personaliseren content volgens hun eigen behoeften.”

Musschoot in *Media in beweging*⁴⁶

De media moeten zich aanpassen aan deze tegenstrijdige trends: er vindt toenemende individualisering plaats, aan de andere kant blijven de media het sociale karakter behouden - mensen willen namelijk mee praten over die bepaalde soap of dat bepaalde programma.

Geprivatiseerde godsdienst

Media beschouwen godsdienst als een goed dat mensen in de privésfeer mogen uitdragen. Hoewel religie wel een plek krijgt binnen de media, zien de media religie als een gedachtegoed dat zich niet mag manifesteren in het publieke domein. Hoewel er door de pluriforme samenleving ook juist ruimte komt voor spiritualiteit.

Kennis over religie is afgenomen

De postseculiere samenleving draagt ons juist op om tolerant te zijn en de ander te begrijpen. Bij journalisten dringt dat nog niet door, ze hebben namelijk weinig kennis van religie. Ratheiser en Van der Stoep schreven niets voor niets het boek *Media en Religie*. Godsdienst bepaalde onze cultuur en hoewel het een meer marginale positie heeft ingenomen in deze maatschappij, betekent het nog niet dat religie verdwijnt uit de samenleving. Godsdienst blijft aanwezig en terugkomen in het nieuws.

Nieuwe spiritualiteit

Spiritualiteit en religiositeit staan in een ander daglicht. De nieuwe spiritualiteit is meer individualistisch, meer diffuus, minder ethisch en richt zich meer op gevoel.⁴⁷ Deze opkomst van spiritualiteit werd in de jaren tachtig in gang gezet, mede door de komst van televisie en nieuwe

⁴⁶ (Musschoot, 2008, p. 119)

⁴⁷ (Sengers, 2005, p. 58)

mediakanalen. De nieuwe, al dan niet religieuze, *life styles* trokken al gauw de aandacht van de commercie en de media, waardoor hun individuele karakter vaak een kwestie van subjectieve perceptie bleek te zijn. Nieuwe spiritualiteit zorgen ervoor dat pluriformiteit mag, ook in de kranten. De media volgen de tendens in de samenleving, dus in de kranten zien de waarde van de pluriformiteit en schrijven daarover.

Persoonlijke en geëmotioneerde journalistiek

De journalistiek richt zich meer op personen, emoties en drama. De beeldcultuur waar wij in leven vraagt van de journalisten om mee te gaan met die trend. De media maken hierdoor het nieuws persoonlijker door interviews te houden met betrokkenen. Journalisten maken een slag naar de lezers toe, door een artikel persoonlijker te maken raakt het de lezer dieper. Daarnaast maken media het nieuws visueler. Dat kan door middel van beeld, maar ook door de bewoordingen. Als journalisten sterk visuele woorden gebruiken kan dat meer gaan leven voor de lezers en raken de woorden de lezers op emotioneel vlak. Als laatste maken de media het nieuws meer dramatisch bijvoorbeeld door toevoeging van overdrijvende woorden om de aandacht van de lezer te trekken. Deze drie aspecten (personificatie, dramatisering en visualisering) zorgen ervoor dat de journalisten anders schrijven over christenen. De personificatie kan een positieve uitwerking hebben op de berichtgeving over christenen. Journalisten beschikken niet altijd over voldoende kennis over het christendom en door interview en quotes toe te voegen van de betrokken personen kunnen journalisten dit gebrek aan kennis compenseren.

De dramatisering en visualisering kunnen echter een negatieve invloed hebben op de berichtgeving over christenen. Deze facetten bevestigen en versterken een stereotiep beeld over christenen. Dramatisering kan net een zetje geven aan het artikel waardoor het smeugiger is om te lezen, maar het vervormt de werkelijkheid.

4.3 Hoe is de secularisatie terug te zien in de media?

Hoe veel invloed heeft het secularisme op de berichtgeving? In de afgelopen jaren transformeert godsdienst in grote mate. Het WRR stelt in het rapport *Geloven in het publieke domein* dat mensen niet minder gelovig worden, maar geloven op een andere manier. In hoofdstuk twee en drie komt ook naar voren dat spiritualiteit terug is van weggeweest. Het christendom staat nu op de religieuze markt, daardoor staat het christendom niet meer het middelpunt van onze samenleving. Er ontstaat ruimte voor andere spiritualiteit en levensbeschouwingen. Het verlangen naar een diepere laag in het leven, de zingeving en doel van het leven, daar zijn mensen naar op zoek. Dat is ook zichtbaar in de media zeggen Ratheiser en Van der Stoep in *Media en Religie*:

“Ook al lijkt onze samenleving in hoge mate geseclariseerd, toch kunnen we blijkbaar niet zonder religieuze symboliek. Denk bijvoorbeeld aan de stille tochten die gehouden worden wanneer mensen slachtoffer zijn geworden van zinloos geweld.”

Ratheiser en Van der Stoep in *Media en Religie*⁴⁸

⁴⁸ (Ratheiser & Stoep, Media en religie, 2013, p. 136)

Er komt ruimte in de media voor deze rituelen. Een stille tocht voor iemand die is overleden door zinloos geweld komt herhaaldelijk terug op de televisie en in de krant. De dood van de 'King of pop', Michael Jackson, geeft een goed voorbeeld. Toen hij in 2009 overleed werd ook het ritueel van de begrafenis meerdere malen in de media genoemd en getoond. In het onderzoek *God in Nederland (1996-2006)* komt ook naar voren dat mensen behoefte hebben aan deze rituelen. Thema's zoals ziekte en dood, liefde en erotiek en (de strijd tussen) goed en kwaad komen regelmatig terug in de media, met name ook in films, videoclipen en series. De media gaan volop mee met deze trend in de samenleving.

De gereformeerden

Volgens schrijver Amelink denken veel Nederlanders bij gereformeerden aan mensen die op zondag uren in de kerk zitten, op deze dag niets mogen. Mensen herkennen deze mensen aan hun zwarte sokken en lange rokken. De gereformeerden zijn niet over één kam te scheren. Amelink noemt de mensen die aan deze typering voldoen de bevindelijk gereformeerden. De andere gereformeerden onderscheiden zich tegenwoordig niet meer in hun levensstijl van de 'gewone' Nederlanders. Dat was wel anders voor de jaren zestig en zeventig. De ontzuiling en secularisatie veroorzaakten dit. Deze christenen (gereformeerden) stemmen niet meer op hun eigen ARP of lezen niet meer hun eigen krant zoals Trouw of het Nederlands Dagblad. Maar het stereotiepe beeld dat bestaat over christenen kan in de media nog steeds naar voren komen. Toen de Argentijnse Maxima Zorreguieta in beeld kwam door, toen nog, kroonprins Willem-Alexander, schreef een columnist: "Voor de gereformeerde kaaskoppen staat een Zuid-Amerikaanse vrouw kennelijk nog steeds voor warmbloedigheid, hitsigheid en geilheid." Journalisten moeten bevindelijk gereformeerden onderscheiden van de andere gereformeerden en protestanten.

Door de veranderingen in de samenleving en de secularisatie heeft de godsdienst zich aangepast aan de samenleving, ook actieve kerkgangers kunnen op zondag naar de McDonald's. De Evangelische Omroep (EO) past zich ook aan de samenleving aan. Waar vroeger de EO nog degelijke kerkdiensten uitzond, probeert de omroep nu door middel van goede programma's het evangelie te vertellen. Maar bevindt de EO zich nu op een hellend vlak? Want hoe ver kun je je aanpassen aan de samenleving zonder je identiteit te verliezen?

Hoe worden christenen afgebeeld in de media? Zoals in de beschreven voorbeelden hierboven is duidelijk op te merken dat erover een bepaalde groep, zoals de gereformeerden, een stereotype beeld bestaat, terwijl er ook binnen de gereformeerde groep grote veranderingen plaatsvonden in de afgelopen jaren. Deze veranderingen zijn alleen niet altijd even zichtbaar in de berichtgeving over de christenen en bestaat er een stereotiepe beeld over bevindelijk gereformeerden in kranten.

Invloed van de ontzuiling

Hoe kranten schrijven over het protestants christelijke geloof veranderde sterk door de ontzuiling. Kranten schrijven niet meer vanuit een bepaalde perspectief of zuil. Er bestaat een kans dat journalisten die in de tijd van de verzuiling een aversie opbouwden tegen grote religieuze stromingen niet meer werken in de journalistiek. De nieuwe generatie journalisten groeiden op in samenleving waar ruimte en vrijheid bestaat. Ze groeiden op in een land waar je je eigen keuzes mag maken, waar

zelfontplooiing centraal staat, waar beleving een *hot item* is en waar authenticiteit bovenaan staat.

Hoewel er natuurlijk altijd beperkingen zijn, richten mensen zich op hun zelfontplooiing en eigen leven. Mensen moeten deze vrijheid waarderen en kranten schrijven over deze vrijheid. Het christendom kunnen mensen dan beschouwen als een erfgoed dat deze vrijheid inperkt. Kranten schrijven dan op zo'n manier over het christendom dat het achterhaal is en niet meegaat met de moderne samenleving.

Het christendom is al duizenden jaren oud en neemt een hele traditie met zich mee. Hoewel er verschuiven te zien zijn in het christendom door de secularisatie, gaat deze religie niet volledig mee in de veranderingen in de cultuur. Christenen wijken hierdoor af van de samenleving en niet iedereen waardeert dat. Een beeld kan ontstaan dat het christendom dus onderdrukkend en achterhaald is. Dat betekent dus dat mensen het christendom zien als een religie dat de vrijheid beperkt en achterloopt in de maatschappij. Dit beeld kan in de samenleving al heersen, maar dat kunnen de media bevestigen of versterken.

De secularisatie voorbij

Welke invloed had de secularisatie nog meer? In het woord 'secularisatie' zit het antwoord verborgen. De secularisatie houdt in dat de maatschappij zich afzet tegen de bestaande orde. Hoewel het bedoeld was om op zoek te gaan naar geluk en genot, zonder religie te verloochenen, was secularisatie een proces waarin religie juist naar de achtergrond verdween. Het had de ontkerkelijking en ontzuiling tot gevolg. Het geeft aan dat er een afkeer kwam tegen de gevestigde orde, het christendom. Vanaf deze culturele revolutie rond de jaren zeventig tot rond de millenniumwisseling was deze afkeer zichtbaar, maar tegen alle voorspellingen in verdween religie niet uit ons land. Juist religie en spiritualiteit zijn in de afgelopen jaren sterk gegroeid. Althans, mensen krijgen de ruimte om een eigen verhaal te maken. Er ligt geen taboe meer op geloven, maar het postmodernisme creëert ruimte en vrijheid om te praten en te geloven. Hoewel er nog wel een stereotiep beeld over christenen bestaat, krijgen christenen juist ruimte in de samenleving, het seculiere denken voorbij.

Afzetten tegen de bestaande orde hoeft niet meer, want het christendom overheerst niet meer in de samenleving. Het christendom maakt een onderdeel uit van een grotere spirituele markt. Er komt daardoor meer ruimte gekomen voor begrip en uitleg, juist ook in de kranten. Het stereotiep beeld gaat hiermee nog niet weg, maar de komst van het postsecularisme genereert wel ruimte voor het christendom.

Mijn veronderstelling is, op basis van mijn literatuuronderzoek, dat de ruimte voor spiritualiteit ook invloed heeft op de artikelen over het christendom. Het christendom staat niet meer in het midden van de samenleving, omdat zij door secularisatie naar de rand van de samenleving is geschoven. Daardoor ontstaat er ruimte voor het individu en daardoor ook ruimte voor andere religies omdat de samenleving een vrijheid creëert om jezelf te zijn, ook dankzij de opkomst van het postmodernisme. Dit heeft twee gevolgen voor de berichtgeving over het christendom:

1. Christendom wordt niet zo belangrijk meer geschat als vroeger.
2. Er is meer ruimte gekomen voor andere religies in de krant.

Hierdoor wordt hoeveelheid artikelen over het christendom anders. Er vindt een vermindering plaats van de berichtgeving over het christendom.

4.4 Samenvatting

In de voorgaande hoofdstukken komt naar voren dat de Nederlandse samenleving en de journalistiek onderhevig is aan veranderingen. De grote gevolgen van de veranderingen in de journalistiek en de samenleving zien we terug in de berichtgeving over christenen in de kranten. De komst van het internet veroorzaakte grote schokgolven in de journalistiek. Het postmodernisme zorgt ervoor dat kranten op een andere manier artikelen schrijven en de secularisatie veroorzaakt een verandering in de benadering van religie. Voordat we verder gaan kijken naar de praktijk, bespreek ik eerst nog een belangrijk onderwerp: gaan journalisten wel goed om met religie in de media?

Hoofdstuk 5 – Religiejournalistiek

De veranderingen in de samenleving zorgen ervoor dat het christendom niet meer in het centrum van de samenleving staat, maar een klein onderdeel is van de vele spirituele en religieuze vormen. De kennis over het christendom nam daardoor ook sterk af. De journalist moet waarborgen dat de waarheid verteld wordt. Daarbij verwacht het publiek dat de journalist verdieping brengt in de onderwerpen en problematiek die in het artikel aan bod komen. In mijn onderzoek richt ik me op het christendom en ook met betrekking tot dit onderwerp schiet de journalistiek nog al eens te kort. Hoe zit het met de religiejournalistiek? (Daarmee bedoel ik de kennis van journalisten over religie.) Moeten journalisten kennis hebben van religie? In de laatste paragraaf kijk ik naar de kritiekpunten met betrekking tot religie in de journalistiek. Wat kunnen journalisten verbeteren in hun berichtgeving over religie? Maar eerst wil ik kijken hoeveel plek er voor religie is in de journalistiek.

5.1 Religie in de media

De plek waar religie de meeste aandacht krijgt binnen de journalistiek is natuurlijk de Publieke Omroep. De grootste religieuze zendgemachtigden binnen de publieke omroep zijn KRO, NCRV en KRO. Daarnaast is er een aantal zogenaamde 2.42 omroepen, die uitgaan van genootschappen met een kerkelijke of geestelijke grondslag: de overheid besloot echter dat deze met ingang van januari 2016 uit het bestel moeten verdwijnen.

Religieuze groeperingen krijgen op de televisie minder ruimte, maar in de krantenbranche krijgt ze nog beperktere aandacht. Hebben andere kranten, naast het Nederlands Dagblad en het Reformatorisch dagblad, nog aandacht voor religie in de krant? We doen even een steekproef: een blik in de krant van vandaag, 12 mei 2014, geeft een beeld hoeveel ruimte er binnen de krantenwereld is voor religie. Religie wil ik hier gebruiken als het breedste begrip, dus de term spiritualiteit neem ik ook mee in deze korte analyse.

Een snelle krantenanalyse

Toevalligerwijs bezoekt de Dalai Lama drie dagen Nederland en dit komt herhaaldelijk terug in de krant. Hoewel Trouw bekend staat om zijn interesse voor religie en filosofie, komt het artikel over de Dalai Lama op pagina vijf terecht, met maar één pagina. Terwijl de Volkskrant een groot artikel plaatste op bladzijde twee en drie. Ook het Algemeen Dagblad (AD) heeft een uitgebreid verslag over de grote geestelijke leider, nrc.next gaat daarin mee.

Je zou verwachten dat Trouw, gezien de belangstelling van de krant voor religieuze zaken, groots zou uitpakken over het bezoek van de Dalai Lama, dit gebeurt alleen niet. Maar de krant neemt wel de ruimte voor andere religieuze artikelen. In het extra deel 'De Verdieping' wijdt de krant twee pagina's aan religie: Islam wordt vanuit een andere kant bekeken, want moslims kunnen ook vreedzame utopisten zijn. Daarnaast hebben ze een tempeltest en is er een bericht over 'homo zijn' binnen de gereformeerde kerken.

Ik kan geen harde conclusie trekken uit deze snelle krantenanalyse. Maar het geeft wel een globaal beeld hoe de kranten omgaan met religie. Als er een grote gebeurtenis is met betrekking tot religie wordt dat in verschillende vormen en maten tentoongesteld in de krant. Opvallend is dat Trouw extra aandacht besteed aan religie. Deze krant geeft een verdieping, ook op het gebied van religie. Maar de andere landelijke bladen maken buiten de grote gebeurtenissen op religieus gebied weinig ruimte vrij voor religie.

5.2 Kennis over religie noodzakelijk

Het Reformatorisch Dagblad en het Nederlands Dagblad schrijven natuurlijk veel over religie en het christendom en deze kranten bezitten dan ook veel meer kennis over religie dan andere algemene kranten. In het vorige hoofdstuk kwam naar voren dat de veranderingen in de journalistiek ervoor zorgen dat journalisten minder expertise hebben dan vroeger. Is het noodzakelijk om als journalist kennis te hebben over het christendom?

Om daar antwoord op te geven is enige uitleg noodzakelijk. Hoe kranten schrijven over religie verandert dramatisch. Zeker met de aanslagen van 11 september in 2001 kreeg elke journalist met religie te maken. Niet alleen journalisten die schrijven voor achtergrondrubrieken maar ook journalisten voor actualiteitenrubrieken moeten verstand van zaken hebben als ze willen schrijven over ingewikkelde religieuze kwesties, gevoeligheden en overtuigingen. Op het symposium *Geloof in de media?! (2013)* op de Christelijke Hogeschool Ede bekritiseerde dr. Antoine Bodar het gebrek aan kennis van religie bij seculiere kanten en omroepen:

“Als je daarover schrijft, hoef je niets te weten. Die gedachte zorgt voor veel misstanden. [...] De journalist moet geïnformeerd zijn. Feiten en opinie kunnen scheiden. Helaas ben je als gelovige in de media tegenwoordig exotisch. Je had eigenlijk al uitgestorven moeten zijn. Maar journalisten vinden het toch ook wel weer grappig dat je gelooft.”

*Bodar op symposium *Geloof in de media?!⁴⁹**

Deze priester hekelde ook de vooringenomenheid van de media, met name de ‘*verhying* en *sensationalisering*’ van de media, de aspecten die in de afgelopen jaren sterk naar voren zijn gekomen door de veranderende cultuur en journalistiek. Daarnaast sprak ook Laroes zich uit op dit symposium. Hij bekent dat er een schreeuwend tekort is aan kennis van religie. Volgens hem komen de misverstanden vooral voort uit het gebrek dat journalisten hebben over de kerkelijke kaart:

“Er wordt al snel in algemene termen gesproken. Dan heet het een heel dorp zwaar, terwijl er alleen een behoudende gereformeerde kerk is.”

*Laroes op symposium *geloof in de media?⁵⁰**

Hij is ook van mening dat meer kennis leidt tot meer begrip, er moet volgens hem meer plaats komen voor onbevagenheid en deskundigheid in de journalistiek. Ratheiser en Van de Stoep betogen ook in hun boek *Media en Religie* dat de journalist verhalen moeten verhelderen voor de lezers, hiervoor

⁴⁹ (Auteur Onbekend, Kennis van religie nodig in journalistiek, 2013)

⁵⁰ (Auteur Onbekend, Kennis van religie nodig in journalistiek, 2013)

moeten ze dus kennis hebben over religie om de leken hierin voor te kunnen gaan. Ratheiser en Van der Stoep geven dit aan door middel van een voorbeeld van een moslim advocaat die niet wilde opstaan voor de rechter die de rechtszaal binnenliep, terwijl dat wel de norm is in Nederland. Deze weigering kwam voort uit islamitische geloofsovertuiging die hem leerde dat alle mensen gelijk zijn en er dus geen reden was op te staan voor magistraten.

In de berichtgeving komt religie vaak genoeg naar voren. Denk hierbij aan het SGP vrouwenstandpunt, hoofddoekjes bij moslims, inenting op de Bijbelgordel of kwesties rondom de weigerambtenaar. Ratheiser en Van der Stoep benoemen het belang van kennis over religie in het boek *Media en religie*:

“In je werk als journalist zul je met religieuze thema’s en religieuze mensen geconfronteerd worden. Het is dus van belang eens wat dieper in te gaan op wat religie eigenlijk is en in welke relatie religie staat in onze cultuur. Religieuze argumenten, praktijken en rituelen roepen namelijk vaak vragen op die niet zo makkelijk te beantwoorden zijn. [...] Als journalist is het belangrijk voorbereid te zijn, zodat je je werk goed, gedegen, eerlijk naar alle partijen en ook efficiënt kunt doen.”

Ratheiser en Van der Stoep in *Media en religie*⁵¹

Religieuze zaken zijn ook verbonden met zaken zoals de politiek, het rechtssysteem, de economie, het publieke domein en de populaire cultuur. Het christendom was vroeger nog meer verweven met de cultuur, zoals dat naar voren komt in hoofdstuk één en twee. Cultuur en religie zijn niet van elkaar te scheiden in ons land. Het christendom heeft een fundamentele functie gehad tijdens het ontstaan van Nederland en deze functie heeft zij lang gehad. Pas sinds de culturele revolutie van de jaren zestig en zeventig van de vorige eeuw veranderde de positie van de kerk sterk en verschoven het christendom naar de buitenrand van de samenleving. Maar het christendom blijft verweven met onze samenleving, dat geven Ratheiser en Van der Stoep ook aan in het boek *Media en Religie*:

“Wil je dus als journalist een goed idee hebben over hoe de cultuur in elkaar zit, dan is het belangrijk ook van de daarin voorkomende religies kennis te hebben.”

Ratheiser en Van der Stoep in *Media en Religie*⁵²

De objectiviteit van journalisten staat al enige tijd onder druk. Kunnen journalisten objectief en onpartijdig zijn? Het lijkt erop dat mensen dat verwachten van de journalist. In dit optiek zouden journalisten zich zo onafhankelijk mogelijk moeten opstellen ten opzichte van religie en andere levensbeschouwelijke overtuigingen. Binnen de termen van de laïcité, mogen de mensen deelnemen aan de samenleving als ze hun religie maar thuis laten. Door de secularisatie die plaatsvond in Nederland zou dit standpunt best te verdedigen zijn. Maar aan de andere kant bestaat ons land niet zonder religieuze groeperingen of spirituele volgelingen. Zoals blijkt uit cijfers van verschillende

⁵¹ (Ratheiser & Stoep, *Media en religie*, 2013, p. 17)

⁵² (Ratheiser & Stoep, *Media en religie*, 2013, p. 17)

onderzoeken⁵³ neemt spiritualiteit toe in ons land. Zingeving en hogere machten blijven een belangrijk onderwerp in het leven van mensen, daar kun je als journalist niet om heen. Heb je dus kennis nodig van religie als je journalist bent? Ratheiser en Van der Stoep betogen in hun boek dat kennis van groot belang is in de media. Dat kan ik alleen maar beamen.

Daarbij komt ook in deze scriptie naar voren dat religie van belang is voor iedereen. We leven in een geseculariseerde samenleving, waarin het postmodernisme ook centraal staat, maar deze factoren zorgen er niet voor dat religie verdwijnt uit het leven van de mensen. We kunnen religie anno 2014 niet meer eenduidig vertalen met het christendom, hoewel dit in de geschiedenis wel het geval was, maar religie blijft van groot belang voor de samenleving. Zoals ook in hoofdstuk één naar voren komt, heeft religie een verdiepende, versterkende en stabiliserende werking. Daarbij heeft religie ook een werking dat het de tendensen in de samenleving versterkt. De huidige vorm van religie is een postmoderne variant.

Religie als sociaal kapitaal is nog steeds belangrijk voor de levens van mensen, ondanks de veranderende positie van christendom in de samenleving en een veranderende beleving van religie in het algemeen. Met name rituelen blijken van groot belang bij belangrijke gebeurtenissen, daarbij beseffen Nederlanders nog steeds dat religie een meerwaarde heeft voor de samenleving, met name tijdens ingrijpende gebeurtenissen.⁵⁴

Bernts schrijft in het onderzoek *God in Nederland (1996-2006)* dat religie nog steeds een rol inneemt in het leven van mensen:

“Daarnaast wordt religie vooral ook gewaardeerd als een moreel oriëntatiepunt bij de opvoeding en bij het behoud van waarden en normen. Ook buitenkerkelijken verwachten in dit opzicht wat van religie: de helft of meer van de niet-kerkelijke Nederland onderschrijft deze functie van religie althans in enige mate.”

Bernts in *God in Nederland (1996-2006)*⁵⁵

Kerk en gelovigheid zijn niet hetzelfde, we kunnen zelfs spreken van een terugkeer van religie. De kerkelijkheid neemt af, maar de gelovigheid niet. Door de postmoderne maatschappij ontstaat er een groei naar zingeving, met name de zoektocht ernaar. De Hart noemt het ‘zelfspiritualiteit’: de zin van het leven ligt in de ontdekking van je ware ik, authentieke zelf. Maar dat betekent niet dat er een terugkeer is naar een religieuze samenleving. Dat ligt achter ons, blijkt uit het onderzoek van *God in Nederland (1996-2006)*.

Hoewel het christendom wel degelijk een andere positie heeft in de samenleving, betekent dat niet dat hiermee religie is verdwenen uit de samenleving. Daarnaast is er ook een proces gaande van privatisering, maar dat betekent niet dat de media niets over religie moeten schrijven. Religie is een

⁵³ Onderzoeken zoals *God in Nederland (1996-2006)*, het WRR rapport *Geloven in het publieke domein*, het onderzoek van SCP *Zwevende gelovigen (oude religie en nieuwe spiritualiteit)* en het meest recente onderzoek van SCP *Geloven, binnen en buiten verband*.

⁵⁴ (Bernts, Dekker, & Hart, 2007, p. 109)

⁵⁵ (Bernts, Dekker, & Hart, 2007, p. 109)

onderdeel van ons leven en daarom moeten journalisten kennis hebben van religie.

Hoe moeten de journalisten dan omgaan met het christendom in de samenleving? Hoewel de positie een grote verandering heeft ondergaan, is het christendom nog steeds verweven met onze samenleving. Nederland kwam onder andere tot stand door het protestants christendom en de gevolgen zien we daar nog steeds van. Bijna 34 procent van de Nederlanders voelt zich nog verbonden met de christelijke kerk.

De taak van de journalist is om duiding te geven aan het nieuws en het te kunnen verdiepen. In hoofdstuk vier komt naar voren dat de veranderende journalistiek juist ruimte moet geven om verdieping te geven aan nieuwsfeiten. Religie blijft een rol spelen in onze samenleving, daar kun je direct uit concluderen dat kennis over religie een must is als je een verdieping wil geven aan verhalen en nieuwsfeiten die plaatsvinden in Nederland.

5.3 Journalistieke principes voor berichtgeving over religie

Journalisten hebben kennis over religie nodig, met name om een frame over het christendom tegen te gaan en een realistisch beeld te geven in artikelen. Framing kan resulteren in een overmatig identiteitsdenken. Uit hoofdstuk één blijkt dat eenzijdig identiteitsdenken vaak spiegelt met de samenleving waardoor krantenartikelen naadloos aansluiten bij het beeld over christenen in de samenleving. Dit eendimensionaal denken moeten journalisten verbreken, vinden een aantal religiejournalisten, onder andere Ina Brouwer, Pauline Kuijper, Tjerk de Reus, Anne Havik, Frank Bosman, Karin Leeuwenhoek en Rinus van Warven. Zij hebben aan het begin van dit nieuwe decennium een aantal principes op een rijtje gezet hoe religiejournalisten om moeten gaan met religieuze kwesties:

“We zullen moeten accepteren dat er achter eenvoudige ‘identiteitsetiketten’ complexe persoonlijkheden schuilgaan, en dat er achter geloofsovertuigingen ook complexe motivaties schuilgaan. We willen meer oog ontwikkelen voor die complexiteit.[...] Het is dan ook een opgave waarbij complexiteit moet worden geaccepteerd, in plaats van zaken klein en behapbaar te maken moeten we die complexiteit tonen.”

De religiejournalisten op nieuwwij.nl⁵⁶

Met de volgende principes proberen deze religiejournalisten de integriteit te herijken binnen de religiejournalistiek. Een aantal factoren die van cruciaal belang is voor journalisten:

0 Het principe van respect voor sterke overtuigingen

In onze samenleving staan woorden als pluralisme en waarheidsrelativisme centraal en daar past eenheidsdenken niet bij. Geloofsovertuigingen koesteren vaak bindende waardepatronen en sterke waarheidsclaims. Journalisten moeten het inzicht vergaren dat sterke overtuigingen bestaansrecht hebben.

Daarbij stippen deze religiejournalisten aan dat het van belang is om te onderscheiden dat sterke

⁵⁶ (Auteur Onbekend, Vijf vernieuwde principes voor religiejournalistiek, 2010)

waarheidsclaims niet per se in het verlengde liggen van vrijheidsbeperking van medeburgers in een gedeelde samenleving.

0 Het principe van waarachtigheid

De journalist wil de waarheid vinden, maar dat botst met het feit dat religie claimt de waarheid in pacht te hebben. De religiejournalist kan dus beter besluiten om de ‘waarheid’ in het midden te laten en een tweede opdracht te aanvaarden: ‘waarachtigheidsvinding’.

“Bij waarachtigheidsvinding verleggen we de focus van ideeën en overtuigingen, naar de praktische uitwerking van denkbeelden. Het wegen van geloofsovertuigingen staat dan niet langer centraal. De praktijk waarin overtuigingen al of niet worden waargemaakt, verdient aandacht.”

De religiejournalisten op nieuwswij.nl⁵⁷

0 Het principe van balans

Als je het bijvoorbeeld hebt over de kwestie rondom de vaccinaties op de Bijbelgordel, dan kunnen journalisten heb bestempelen extremistische gelovigen. Het zijn vaak de ‘buitensporige’ groeperingen van een religie die vaak in het nieuws komen. Maar de media doen religie tekort als ze niet de volle breedte en diepte er van tonen.

“We staan hier voor de journalistiek opdracht om meerdere en zeer diverse vormen van bestaan te verhelderen. Deze bestaansverheldering is er bij gebaat dat we ons verzetten tegen vormen van reductionisme. Een journalist die het belang van religie onderkent, heeft oog voor het detail en het eigene van een religie zonder deze religie tot één aspect te reduceren.”

De religiejournalisten op nieuwswij.nl⁵⁸

De opdracht van de journalist is om op zoek te gaan naar ‘het goede’ en ‘het schone’, in plaats van alleen ‘het ware’.

0 Het principe van voldoende kennis

Gebrekkige kennis over de geschiedenis, de ideeën en de praktijken van religieuze bewegingen kan schadelijk zijn. Niet alleen voor de journalistiek, maar ook voor de religies in kwestie. De religiejournalisten beweren dat religie allang niet meer een losstaande ‘dimensie’ is buiten of aan de rand van de samenleving met een beperkt bereik. Zij zien religie als een integraal onderdeel van de samenleving dat nog steeds relevantie heeft. Het christendom verschoof wel degelijk naar de kant van de samenleving, maar religie als geheel niet. Zonder gedegen onderzoek naar bepaalde religies kan de berichtgeving over religieuze zaken leiden tot een bevestiging van de vooroordelen die er al bestaan. De gemakzucht, die ontstond door de veranderingen binnen de journalistiek door de komst van internet, mag niet de leidraad zijn voor de journalist.

0 Het principe van lichtvoetigheid en moed

⁵⁷ (Auteur Onbekend, Vijf vernieuwde principes voor religiejournalistiek, 2010)

⁵⁸ (Auteur Onbekend, Vijf vernieuwde principes voor religiejournalistiek, 2010)

Seculiere lezers kunnen vaak religieuze taal moeilijk volgen. De taak voor de journalist is dan ook om in duidelijk, heldere en lichtvoetige taal het nieuws te duiden.

“Begrijpelijke berichtgeving die in staat is om te binden, beperkt zich dan ook niet tot ofwel het seculiere, ofwel het religieuze volksdeel. Daar waar deze beide elkaar tegenkomen is het van groot belang om lichtvoetigheid en soms ook humor in te brengen, als tegenwicht voor de ernstige, vaak zwaarmoedige en onheilspellende toon waarmee de clash tussen ‘geloof en ongelof’ wordt belicht.”

De religiejournalisten op nieuwwij.nl⁵⁹

De journalist moet een moedige opstelling aannemen, vinden de religiejournalisten, want sommige journalisten worden weerhouden uit angst voor represailles. Dit is alleen een ernstige bedreiging van de vrijheid van de journalist om de dynamiek van religieuze en seculiere confrontaties grondig te belichten.

5.4 Conclusie

Kennis over religie is noodzakelijk in het postseculiere en postmoderne Nederland. Religie mag dan wel niet meer in het centrum van de samenleving staan, het is nog wel een integraal onderdeel van de samenleving. Te weinig kennis en respect kan leiden tot een verkeerd beeld in de media, of zelfs een frame dat een stereotiep beeld van de christenen bevestigt. Een aantal religiejournalisten pleit daarom ook voor een aantal basisprincipes voor elke journalist. De taak van de journalist is om de werkelijkheid weer te geven en problematiek te duiden, daarom is het een must om deze basisprincipes te begrijpen en na te volgen.

Hoewel Nederland geseculariseerd is betekent dat nog niet dat de journalisten geen kennis hoeven te hebben over het christendom. Één derde van de samenleving noemt zich christen en daarom is het belangrijk dat journalisten objectieve en waarheidsgetrouwe artikelen schrijven over christenen. Daarbij leven we ook in een pluriforme samenleving waarin spiritualiteit weer mag. Journalisten moeten weten hoe ze moeten omgaan met religie. Om objectieve artikelen te schrijven is het noodzakelijk dat journalisten kennis hebben van religie en christendom. Daarbij moeten journalisten ook respect hebben: respect voor de godsdiensten in het algemeen en voor de aanhangers daarvan in het bijzonder.

⁵⁹ (Auteur Onbekend, Vijf vernieuwde principes voor religiejournalistiek, 2010)

Hoofdstuk 6 – Praktijkonderzoek

6.1 Verantwoording

De hoofdvraag van mijn onderzoek is hoe de berichtgeving over het (protestants) christendom in de afgelopen twintig jaar is veranderd in de krant. Daarom wil ik in dit hoofdstuk onderzoeken wat in de praktijk de veranderingen zijn in de landelijke kranten met betrekking tot de berichtgeving over het (protestants) christendom. Door een analyse te geven van de krantenberichten over het christendom kan ik een goed beeld schetsen van de veranderingen en deze toetsen aan mijn literatuuronderzoek. Met behulp van de criteria die voortkomen uit mijn literatuuronderzoek kan ik de conclusies van mijn literatuuronderzoek toetsen aan de praktijk.

De landelijke dagbladen staan midden in de samenleving, de veranderingen in de maatschappij zijn hierin duidelijk terug te zien. Hoe schrijven deze kranten anno 2013 over christenen en is dat veranderd ten opzichte van twintig jaar geleden? Mijn praktijkonderzoek beslaat een analyse van twee landelijke dagbladen: Trouw en het Algemeen Dagblad. Ik heb gekozen voor twee kranten omdat een analyse van een groot aantal kranten niet haalbaar is in de tijd die ik heb te besteden aan mijn scriptie. Een krant uitpluizen en honderden pagina's aan artikelen doorlezen vergt veel tijd. Waarom heb ik gekozen voor deze twee landelijke dagbladen?

1. Trouw – Algemeen landelijk dagblad

Ik koos Trouw omdat deze krant, met name de afgelopen jaren, het belangrijk vindt om religie te bespreken. Het is een dagblad dat zich algemeen wil profileren, maar eigenlijk een christelijk (religieus) randje heeft. Is de krant geseculariseerd en postmoderner geworden en meegegaan met de trend van de samenleving? Gaat de krant ook mee met de veranderingen in de journalistiek?

2. Algemeen Dagblad – Algemeen landelijk dagblad

Mijn tweede keuze viel op het Algemeen Dagblad. Jarenlang heb ik deze krant aan de keukentafel gelezen. Zelf merkte ik in de afgelopen jaren dat ik minder enthousiast werd van de krant. De kwaliteit van de artikelen ging stapsgewijs achteruit en de artikelen werden steeds minder interessant om te lezen. In mijn optiek begon de krant steeds meer op Telegraaf te lijken: gericht op sensatie en emotie. Is dit werkelijk het geval en is dat ook zichtbaar in de berichtgeving over het christendom? Hoeveel ruimte heeft het Algemeen Dagblad daarvoor in de krant? Zo ja, hoe schrijft de krant dan over het christendom?

Elke krant geeft genoeg stof tot nadenken en onderzoeken. Door vast te stellen wat de veranderingen in de deze kranten zijn, geeft dat een beeld over de veranderingen in de samenleving en in de journalistiek zoals deze al beschreven staan in hoofdstuk één tot en met vijf van mijn scriptie.

Hoe kun je een helder beeld krijgen van de veranderingen? Door een deskresearch te doen en krantenartikelen te lezen. Alleen op deze manier kun je aantonen met cijfers wat de veranderingen zijn. Met de criteria die ik heb opgesteld vanuit mijn literatuuronderzoek kan ik uiteindelijk

concluderen wat de veranderingen zijn door cijfers met elkaar te vergelijken.

Welke krantenberichten ga ik dan lezen? Ik moest een onderwerp onderzoeken dat regelmatig in het nieuws komt, zodat ik de berichten kan vergelijken. Zo blijkt dat in 1993 een heftige discussie ontstond over het vrouwenstandpunt van de SGP. 'Toevallig' was er in 2013 ook een hele hype rondom de SGP-vrouw Lilian Janse. Alle twee de onderwerpen gaan over de SGP (protestants christendom, in de wat zwaardere hoek) en deze krantenberichten kan ik dus goed met elkaar vergelijken. Hoe gaan de dagbladen om met berichtgeving over christenen? Hoe wordt er geschreven over de SGP? Hoeveel aandacht hebben de media daaraan besteed?

Voor mijn verdere onderzoek laat ik andere politiek gerelateerde berichten buiten beschouwing. Dit zou mijn praktijkonderzoek onoverzichtelijk maken. Er verschijnen elke week wel berichten in de krant over de politiek. Daarbij kan ik dan ook niet met zekerheid zeggen of een artikel gaat over christenen of over de politieke partij zelf. Al met al zijn politieke berichten in de kranten moeilijk te vergelijken.

Naast de berichtgeving over de vrouwen in de SGP wil ik me natuurlijk richten op de algemene berichten rondom het (protestants) christendom. Hiervoor heb ik een aantal zoekwoorden opgesteld die mij bij de artikelen kunnen brengen over christenen van 1993 en 2013. De volgende zoekwoorden heb ik gebruikt:

- Christen
- Christendom

Daarnaast zijn er al jarenlang christelijke evenementen waar dagbladen vaak over berichten. Daarom kan ik de artikelen over evenementen meenemen in mijn onderzoek, omdat ik deze artikelen kan vergelijken met twintig jaar geleden. Denk bij christelijke evenementen aan: de Pinksterconferentie Opwekking, EO-Jongerendag en het Flevo Festival.

6.2 Opzet van het praktijkonderzoek

Om een goede vergelijking te kunnen maken tussen de berichtgeving van twintig jaar geleden en nu moet ik de berichten op een systematische wijze langs gaan. Daarbij wil ik stilstaan bij de inhoud van het krantenbericht, want hoe wordt er geschreven over christenen?

Zoals in paragraaf één beschreven staat heb ik de krantenartikelen gecategoriseerd op een aantal woorden:

Categorie 1	SGP-vrouw
Categorie 2	Christelijke evenementen
Categorie 3	Christen
Categorie 4	Christendom

Om er achter te komen hoe de berichtgeving verandert neem ik mijn literatuuronderzoek als leidraad. Per onderwerp stel ik een aantal criteria, zodat er een helder beeld ontstaat van de veranderingen.

	Welke vraag wil ik beantwoorden?	Wat betekent dat?
1. Frames	Welke frame?	☐ Differentiatieframe ☐ Marginalisatieframe ☐ Balansframe
	Welk beeld is er van christenen ontstaan door de artikelen?	☐ 1993 ☐ 2013 Is er sprake van deze frames: - Achterhaald - Nuttig - Onderdrukkend - Fundamentalistisch - Privézaak
2. Veranderende cultuur	Hoe veel krantenberichten over christenen?	Vermindering = meer seculier geworden
	Is er gematigder over het christendom geschreven? (Toleranter, alsof christendom één van de religies is)	Gematigder = postmoderner
	Hoe is het beeld over christenen veranderd?	Wat zegt dat over de veranderingen in de samenleving?
	Is er meer focus op emotie/beleving/gevoel/visueller in de artikelen in 2013?	Meer emotie = postmoderner = ook een verandering in de journalistiek
3. Veranderende journalistiek	Is er meer ruimte gekomen voor personen?	Meer gepersonificeerd = ook postmoderner
	Is er sprake van veranderingen in objectiviteit?	Minder objectief = trend van de huidige journalistiek
4. Kennis over religie	Is er sprake van voldoende kennis in de berichtgeving?	☐ 1993 ☐ 2013 > Is dat veranderd?
	Is er sprake van respect in de berichtgeving?	☐ 1993 ☐ 2013 > Is dat veranderd?
	Is er sprake van balans in de berichtgeving?	☐ 1993 ☐ 2013 > Is dat veranderd?

Om subjectiviteit tegen te gaan is het van belang om de bovenstaande begrippen uit te leggen. Een definitie moet ervoor zorgen dat er een eenduidig beeld ontstaat over de berichtgeving:

1. Frames

Zoals ik hoofdstuk één beschrijf, is een frame een soort lens die bepaalde aspecten van de werkelijkheid een scherpere focus geeft. Je creëert hiermee een bepaald kader over een onderwerp en dit kader gebruikt de media herhaaldelijk. De verschillende frames leg ik in paragraaf 1.3 uitgebreid uit, maar hier volgen beschrijvingen van de frames zoals ik ze hanteer in het onderzoek:

0 Marginalisatieframe: Journalisten beschrijven een bepaalde groepering vanuit één kant, vaak de extremistische gevallen. Ze bekijken christendom hier vanuit één oogpunt en geven vaak een stereotiep beeld over christenen, terwijl er vaak ook een andere kant bestaat. Dit frame gaat vaak gepaard met te weinig kennis over de godsdienst.

0 Differentiatieframe: Deling tussen twee soorten groeperingen. Journalisten maken hier een scheiding tussen christenen in het algemeen en bevindelijke christenen. Ze benoemen een mildere vorm van het christendom benoemd in het artikel.

0 Balansframe: Journalisten laten alle betrokken partijen aan het woord of komen aan bod. Ze geven een genuanceerd beeld af van het christendom of christenen krijgen de ruimte om te vertellen waar het christendom voor staat. De journalist schetst geen stereotiep beeld over christenen.

Naast deze frames schrijf ik voor elk artikel een beeld over christenen op dat in het artikel naar voren komt. Ik maak gebruik van de frames die ik in paragraaf 1.4 benoem.

0 Religie is achterhaald: Het christendom is een verschijnsel dat gaat verdwijnen en loopt achter op de moderne samenleving.

0 Religie is nuttig: Het zet mensen in beweging om iets goeds te doen

0 Religie is onderdrukkend: Christenen worden onderdrukt door God en de Bijbel, bepalen niet zelf hun leven.

0 Religie is fundamentalistisch: Extremistische groeperingen binnen het christendom.

0 Religie is een privézaak: Het christendom mag niet aanwezig zijn in het publieke domein.

Als bovenstaande frames niet toereikend zijn schrijf ik op hoe de journalist schrijft over het christendom. Gaat het artikel over evangeliseren, dat is het beeld over christenen: christenen evangeliseren. Helaas was het niet mogelijk om bij elk artikel een beeld op te schrijven, vaak vanwege het feitelijke karakter van het artikel.

2. Veranderende cultuur

Om de veranderingen in de cultuur zichtbaar te maken in het artikel stel ik daar een aantal criteria voor vast. Twee criteria vergen wat uitleg om de analyse objectief te houden.

0 Tolerantie

De Dikke van Dale legt het begrip ‘tolerantie’ als volgt uit:

to·le·ran·tie (de; v)

1 *verdraagzaamheid tegenover andersdenkenden*

Woorden.org geeft een specifiekere omschrijving:

1 *bereidheid om andere mensen afwijkend te laten denken en handelen.*

Met deze laatste uitleg behandel ik de artikelen. Geeft de krant een mening over christenen of laten ze de christenen ‘afwijkend’ zijn, zoals ze zijn?

0 Emotie/beleving/gevoel/visueel

Deze criteria valt makkelijk te ontdekken in de artikelen. In sfeerverslagen gebeurt dit vaak, maar is dit ook steeds meer te ontdekken in de algemene krantenberichten. Dit voorbeeld illustreert welke woorden kranten gebruiken als er meer emotie en beleving aan een artikel te pas komt. Een artikel van het Algemeen Dagblad over SGP vrouw Lilian Janse: *Ik denk dat ik de eerste vrouw in langere rij ben* (bijlage 3). De eerste alinea geeft een goed beeld:

Lilian Janse kijkt eerder beduusd dan opgelucht of trots. Zij is net met 23 stemmen voor en 14 tegen als eerste vrouw ooit gekozen op een verkiesbare plaats voor de SGP en moet duidelijk even bijkomen van alle emoties.

Deze bewoordingen schetsten een beeld over Lilian Janse waardoor dit stuk meer gaat leven voor de lezers en dit raakt het gevoelsvlak van de lezers.

3. Veranderende journalistiek

In hoofdstuk vier beschreef ik de veranderingen in de journalistiek. Het is niet mogelijk om alle zaken te onderzoeken, daarom licht ik twee criteria uit. Deze twee criteria geven goed weer welke veranderen er plaatsvinden in de journalistiek en zijn goed te ontdekken in de artikelen. Deze criteria laten ook zien hoe de berichtgeving verandert over het christendom. Door de opkomst van postmodernisme en de komst van internet richt de journalistiek zich meer op personen. Als journalisten mensen koppelen aan een verhaal noemen we dat personificatie. Daarnaast staat de objectiviteit van de journalist onder vuur.

0 Personificatie

Media leggen steeds vaker problemen uit aan de hand van de ervaring van één persoon. Dus is er in het artikel sprake van een persoon die uitlegt wat de situatie is? Dan is er sprake van personificatie.

0 Objectiviteit

Objectiviteit meet ik aan de hand van twee criteria:

1. Is het een feitelijke weergave?
2. Zo nee, is er dan wel sprake van een

evenwichtig beeld door alle kanten van de kwestie te benoemen?

4. Kennis over religie

Zoals in hoofdstuk vijf naar voren komt: journalisten missen kennis over religie. Zien we dat ook terug in de berichtgeving over christenen? Een aantal religie journalisten stelde een aantal criteria op waarvan ik er drie gebruik voor mijn analyse. De andere twee criteria die ik in hoofdstuk vijf benoem hebben te maken met de houding van de journalist wat niet af te lezen is in een artikel.

0 Kennis over religie: Komt er in het artikel naar voren dat de journalist verstand heeft van de religie en legt de journalist dat ook uit?

0 Respect voor religie: Heeft de journalist respect voor de religie waar hij over schrijft, zet hij de mensen zo neer zoals ze zijn? Ter verduidelijking van het begrip respect de uitleg van de Dikke van Dale:

res·pect (het; o)
1 eerbied, ontzag

Woorden.org geeft een duidelijkere omschrijving:

1 gevoel of uiting waarmee je laat merken dat je iemand aanvaardt als een waardig en waardevol mens

Blijkt uit het artikel dat de christenen mogen denken en vinden, wat ze vinden, of veroordelen ze de christenen? Dat is te meten door het beeld dat journalisten schetsen, maar ook door het woordgebruik van de desbetreffende schrijver.

0 Balans in berichtgeving: Zorgt de journalist ervoor voor dat er niet tot één aspect wordt gereduceerd. Worden alle kanten belicht? Niet alleen de kant van de maatschappij of krant, maar ook de kant van christenen?

6.3 Christenen in de media

De krantenartikelen, te vinden in bijlage 3, onderwerp ik aan de bovenstaande criteria. Alle bevindingen en uitkomsten van de verschillende criteria zijn te vinden in bijlage twee. De belangrijkste ontwikkelingen en veranderingen in de berichtgeving van kranten over het christendom bespreek ik hieronder. Eerst kijk ik wat er opvalt bij de twee dagbladen afzonderlijk, om vervolgens te kijken welke veranderingen er plaatsvinden met betrekking tot de veranderingen in de samenleving en de journalistiek. Als laatste kijk ik naar de resultaten met betrekking tot kennis van religie, respect voor religie en balans in de berichten over religie. Maar eerst de vraag: welke veranderingen vinden er plaats in de twee landelijke dagbladen?

6.3.1 Veranderingen in de kranten

Trouw	SGP-vrouwen		Evenementen		Christen		Christendom		Totaal	
	1993	2013	1993	2013	1993	2013	1993	2013	1993	2013
Artikelen	28	10	0	5	10	35	61	28	99	79
Woorden	22.876	4451	0	4988	11881	38025	43.565	29.232	78.322	76.696
Gem. woorden	817	445	0	997	1188	1068	714	1044	791	970

Tabel 6.1 Het aantal artikelen die verschenen zijn in Trouw in de vier categorieën.

Trouw

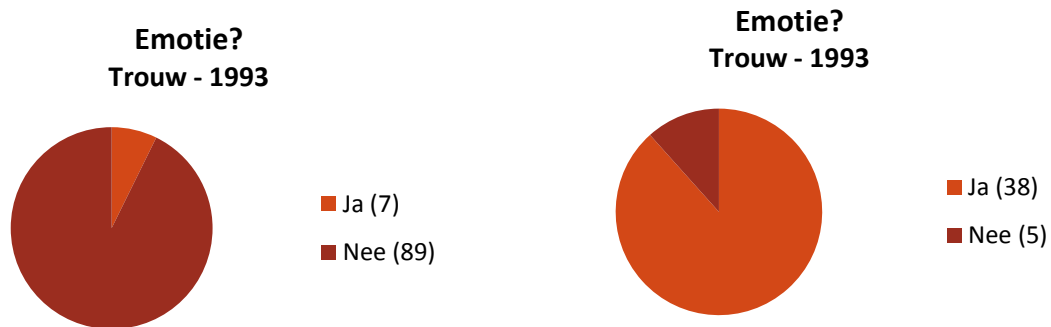
Hoewel Nederland een geseculariseerde samenleving is, merk je daar in de berichtgeving in Trouw weinig van. De hoeveelheid artikelen over het christendom nam op kleine schaal af als je dat vergelijkt met twintig jaar geleden. Met de komst van het katern religie en filosofie richt de krant zich meer op beschouwende artikelen over het christendom, soms opgehangen aan een actuele gebeurtenis. De artikelen die zijn geschreven bevatten, door de toename van beschouwende artikelen, meer woorden. In 1993 werden er nog gemiddeld 791 woorden gewijd aan een artikel over christenen, in 2013 is dat maar liefst 970.

Wat opvalt in de berichtgeving over de Staatkundig Gereformeerde Partij (SGP) is dat er meer balans en objectiviteit in de artikelen te vinden is in het jaar 2013. Twintig jaar eerder nam Trouw een sterke positie in tegenover de SGP. In de artikelen kwam herhaaldelijk naar voren dat het christendom achterhaald is, daarmee bedoelt de krant dat het christendom achterloopt en een verdwijnend fenomeen is in de samenleving. In 1993 was ook meer dan de helft niet objectief te noemen. Anno 2013 schrijft Trouw op een andere manier over de gereformeerde partij, meer open en minder veroordelend. Maar de gereformeerden hebben nog wel wat te verduren in de kranten. Over deze groep bestaat er wel een stereotiep beeld, maar de christenen in het algemeen zijn er 'beter' op geworden in de media.

In de berichtgeving over de SGP merken we op dat er inhoudelijk veel veranderde in de afgelopen twintig jaar. De krantenartikelen in 1993 waren geen hapklare brokken en er was ook weinig ruimte voor uitleg van de situatie en de argumenten van de SGP. Lezers moesten verstand van zaken hebben om erachter te komen hoe de vork in de steel steekt. In 2013 zijn de artikelen meer behapbaar en makkelijker te lezen voor het publiek.

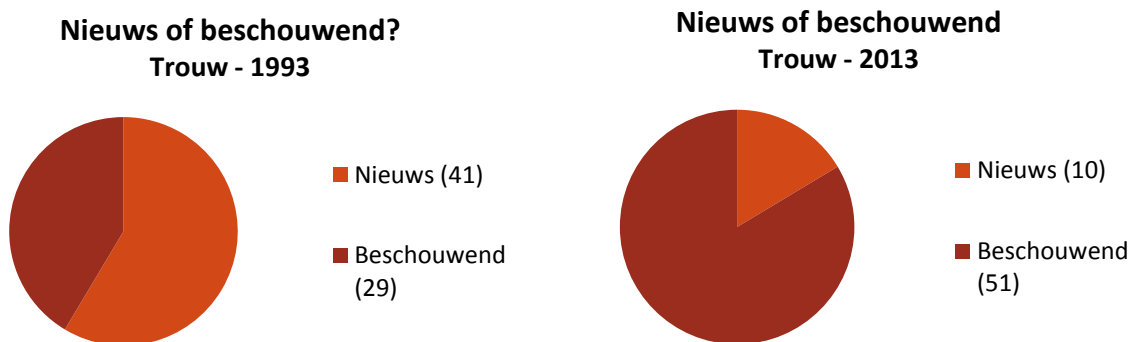
De veranderingen in de inhoud van artikelen over de SGP hangen ook samen met de personificatie van de artikelen in de krant. Er kwam in 2013 meer ruimte in de krant voor christenen om uit te leggen waar ze in geloven. In de onderzoeksresultaten komt naar voren dat in 2013 maar liefst 81 procent van de artikelen verbonden is aan personen, terwijl dat twintig jaar geleden nog maar 56 procent was. Dit heeft een positieve uitwerking op het nieuws, met name voor het beeld dat de krant over christenen schetst. Dat zie je bijvoorbeeld bij het artikel *Dansen voor de Heer*. Dit artikel telt 2000 woorden waarin veel christenen aan het woord worden gelaten over de veranderingen binnen het christendom. Er is ruimte en respect voor christenen.

Een andere sterke verandering bij Trouw is het emotieniveau van de artikelen. Er is in 2013 meer ruimte voor emotie en gevoel, wat met name naar voren komt in het woordgebruik.



Figuur 6.2 Is er sprake van emotie in de artikelen in Trouw? (1993 en 2013)

Zoals eerder al benoemd is er bij Trouw ook een verschil te merken in de soorten krantenberichten. In de twee grote categorieën 'christen' en 'christendom' zien we een verschuiving van nieuwsartikelen naar beschouwende artikelen.



Figuur 6.3 Nieuws of beschouwende artikelen in Trouw? (1993 en 2013)

Er vindt een omslag plaats. Het aantal artikelen over christenen dat alleen nieuws bevat, kun je nagenoeg niet meer vinden in dit landelijke dagblad. De laatste jaren werken kranten steeds meer met katernen. Trouw besloot een aantal jaar geleden om een katern *religie en filosofie* toe te voegen. Door deze keuze plaatsen kranten alle artikelen die journalisten schrijven over het christendom. De nieuwtjes over het geloof komen niet meer aanbod in het algemene deel van de krant. Hierin zie je dus dat het christendom naar de zijkant van de krant verschuift, dezelfde trend zie je terug in de samenleving, zoals naar voren is gekomen in hoofdstuk twee.

Daarbij neemt Trouw meer ruimte voor spiritualiteit. De pluriforme samenleving waar wij in leven, wat ik al eerder heb aangehaald in hoofdstuk drie, creëert een sfeer waarin vrijheid centraal staat. Spiritualiteit is aanwezig in de samenleving en dat merk je in Trouw. In de katern *religie en filosofie* is er namelijk een rubriek 'de tempeltest' waarin een journalist de pinksterconferentie Opwekking bespreekt. Hierin zie je dat de krant zo breed mogelijk wil kijken en bezoeken brengt aan zoveel mogelijk verschillende diensten.

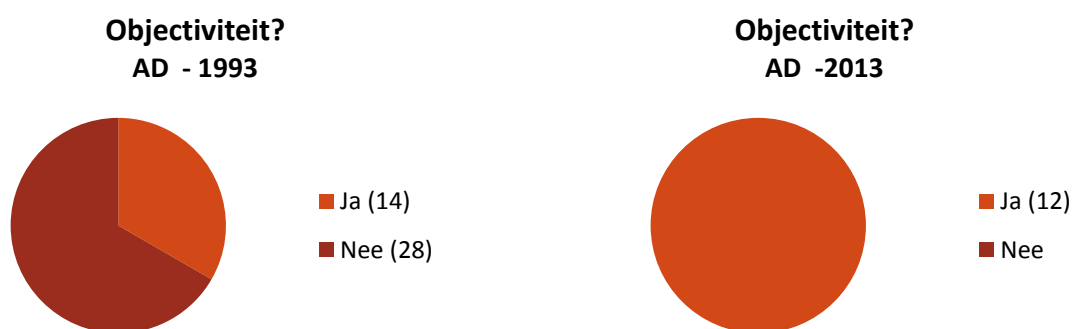
AD	SGP-vrouwen		Evenementen		Christen		Christendom		Totaal	
	1993	2013	1993	2013	1993	2013	1993	2013	1993	2013
Artikelen	21	4	1	4	12	4	36	4	70	16
Woorden	9319	1652	50	684	7199	1060	20.023	2133	36.951	5529
Gem. woorden	443	413	50	171	600	265	556	530	522	345

Tabel 6.4 Het aantal artikelen dat verscheen in het Algemeen Dagblad in de vier categorieën.

Het Algemeen Dagblad

Bij het Algemeen Dagblad neemt het aantal artikelen af die de krant wijdt aan het christendom. Een afnemend percentage van 77 procent en zelfs het gemiddeld aantal woorden per artikel slinkt. In 1993 waren dat nog 522 woorden per artikelen, in 2013 nog maar 345 woorden. Het is opvallend dat in 1993 het AD geloofsbrieven plaatste, geschreven door Rex Brico. Daar is anno 2013 niets meer van over. Is er sprake van secularisering⁶⁰ bij de landelijke dagbladen? Ja, bij het Algemeen Dagblad wel.

Hoewel er bij Trouw sprake was van een verschuiving van nieuwsberichten naar beschouwende artikelen, zien we bij het Algemeen Dagblad een hele andere trend. De artikelen die nu verschijnen over het christendom zijn nagenoeg alle nieuwsartikelen. In 1993 schreef de krant nog 48 artikelen in de categorie 'christen' en 'christendom', in 2013 nog maar acht. Deze acht artikelen bevatten veel nieuwtjes die te maken hebben media, een categorie waar het Algemeen Dagblad de laatste jaren meer focus op legt. Of de krant bericht over een breed uitgemeten probleem in de media dat betrekking heeft op de godsdienst. Denk hierbij aan kwesties zoals de vaccinaties op de Bijbelgordel of het vrouwen standpunt van de SGP.



Figuur 6.5 Is er sprake van objectiviteit in de krantenartikelen van het Algemeen Dagblad? (1993 en 2013)

Net zoals bij Trouw zien we bij het AD ook een toename van personificatie in de artikelen van de krant. Hoewel het nieuwsartikelen zijn, laten de journalisten vaak mensen aan het woord in het artikel. Dit waarborgt de objectiviteit en tolerantie ten opzichte van het christendom. We zien een lichte verhoging (vijf procent) in de tolerantie en een groot toename percentage in de objectiviteit. Van 33 procent in 1993 naar honderd procent in 2013.

⁶⁰ Met secularisering bedoel ik de afname het belang en positie van het christendom in de samenleving.

Door de personificatie en de toename van objectieve artikelen zien we ook een lichte in de kennis over religie in het artikel. Door christenen aan het woord te laten over bepaalde nieuwsonderwerpen, genereer je daar als krant een informatiebron mee. Deze bron heeft kennis over religie en nog belangrijker: kennis over het onderwerp, waardoor er ook meer balans en respect ontstaat.

6.3.2 Veranderingen in de samenleving

De hoeveelheid aan berichten die kranten wijden aan het christendom, kan zeggen in welke mate een krant is geseculariseerd. Bij Trouw zien we een lichte afname van twintig procent. Deze afname blijft gering omdat Trouw ervoor kiest een katern te wijden aan religie en filosofie, waar de krant het gehele scala aan spiritualiteit bespreekt. De secularisatie wordt zichtbaar bij het Algemeen Dagblad. In 1993 verschenen er nog zeventig krantenberichten in de vier uitgekozen categorieën, anno 2013 waren dat nog maar zestien artikelen. Dat is een afname van 67 procent. De krant gaat mee in de veranderingen in de cultuur en ze achten deze religie niet meer van zo'n groot belang om er berichten over te schrijven.

De verandering van Trouw van actualiteit naar beschouwing kunnen we ook zien als een proces van secularisering. De krant neemt echter wel de ruimte voor spiritualiteit, en dus ook het christendom, dit komt door de postmodernisering van de samenleving. In het algemene gedeelte van de krant krijgen nieuwsartikelen over het christendom nagenoeg geen ruimte.

Een grote verandering in berichtgeving zien we bij de vrouwenkwestie van de SGP. In 1993 werd de Staatskundig Gereformeerde Partij (SGP) voor het blok gezet, want men vond dat ze vrouwen discrimineerden. Het Algemeen Dagblad berichtte in 1993 daar uitgebreid over in de krant. De krant wijdde 21 artikelen daar aan, in 2013 besteedde de krant maar vier artikelen aan de eerste SGP-vrouw Lilian Janse.

Ook op het gebied van emotie en gevoel veranderde de samenleving sterk. Sinds de komst van de televisie en internet leven wij in een beeldcultuur en dat zorgt ervoor dat wij ons meer richten op ons gevoel en emotie. Dat zie je ook terug in de berichtgeving. Bij het dagblad Trouw was in 1993 bijna geen enkel artikel gevuld met emotie. De bewoordingen, beschrijvingen en beschouwende argumenten presenteert de krant voornamelijk op een behoudende en feitelijke manier aan de lezer. Dit veranderde in 2013, de krant vult de helft van de artikelen op met woorden van gevoel en de andere helft blijft beschouwend en feitelijk. Bij het Algemeen Dagblad is dit in iets mindere mate aanwezig, dit komt omdat de krant in 1993 al vaak woorden gebruikte die het gevoel van de lezers prikkelen.

De komst van visuele woorden die het gevoel van de lezers aanspreken houdt het stereotiep beeld over christenen in stand of versterkt het zelfs. Deze visuele woorden geven een beeld van christenen aan de lezers die voornamelijk woorden bevatten die een oordeel geven over het christendom. In het jaar 2013 komen de visuele woorden sterker naar voren dan twintig jaar geleden. Maar het lijkt niet alsof de journalisten het willen gebruiken om een stempel te drukken, maar om een sfeerbeeld te schetsen, een techniek om een verhaal sfeer te geven en ervoor te zorgen dat lezers de situatie voor zich zien. Maar dit beeld geeft alleen maar een kleine weergave van de werkelijkheid. Een goed

voorbeeld hiervoor is het artikel van Trouw over de Pinksterconferentie Opwekking, waarin de journalist schrijft: *“Jezusfilms, Jezus-cd's, Jezussleutelhangers, Jezusmokken - je kunt het zo gek niet bedenken of het is er.”*

6.3.3 Veranderingen in de journalistiek

Een algemeen veel gestelde vraag in de journalistiek is de vraag of journalisten objectief kunnen zijn. In dit praktijkonderzoek ontstaat er geen duidelijk beeld of de journalistiek werkelijk objectief is. Daar kan ik door middel van dit onderzoek ook geen antwoord opgeven. De definitie van objectiviteit die ik in paragraaf 6.2 bespreek hanteer ik in mijn onderzoeksresultaten.

In de artikelen van Trouw zien we een lichte stijging (tien procent) in de objectiviteit. Bij het Algemeen Dagblad is dat zelfs sprake van een toename van maar liefst 67 procent. De artikelen die in het Algemeen Dagblad verschijnen met betrekking tot het christendom zijn objectief, deze nieuwsartikelen zijn feitelijke weergaven van de werkelijkheid.

Met name de personificatie van artikelen zegt iets over de veranderingen in de journalistiek. Bij het lezen van de artikelen valt op dat de krantenartikelen in 1993 vaak moeilijke taal bevatten en moeilijker te lezen zijn. Het percentage gepersonifieerde artikelen van het AD in 1993 bedroeg 44 procent, terwijl dat in 2013 bij 65 procent van de artikelen het geval is. De personificatie zien we terug in de manier waarop de journalisten de artikelen schrijven. De artikelen bevatten hapklare informatie en de journalisten gebruiken makkelijke woorden. De journalisten maken meer gebruik van persoonlijke verhalen waardoor het emotionele verhaal de lezers makkelijker raken. De artikelen worden leesbaarder en de journalisten geven de ruimte aan christenen om de behandelde problematiek uit te leggen. De toename van personificatie zien we terug bij Trouw. Twintig jaar geleden stond 56 procent van de artikelen in teken van personificatie, anno 2013 maar liefst 81 procent. Door personificatie gaat de leesbaarheid omhoog, maar daardoor komt er ook meer ruimte voor, in dit geval, de christenen. Hierdoor ontstaat er een beter en toleranter beeld over christenen, maar daarmee schuift direct het probleem van te weinig kennis aan de kant.

6.3.4 Kennis van religie

De personifiëring van de artikelen zorgt er dus voor dat in de artikelen meer kennis bevatten over het christendom. Kennis over religie is dus niet meer een *must* voor de journalisten. Doordat journalisten bijvoorbeeld christenen interviewen zorgt de geïnterviewde ervoor dat het beeld dat ontstaat over christenen klopt met de werkelijkheid. Dus door de personificatie wordt het beeld dat ontstaat over christenen beter, althans realistischer. Uit het praktijkonderzoek blijkt dat anno 2013 christenen meer de mogelijkheid krijgen om hun stem te laten horen in de krant en hierdoor ontstaat er een evenwichtig beeld over christenen en wat het inhoudt.

Daarnaast kunnen we bij Trouw spreken van een lichte daling (10 procent) met betrekking tot de kennis van religie, respect voor religie en balans van de artikelen. Terwijl bij het Algemeen Dagblad elk aspect een toename plaatsvindt. De veranderingen in de soorten artikelen bij het AD kan dit verklaren. In 1993 stond het AD nog vol beschouwende artikelen over het christendom, twintig jaar later staan er nagenoeg alleen feitelijke artikelen in de krant. De stijging in objectiviteit in de krant verklaart dit ook. Bij feitelijke artikelen is kennis niet nodig of het persbureau levert deze kennis aan.

Bij Trouw kunnen we concluderen dat de religiejournalisten in hoofdstuk vijf gelijk hebben, de journalisten bij Trouw moeten meer kennis en respect vergaren.

6.3.5 Frames over christenen

Trouw 1993 (99)			Algemeen Dagblad 1993 (70)		
Marginalisatie	Differentiatie	Balans	Marginalisatie	Differentiatie	Balans
16	28	73	9	19	42

Tabel 6.6 Frames in de krantenberichtgeving van 1993

Het algemeen Dagblad heeft meer balans in de artikelen, vanwege de feitelijke berichten die zij plaatsen in de krant. Trouw neemt meer mening in en daardoor is hun berichtgeving altijd wel gekleurd.

Trouw 2013 (79)			Algemeen Dagblad 2013 (16)		
Marginalisatie	Differentiatie	Balans	Marginalisatie	Differentiatie	Balans
16	13	48	1	2	11

Tabel 6.7 Frames in de krantenberichtgeving van 1993

Als je tabel 6.6 en 6.7 met elkaar vergelijkt zien we bij Trouw dat zij op het gebied van marginalisatie niet vooruit gaan, maar op het gebied van balans wel. Dat komt waarschijnlijk door de lichte toename in personificatie in de kranten. Met name bij het Algemeen Dagblad merken we een verandering richting het balansframe. Hoewel het aantal artikelen van het Algemeen Dagblad aanzienlijk slonk, groeit het aantal artikelen dat een balansframe heeft sterk. De personifiëring van het nieuws en de feitelijke artikelen verklaren deze vooruitgang.

Als je het hebt over frames in de dagbladen is er met name wat te zeggen over de SGP. Deze stroming binnen het christendom krijgt het aardig te verduren in de kranten, met name in de krant. Bijna een derde van de artikelen in 1993 sprak negatief over de politieke partij, waarvan de meeste het frame hadden waarin het christendom werd voorgesteld als een stroming die achterloopt in de maatschappij en dat ze ouderwets en vrouwonvriendelijk zijn. In 2013 schrijft Trouw gematigder over de SGP. De meeste kranten artikelen bevatten wel elementen van het 'achterhaalde' frame, maar de artikelen komen in balans door mensen aan het woord te laten die een ander licht op de problematiek werpen.

Zoals ik al eerder benoemde: het Algemeen Dagblad neemt nagenoeg geen een positie ten opzichte van de SGP, dat zien we ook in de berichtgeving. In 1993 waren er maar twee van de 21 artikelen die een frame 'achterhaald' hadden. In 2013 is er bij het AD zelfs sprake van geen enkel frame in de artikelen over het christendom. In 1993 schetste de krant in de categorieën 'christen' en 'christendom' een ander beeld over christenen. Het Algemeen Dagblad heeft het dan zelfs in sommige artikelen over 'zieltjeswinnery', een stukje framing over het christendom. Daarnaast kwam vaak het frame van 'achterhaald' en 'onderdrukkend' naar voren in de artikelen. De krant schetste

een negatief beeld, maar door de meer objectieve en tolerante berichtgeving van het AD in 2013 zijn er geen frames te bekennen in de berichtgeving over christenen.

In de categorieën 'christen' en 'christendom' merken we bij Trouw geen afname in het aantal frames dat de krant gebruikt. Het beeld dat het christendom achterhaald is neemt wel af. De manier waarop de kranten artikelen schrijven over het christendom veranderde wel, het aantal balansframes nam toe in vergelijking met twintig jaar geleden. Sommige artikelen geven een negatief beeld af over christenen, maar de rest van het artikel compenseert dat. Trouw is, net zoals twintig jaar geleden, kritisch ten opzichte van het christendom. De journalisten van Trouw schrijven in 2013 veel beschouwende artikelen over de ontwikkelingen in het christenen. Christenen blijven een groep waar het één en ander over gezegd en bekritiseerd moet worden. Trouw neemt echter wel meer de ruimte voor het woord van de christenen waardoor er openheid ontstaat.

6.4 Conclusie

Het nieuws werd in de afgelopen twintig jaar seculierder. Het aantal krantenartikelen over het christendom nam bij het Algemeen Dagblad sterk af en bij Trouw nam het aantal artikelen licht af. Trouw schrijft in 2013 met name beschouwende artikelen over het christendom. Alle twee de kranten geven geen ruimte voor het christendom in het algemene (eerste) deel van de krant. In de krant verschuift het christendom ook naar de zijlijn, er blijft een marginale positie over voor het christendom.

Dat er minder berichten in de krant komen, kan ook beïnvloed worden door het internet. Redacties van kranten kiezen ervoor om de nieuwtjes met betrekking tot het christendom online te plaatsen en nemen daar in de krant geen ruimte meer voor. Dat geldt voor het Algemeen Dagblad, maar ook voor Trouw. Zij schrijven nog veel artikelen over het christendom, maar dit zijn beschouwende artikelen. De nieuwsartikelen over het christendom zijn maar op kleine schaal aanwezig in de krant, de andere actualiteiten over het christendom krijgen een plek op de website van de krant.

Het verwrongen beeld dat bestaat over christenen nam in de afgelopen twintig jaar licht af, maar in 2013 creëren kranten nog steeds een frame over het christendom. De kranten halen vaak stereotiepe beelden van christenen naar voren, ze schilderen christenen nog steeds af als achterhaald. De dramatisering van het nieuws geeft hier een verklaring voor. Journalisten gebruiken emotionele en overdrijvende woorden om een verhaal smeùiger te maken, terwijl dit niet de werkelijkheid weergeeft. De dramatisering geeft echter geen volledige verklaring, journalisten geven nog steeds verkeerde beelden af van het christendom door middel van framing.

De personificatie compenseert voor een deel deze frames. Er vond een verandering plaats in de berichtgeving met betrekking tot de personificatie van artikelen. Dit heeft een positieve uitwerking op de artikelen over christenen. In de artikelen over het christendom komen meer christenen aan het woord die uit kunnen leggen wat ze geloven en waarom ze geloven. Christenen krijgen meer de ruimte om uit te leggen hoe de vork in de steel steekt. Het beeld dat hierdoor in de media verschijnt over christenen is hierdoor positiever en realistischer. Journalisten hoeven hiervoor dus minder te beschikken over kennis van religie, want de geïnterviewde vangt dit gebrek aan kennis op.

Hoofdstuk 7 – Conclusie

Aan het begin van de scriptie stond ik voor de vraag: hoe is de berichtgeving over het (protestants) christendom in de afgelopen twintig jaar veranderd in de krant? Een vraag waar ik door middel van deze scriptie antwoord op wil geven. Door een grondig literatuuronderzoek heb ik kunnen laten zien welke positie het christendom had in Nederland en hoe dat veranderde in de afgelopen tientallen jaren. Naast deze veranderingen zijn er ook veranderingen geweest in de journalistiek die invloed hebben op de berichtgeving van het (protestants)christendom. In het praktijkonderzoek heb ik door middel van verschillende criteria uit het literatuuronderzoek laten zien wat de veranderingen zijn in de berichtgeving over het christendom. De resultaten uit dit literatuuronderzoek en het praktijkonderzoek zet ik hieronder uiteen, om uiteindelijk antwoord te geven op de hoofdvraag van mijn scriptie.

7.1 Veranderingen in de samenleving

Het christendom stond aan het begin van het ontstaan van Nederland. Dankzij het Heilige roomse Rijk en later de Reformatie vormde het christendom het fundament van Nederland en dat zien we terug in ons normen- en waardensysteem. Het christendom stond midden in de samenleving en had een integratieve, verdiepende, versterkende en stabiliserende functie in onze samenleving. Deze functie veranderde in de afgelopen jaren door de secularisatie en het postmodernisme. Tot diep in de negentiende eeuw was het overgrote deel van Nederland religieus, maar secularisatie en modernisme veranderden dat.

Het gevolg van de secularisatie

Secularisatie zorgt ervoor dat de invloed van de kerk in de samenleving vermindert en de kerk in Nederland uiteindelijk een marginale positie krijgt. Secularisatie vindt plaats op twee niveaus: op die van de samenleving en op die van het individu. Uit verschillende onderzoeken naar de godsdienstigheid in Nederland blijkt dat op het niveau van de samenleving secularisatie veel invloed heeft. Vanaf de culturele revolutie tot de millenniumwisseling hadden veel mensen een afkeer van religie en kunnen we spreken van een inperking van de betekenis van het christendom. Het christendom – en religie in het algemeen – verdwijnt echter niet helemaal uit Nederland. We leven in een postseculiere samenleving, het blijkt namelijk dat religie standhoudt in een seculiere omgeving. Er vindt echter wel een transformatie plaats van godsdienst. De mensen geloven niet minder, maar geloven op een andere manier, er ontstaat ruimte voor andere spiritualiteiten en levensbeschouwingen. Nederland is een open samenleving, een land waar je je eigen keuzes mag maken, waar zelfontplooiing centraal staat en waar beleving een *hot item* is.

Alhoewel er nog wel een stereotiep beeld over christenen bestaat krijgt het christendom juist ruimte, zoals dat blijkt uit het praktijkonderzoek. De twee landelijke dagbladen bevatten hier en daar nog stereotiepe beelden over christenen, maar de kranten zijn over het algemeen genomen in 2013 toleranter richting het christendom. De kranten hoeven zich niet af te zetten tegen de bestaande orde, want het christendom overheerst niet meer in de samenleving. Doordat mensen verlangen naar zingeving ontstaat er een grote religieuze markt waar het christendom een plek krijgt. Er komt daardoor meer ruimte voor begrip en uitleg, juist ook in de kranten. Het stereotiep beeld gaat

hiermee nog niet weg, maar het genereert wel meer ruimte door de komst van de postsecularisatie. Deze verandering is terug te zien in de praktijk.

Ondanks de opkomst van spiritualiteit, heeft het christendom een marginale positie in de samenleving. Dit zie je ook terug in de krant, de secularisatie is zichtbaar in de hoeveelheid krantenberichten over het christendom. Bij dagblad Trouw nam dat aantal berichten tussen 1993 en 2013 af met twintig procent; bij het Algemeen Dagblad zelfs met 67 procent. Twintig jaar terug had het Algemeen Dagblad nog beschouwende artikelen, in 2013 blijft daar niets van over. De kranten gaan mee in de veranderingen in de cultuur en achten het christendom niet meer van dusdanig belang om er berichten over te schrijven.

De verschuiving in de berichtgeving bij Trouw kan je ook zien als een proces van secularisatie. De artikelen die de journalisten in 2013 schrijven over het christendom zijn geen nieuwsartikelen, maar beschouwende artikelen. Het christendom krijgt nagenoeg alleen een plek in de katern religie en filosofie. Kranten schrijven dus nog wel over het christendom, maar dan op een andere plek.

Dramatisering, personifiëring en visualisering

Het postmodernisme heeft een grote impact op de samenleving. De samenleving verklaart de grote verhalen failliet waardoor de mensen het christendom zien als onderdrukkend. In het postmodernisme staat de vrijheid van de mens centraal. Mensen willen hun eigen verhaal samenstellen en de vrijheid ervaren om te kiezen waar ze in geloven. De hang naar spiritualiteit neemt sterk toe door de komst van de beeldcultuur en belevingseconomie. Mensen maken van hun leven een genotproject, ze verlangen naar gevoel en ervaring. Het levensproject waarin de zoektocht naar geluk centraal staat heeft de deur geopend naar religieuze vrijheid en dat veroorzaakt een pluriforme samenleving. Het grootste ideaal in de samenleving is diversiteit en vrijheid, mensen moeten zichzelf ontwikkelen en verbeteren en het hoogste doel halen.

Maar de individualisering houdt religie achter de voordeur. Geloven is een privéaangelegenheid. Bij het Algemeen Dagblad zie je dit terug in de berichtgeving. Één derde van de Nederlanders noemt zich nog christen, waardoor het voor kranten nog steeds van belang is om over deze religie te schrijven. Bij het Algemeen Dagblad blijft dit wel beperkt tot korte nieuwsberichten. Religie verdwijnt achter de voordeur, het Algemeen Dagblad acht het christendom niet dermate van belang dat het erover wil schrijven in de publieke krant.

Trouw geeft juist extra veel aandacht aan spiritualiteit. De krant heeft sinds een aantal jaar de katern *religie en filosofie*. Daar neemt de krant de ruimte om beschouwende artikelen te schrijven over religie, spiritualiteit en filosofie. Trouw acht religie en spiritualiteit als belangrijk in de samenleving, dit heeft onder andere ook te maken met onderlinge concurrentie en diversificatie. Dit bespreek ik verderop.

Door het postmodernisme leven we in een beeldcultuur. Een cultuur waar beelden voorop staan die gevoelens en ervaringen oproepen. In de journalistiek zie je dat door personificatie, dramatisering en visualisering. Dat er sprake is van personificatie in de journalistiek blijkt in mijn praktijkonderzoek. Bij

het Algemeen Dagblad zie je een stijging van 21 procent en bij Trouw een verhoging van 25 procent. In de artikelen die de kranten schrijven over het christendom komt er dus meer ruimte om mensen aan het woord te laten. De personificatie zorgt voor een positieve invloed op de berichtgeving over christenen. Journalisten beschikken niet altijd over voldoende kennis over het christendom, maar door interviews en quotes toe te voegen van betrokken christenen kunnen journalisten dit gebrek aan kennis compenseren.

De dramatisering en visualisering kunnen echter een negatieve invloed hebben op de berichtgeving over christenen. De concurrentie binnen de mediamarkt groeide in de afgelopen vijftien jaar sterk. Nieuwsdragers moeten hierdoor hard om de aandacht schreeuwen van de consument. Dat kan op sommige momenten een sterke neiging tot overdrijving veroorzaken in de media. Dit bevestigt en versterkt in sommige artikelen een stereotiep beeld over christenen. De journalisten gebruiken meer woorden die emotie en gevoel veroorzaken. De cijfers uit mijn praktijkonderzoek bevestigen dit beeld. Van de artikelen in 1993 van Trouw bevatte maar zeven procent emotionele woorden, terwijl twintig jaar later 88 procent van de artikelen deze woorden bevatten. Bij het Algemeen Dagblad zie je een stijging van 22 procent. Deze stijging is minder sterk dan bij Trouw, omdat het AD in 1993 al vaak visueler en emotioneler schreef en omdat de berichtgeving over christenen bij deze krant feitelijker en objectiever is in 2013. De dramatisering van het nieuws zie je in de kranten. Soms gebruiken journalisten stereotiepe beelden over christenen om een artikel op te leuken of meer sfeer te geven.

Christenen in frames

Door de veranderingen in de cultuur is het niet meer vanzelfsprekend dat je ergens in gelooft en dat zie je terug in de media. Welk beeld heerst er over christenen in de media? De media gebruiken vaak frames, een soort lens die een focus legt op een bepaald aspect om de problematiek begrijpelijker te maken voor de lezers. Een aantal frames over christenen komen voor in de berichtgeving, met name de frames achterhaald en onderdrukkend.

De eerste twee frames komen nagenoeg het meest voor in de berichtgeving van twintig jaar terug, maar ook in 2013. Het christendom kunnen journalisten nog steeds beschouwen als een erfgoed dat de vrijheid inperkt. De kranten schrijven dan op zo'n manier dat christenen ouderwets zijn en zich niet aanpassen aan de moderne samenleving. Door de secularisatie en het postmodernisme staat de vrijheid centraal en het 'grote verhaal' van het christendom perkt deze vrijheid in. Er veranderde in de afgelopen twintig jaar dan ook niets in de tolerantie in de berichtgeving over christenen.

Met name bevindelijk gereformeerden krijgen het soms te verduren in de media. In 1993 kwam bij Trouw vaak naar voren dat de Staatkundig Gereformeerde Partij achterloopt, ouderwets en vrouwonvriendelijk is. In 2013 zien we dat beeld minder, maar de meeste artikelen bevatten wel elementen hiervan. De manier waarop de journalisten de artikelen schrijven veranderde wel in de afgelopen twintig jaar. De artikelen zijn minder in balans, ze geven een negatief beeld over christenen, maar dat compenseert de rest van het artikel. Daarnaast zorgt de personificatie van artikelen ervoor dat er een minder negatief beeld van christenen naar voren komt. Hierdoor komen de artikelen meer in balans en krijgen de christenen de kans om uit te leggen wat het geloof inhoudt.

Er is dus in 2013 sprake van meer ruimte voor christenen in de krant om uit te leggen wat geloven inhoudt waardoor er een realistischer en beter beeld ontstaat over christenen.

7.2 Veranderingen in de journalistiek

Daarnaast hebben de komst van het internet, de toenemende concurrentie op de mediamarkt en veranderingen van de behoefte van de lezers de journalistiek veranderd.

Een aantal veranderingen in de nieuwsberichtgeving is hierboven al genoemd. Het nieuws anno 2013 is emotioneler, sterk visueel, klantgericht, gepersonifieerd en gedramatiseerd. Daarnaast veranderde de komst van het internet de berichtgeving over christenen in de krant. De media zijn geconvergeerd, verschillende mediakanalen smelten samen. De berichtgeving over het christendom verandert hierdoor. Daar bedoel ik niet de inhoud mee, maar wel waar en wanneer de kranten artikelen plaatsen over het christendom. Is het christendom nog van zo'n groot belang dat het in de krant komt? Of is het niet meer belangrijk en plaatst de krant het artikel op internet? Dit laatste kan de daling van het aantal berichten over het christendom verklaren. De oorzaak van de vermindering in krantenberichten over het christendom ligt dus ook aan de komst van het internet.

Door de groeiende concurrentie op de mediamarkt en de diversificatie van het media-aanbod moeten de kranten zich meer onderscheiden om de lezers te trekken. Trouw koos ervoor om zich te onderscheiden door middel van hun katern *religie en filosofie*. Zij bieden extra informatie die andere kranten niet bieden, maar hierdoor creëren ze een groter draagvlak voor de berichtgeving over christenen.

7.3 Kennis over het christendom in de media

Hoe moeten journalisten nu omgaan met religie in de media? De religiejournalisten die in hoofdstuk vijf aan het woord kwamen hebben het bij het rechte eind. In de praktijk zien we dat er bij Trouw een lichte daling is in de kennis over religie, balans in de berichtgeving en respect voor de godsdienst. In de berichtgeving herken je nog steeds frames die niet overeenkomen met de werkelijkheid.

Ondanks de secularisatie en postmodernisme moeten media kennis hebben van religie. Spiritualiteit is een onderdeel van de samenleving en daar moet je je als journalist bewust van zijn. Journalisten moeten onderwerpen verhelderen voor de lezers, hiervoor moeten ze dus kennis hebben over religie. Zeker omdat de kennis van religie afneemt onder de Nederlanders, omdat het christendom niet meer zo sterk verweven is met de samenleving. Je ziet in de praktijk ook een verschuiving het gebruik van woorden in de krant. De artikelen uit 2013 bevatten minder moeilijke woorden waardoor lezers de problematiek in het artikel beter begrijpen.

In sommige berichten is er sprake van weinig respect. We leven in een seculiere samenleving, dus afzetten tegen het christendom zou logisch zijn als journalist, maar we leven ook een pluriforme samenleving. De verscheidenheid en vrijheid staan centraal in de samenleving, zo moeten de journalisten ook kijken naar de samenleving. Vol respect tegenover christenen, waardoor er ook meer balans in de artikelen komt. Zo kan er in de berichtgeving een beter en realistischer beeld over het christendom ontstaan. Een beeld dat meer overeenkomt met de werkelijkheid.

7.4 Veranderingen in de berichtgeving over christenen

Dan komt nu het antwoord en visie op mijn hoofdvraag: Hoe is de berichtgeving over het (protestants) christendom in de afgelopen twintig jaar veranderd in de krant?

Voordat ik het onderzoek begon was ik sceptisch over de media; het christendom is niet welkom in het publieke domein, dus in de kranten zal dit ook wel zichtbaar zijn. Een aantal voorvallen van vorig jaar kwam toen ook in mijn hoofd op: de berichtgeving over de vaccinaties op de Bijbelgordel of over de man met de 'Jezus leeft' dakpannen. Maar na een grondig literatuuronderzoek en praktijkonderzoek kan ik nu concluderen dat dit niet het geval is.

Het nieuws werd inderdaad in de afgelopen twintig jaar meer seculier. Het aantal krantenartikelen over het christendom nam af. Als journalisten nog over het christendom schrijven, dan zijn dat beschouwende artikelen die in een apart katern van de krant komen, omdat deze krant zich wil onderscheiden op de concurrerende mediamarkt. Mensen geloven niet meer vanzelfsprekend in een transcendente God en dat zien we terug in de media. Er bestaan nog steeds onveranderende frames over het christendom. Het beeld dat het christendom achterhaald en ouderwets is komt herhaaldelijk terug in de berichtgeving. Maar dit compenseren journalisten door het gebruik van personificatie van artikelen. Hoewel sommige artikelen in 2013 nog frames bevatten over het christendom kunnen we wel spreken over meer balans in de artikelen. De personificatie zorgt ervoor dat in de artikelen ook christenen aan het woord komen en uitleg kunnen geven over de situatie waarover journalisten schrijven.

De secularisatie heeft er dus niet voor gezorgd dat religie verdwijnt uit de samenleving. De opkomst van de zoekreligiositeit en het zoeken naar genot en geluk zorgt ervoor dat spiritualiteit een onderwerp is dat journalisten mogen aankaarten in de krant. Secularisatie heeft niet het laatste woord. Het postmodernisme zorgt er juist voor dat er ruimte komt voor spiritualiteit en op deze manier houdt religie stand in een seculiere omgeving. De vrijheid waarin wij als Nederlanders leven zorgt ervoor dat er ook christenen in deze vrijheid mogen leven. Hierdoor ontstaat er een openheid voor spiritualiteit en religie en dus ook voor het christendom. Deze openheid kunnen we opmerken in de berichtgeving. Christenen krijgen in 2013 meer ruimte in de krant om uit te leggen hoe de vork in de steel steekt. Hoewel je zou kunnen denken dat het christendom niet geaccepteerd wordt in de media, is dat dus wel het geval. Christenen krijgen nu meer de ruimte om te vertellen waar ze in geloven.

Bibliografie

Boeken

- Amelink, A. (2001). *De Gereformeerden*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.
- Bakas, A. (2006). *De toekomst van God*. Schiedam: Scriptum.
- Beck, H. (2005). *Religie in de krant, een eerste kennismaking met de godsdienstwetenschap*. Nijmegen: Valkhof Pers.
- Bennet, W. (2003). News: The politics of illusion (5e druk). In W. Bennet, *News: The politics of illusion (5e druk)* (pp. 41-50, 75-76). New York: Longman.
- Berger, P. (1969). *Het hemels baldakijn (2^e druk)*. Bilthoven: Ambo boeken.
- Berger, P. (1999). *The Desecularization of the World, Resurgent Religion and World Politics*. Grand Rapids, Michigan: William B. Eerdmans Publishing Company.
- Bernts, T., Dekker, G., & Hart, J. de (2007). *God in Nederland (1996-2006)*. Kampen: Uitgeverij Ten Have.
- Bertens, H. (1995). *The idea of the postmodern. A history*. London: Routledge.
- Besten, L. den (2007). *Van animisme tot ietsisme, Religie in de westerse samenleving*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Boef, A. den (2003). *Nederland Seculier!* Amsterdam: Uitgeverij Van Gennep.
- Boer, C. de (2009). *Media en publiek (6e herziene druk)*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Bogaard, R. van (2005). Snap de journalist het zelf wel? In H. Evers, *Journalistiek moet verder. Tien beschouwingen over journalistiek* (p. 81-92). Nijmegen: Uitgeverij Valkhofpers.
- Borg, M. T., & Borgman, E. (2008). *Handboek Religie in Nederland*. Zoetermeer: Uitgeverij Meinema.
- Borgman, E. (2006). *Zonder geloof geen democratie*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Bortel, P. van (2013). *Wij en de media. Kritische reflecties over media, waarheid & vertrouwen*. Zoetermeer: Boekencentrum Uitgevers.
- Bruce, S. (1996). *Religion in the Modern World: From Cathedrals to Cults*. Oxford: Oxford University Press.
- Buijs, G. (2007). *De Veerkracht van het grote verhaal*. Zoetermeer: Uitgeverij Boekencentrum.
- Cliteur, P. (2004). Tegen de decadentie. De democratische rechtsstaat in verval. In P. Cliteur, *democratische* (pp. 124-125). Amsterdam: Uitgeverij De Arbeiderspers.
- Cuilenburg, J. van (1999). *Media in overvloed*. Amsterdam: amsterdam University Press.

- Davie, G. (1999). Europe: The Exception That Proves the Rule? In P. Berger, *Desecularization of the world: Resurgent Religion and World Politics* (pp. 65-83). Grand Rapids, MI: William B. Eerdmans Publications.
- Dekker, G. (1995). *Als het getij verloopt. Opstellen over godsdienst en kerk*. Baarn: Uitgeverij Ten Have.
- Dekker, G. (2001). *Godsdienst en samenleving*. Kampen: Uitgeverij Kok.
- Dekker, G. (2010). *Heeft de kerk zichzelf overleefd?. Beschouwingen over de rol van de kerk in de moderne samenleving*. Zoetermeer: Uitgeverij Meinema.
- Dekker, G. (2006). *Van het centrum naar de marge. De ontwikkeling van de christelijke godsdienst in Nederland*. Kampen: Uitgeverij Kok.
- Deuze, M. (2004). *Wat is journalistiek?* Amsterdam: Het Spinhuis.
- Dijk, J. van (2001). *De netwerkmaatschappij. Sociale aspecten van nieuwe media (4e druk)*. Alphen aan den Rijn: Uitgeverij Samsom.
- Donk, W.B.H.J. van de (2006). *Geloven in het publieke domein. Verkenningen van een dubbele transformatie*. Amsterdam: University Press.
- Duyvendak, J. (2013). *Sociale kaart van Nederland. Over instituties en organisaties (tweede druk)*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.
- Eijnatten, J. van (2005). *Nederlandse religiegeschiedenis*. Hilversum: Verloren.
- Felling, A. (1986). *Geloven en Leven. Een nationaal onderzoek naar de invloed van religieuze overtuigingen*. Zeist.
- Habermas, J. (2006). *The dialectics of secularization, on reason and religion*. San Francisco: Ignatius Press.
- Harskamp, A. van (2000). *Het nieuw-religieuze verlangen*. Kampen: Uitgeverij Kok.
- Harskamp, A. van (2006). In nieuwe religiositeit zet secularisatie zich voort. In Borgman, *Zonder geloof geen democratie* (p. 46-53). Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Hart, J. de (2014). *Geloven binnen en buiten verband. Godsdienstige ontwikkelingen in Nederland*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Heeswijk, E. van (2012). *Mediastorm*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Hellemans, S. (2007). *Het tijdperk van de wereldreligies. Religie in agrarische civilisaties en in moderne samenlevingen*. Zoetermeer: Uitgeverij Meinema.
- Huysmans, F. (2014). *Media, informatie en communicatie: trends en beleid*. Den Haag: Raad voor Cultuur.

- Kuiper, R. (2007). Een overvuld verlangen. Belevingscultuur, existentiële onzekerheid en levensoriëntatie. In J. v. d. Stoep, *Alles wat je hart begeert?* (pp. 50-69). Amsterdam: Buijten & Schipperheijn.
- Labuschagne, B. (2004). *Religie als bron van sociale cohesie in de democratische rechtsstaat*. Nijmegen: Ars Aequi Libri.
- Laroës, H. (2012). *De littekens van de dag. Kracht en zwakte van de journalistiek en het nieuws van morgen*. Amsterdam: Uitgeverij Balans.
- Lindeijer, C. (1995). *Postmodern bestaan. Menszijn en geloven in een na-moderne cultuur*. Zoetermeer: Boekencentrum.
- Loo, H. van (1997). *Paradoxen van modernisering, een sociaal-wetenschappelijke benadering*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Musschoot, I. (2008). *Media in beweging. Handboek voor de professional*. Leuven: Uitgeverij LannooCampus.
- Ouweneel, W. (2000). *De zesde kanteling*. Heerenveen: Uitgeverij Barnabas.
- Pels, D. (2008). *Opium van het volk. Over religie en politiek in seculier Nederland*. Amsterdam: Uitgeverij Bezige Bij.
- Piët, S. (2003). *De emotiemarkt. De toekomst van de beleveniseconomie*. Amsterdam: Pearson Education.
- Ramaker, T. (2007). Op zoek naar fun en magic. In J. v. Stoep, R. Kuiper, & T. Ramaker, *Alles wat je hart begeert? Christelijke oriëntatie in een op beleving gerichte cultuur* (p. 27-45). Amsterdam: Uitgeverij Buijten & Schipperheijn Motief.
- Ratheiser, M., & Stoep, J. van der (2013). *Media en religie*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.
- Schaaf, J. (1996). *De Toekomst van het individu als sociaal wezen*. Assen: Van Gorcum.
- Selderhuis, H. (2006). *Handboek Nederlandse Kerkgeschiedenis*. Kampen: Uitgeverij Kok.
- Sengers, E. (2005). *The Dutch and their Gods. Secularization and transformation of religion in the Netherlands since 1950*. Hilversum: Uitgeverij Verloren.
- Snel, J. (2012). *Recht van Spreken, Het geloof in de vrijheid van meningsuiting*. Zoetermeer: Uitgeverij Boekencentrum.
- Taylor, C. (2007). *A secular Age*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Vasterman, P. (2004). *Media Hype*. Amsterdam: Aksant.
- Wijk, K. van (2007). *De media-explosie. Trends en issues in massacommunicatie (3e druk)*. Den Haag: Sdu Uitgevers.

Wijnberg, R. (2013). *De nieuwsfabriek. Hoe media ons wereldbeeld vervormen*. Amsterdam: Uitgeverij De Bezig Bij.

Zijderveld, A. (1971). *De abstracte samenleving*. Meppel.

Internetartikelen

Bartelink, B. (2014). *In gesprek met religieuze leiders*. Opgeroepen op 12 mei 2014, van Vice Versa: <http://www.viceversaonline.nl/2014/03/in-gesprek-met-religieuze-leiders/>

Bijsterveld, S.C. van (2012). *Godsdienst alleen privé?* Opgeroepen op 10 april 2014, van Sophie van Bijsterveld: <http://sophievanbijsterveld.nl/blog/godsdienst-alleen-prive/>

Bochove, E. van (2012). *Beïnvloeden journalisten ons stemgedrag*. Opgeroepen op 25 maart 2014 van Universiteit van Amsterdam: <http://www.uva.nl/nieuws-agenda/nieuws/uva-nieuws/content2/2012/11/beinvloeden-journalisten-ons-stemgedrag.html>

Bos, P. van (n.b.). *Nederlandse media en de islam na '11 september'*. Opgeroepen op 25 maart, 2014, van Extra-media: <http://extra-media.nl/nummer27/index2.html>

Brouwer, I., Kuijper, P., Reus, T. de, Havik, A., Bosman, F., Leeuwenhoek, K. ... Bransma, B. (2010). *Vijf vernieuwde principes voor religiejournalistiek*. Opgeroepen op 14 mei 2014, van Nieuw Wij: <http://www.nieuwwij.nl/verdieping/vijf-vernieuwde-principes-voor-religiejournalistiek/>

Feldmann, E. (2009). *Moderne media zijn niet meer objectief*. Opgeroepen op 12 mei 2014, van De Nieuwe Reporter: <http://www.denieuwereporter.nl/2009/11/moderne-media-zijn-niet-meer-objectief/>

Framing the news (2013). Opgeroepen op 25 maart 2014, van Journalism.org: <http://www.journalism.org/1998/07/13/framing-the-news/>

Gagestein, S. (2011). *Framing is oké*. Opgeroepen op 25 maart 2014, van Taalstrategie: <http://taalstrategie.nl/framing-is-oke/>

Gagestein, S. (2010). *Wat is framing?* Opgeroepen op 18 april 2014, van Taalstrategie: <http://taalstrategie.nl/wat-is-framing/>

Huysmans, F. (2014). *Trends in mediagebruik: groei gebruik web en sociale media stagneert*. Opgeroepen op 5 mei 2014, van De Nieuwe Reporter: <http://www.denieuwereporter.nl/2014/03/trends-in-mediagebruik-groei-gebruik-web-en-sociale-media-stagneert/>

Kennis van religie nodig in journalistiek (2013). Opgeroepen op 14 mei 2014, van Het Goede Leven: <http://www.hetgoedeleven.com/Geloven/upload/tabid/240/IndexId/99264/Default.aspx>

Moors, C. (2011). *Prosumers: burgers als journalisten*. Opgeroepen op 12 mei 2014, van Celienetcetera: <http://celienetcetera.wordpress.com/2013/12/11/prosumers-burgers-als-journalisten/>

Pijpker, J. (2013). *Redacties zijn vaak drukker met de vorm dan met de inhoud*. Opgeroepen op 12 mei 2014, van De Nieuwe Reporter: <http://www.denieuwereporter.nl/2013/03/redacties-zijn-vaak-drukker-met-de-vorm-dan-met-de-inhoud/>

Pleijter, A. (2013). *Dé uitdaging van innovatie: betere journalistiek*. Opgeroepen op 12 mei 2014, van De Nieuwe Reporter: <http://www.denieuwereporter.nl/2013/10/de-uitdaging-van-innovatie-betere-journalistiek/>

Prins, L. (2012). *Wat betekent de digitale revolutie voor media?* Opgeroepen op 12 april 2014, van Frankwatching: <http://www.frankwatching.com/archive/2012/08/30/de-professionele-media-in-de-21e-eeuw/>

Reformatorisch Dagblad, redactie politiek. (2005). *Meerderheid Kamer noemt zich religieus*. Opgeroepen op 12 april 2014, van Reformatorisch Dagblad: http://www.refdag.nl/nieuws/binnenland/meerderheid_kamer_noemt_zich_religieus_1_132239

Tijdschrift

Drayer, E. (2014). *'Je moet emoties disciplineren'*. Filosofie Magazine, jaargang 22, nummer 4, p. 46-51.

Flasspöhler, S. (2014). *Druk, druk, druk... waarom ons leven steeds gehaaster wordt*. Filosofie Magazine, jaargang 22, nummer 1, p. 20-23.

Overige publicaties

Achterberg, P. (2009). *Dialectiek van secularisering*.

Bardoel, J. (2000). *Cultuur als confrontatie: publieke journalisitek in een private wereld*.

Brand, H. (2001). *Art & Soul. Signposts for christians in the arts*. Vertaling 'Kunst in een postmodern tijdperk' door Marianne Tucker aan de Evangelische Hogeschool.

Dekker, S. (2013). *Kamerbrief over pers en journalistiek*.

Entman, R. (1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. In R. Entman, *Journal of Communication* (p. 51-58).

Gereformeerde kerken en de toekomst: Op zoek naar de vernieuwing van een traditie (2009).

Gregorio, M. D. (2011). *Code book for the analysis of media frames in articles on REDD* (revised).

Habermas. (2006). *Religion in the public sphere*.

Luyendijk, J. (n.b.). *De kloof tussen beeldvorming en werkelijkheid*.

Hart, J. de (2013). *Zwevende gelovigen. Oude religie en nieuwe spiritualiteit*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.

Ritzer, G. (2010). *Journal of Consumer Culture. Production, consumption, prosumption: the nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'*. Londen: SAGE Publications.

Scheufele, D. (1999). *Framing as a theory of media effects*.

Sociaal en Cultureel Planbureau. (2000). *Sociaal en Cultureel Rapport 2000*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Wetenschappelijk Instituut voor het CDA & Centre for European Studies (2012) *Geloof in de samenleving, christendemocratische reflecties op religie en levensbeschouwing in het publieke domein*. Den Haag.

Bijlage 1: Onderzoeksresultaten – Praktijkonderzoek

1.1 Cijfers praktijkonderzoek

De aantallen komen overeen met de informatie uit bijlage 2: de bevindingen van mijn praktijkonderzoek. Het kan zijn dat er bijvoorbeeld 27 frames worden benoemd over de SGP in 1993 van Trouw, terwijl er 28 artikelen over zijn geschreven. Het was niet mogelijk om elk artikel goed in te delen of er was sprake van een niet eenduidig beeld. De aantallen kloppen dus wel, dat is terug te vinden in bijlage 2.

1. Aantal krantenartikelen

AD	SGP-vrouwen		Evenementen		Christen		Christendom		Totaal	
	1993	2013	1993	2013	1993	2013	1993	2013	1993	2013
Artikelen	21	4	1	4	12	4	36	4	70	16
Woorden	9319	1652	50	684	7199	1060	20.023	2133	36.951	5529
Gem. woorden	443	413	50	171	600	265	556	530	522	345

Trouw	SGP-vrouwen		Evenementen		Christen		Christendom		Totaal	
	1993	2013	1993	2013	1993	2013	1993	2013	1993	2013
Artikelen	28	10	0	5	10	35	61	28	99	79
Woorden	22.876	4451	0	4988	11881	38025	43.565	29.232	78.451	77.696
Gem. woorden	817	445	0	997	1188	1068	714	1044	792	970

2. Frames

Algemeen Dagblad			Trouw		
	1993	2013		1993	2013
SGP – Marginalisatie	0	1	SGP – Marginalisatie	7	2
– Differentiatie	4	1	– Differentiatie	5	3
– Balans	17	1	– Balans	14	5
Even – Marginalisatie	0	0	Even – Marginalisatie	0	1
– Differentiatie	0	0	– Differentiatie	0	1
– Balans	1	4	– Balans	0	3
Chr. – Marginalisatie	3	0	Chr. – Marginalisatie	3	10
– Differentiatie	1	0	– Differentiatie	3	6
– Balans	8	3	– Balans	2	18
C.dom – Marginalisatie	6	0	C.dom – Marginalisatie	6	3
– Differentiatie	14	1	– Differentiatie	20	3
– Balans	16	3	– Balans	35	22

Trouw		Marginalisatie	Differentiatie	Balans
SGP	1993	7	5	14
	2013	2	3	5
Evenementen	1993	0	0	0
	2013	1	1	3
Christen	1993	3	3	2
	2013	8	4	22
Christendom	1993	6	20	35
	2013	3	3	22
Totaal	1993	16 (17%)	28 (29%)	51 (54%)
	2013	14 (18%)	11 (14%)	52 (66%)

AD		Marginalisatie	Differentiatie	Balans
SGP	1993	0	4	17
	2013	1	1	1
Evenementen	1993	0	0	1
	2013	0	0	4
Christen	1993	3	1	8
	2013	0	0	3
Christendom	1993	6	14	16
	2013	0	1	3
Totaal	1993	9 (13%)	19 (27%)	42 (60%)
	2013	1 (7%)	2 (14%)	11 (79%)

Trouw - 1993			
SGP (28)	Evenementen (0)	Christen (10)	Christendom (61)
1. Achterhaald		1. Onderdrukkend	2. Achterhaald / ouderwets
4. Achterhaald / onderdrukkend		6. Achterhaald	6. Onderdrukken
8. Achterhaald		7. Stereotype	7. Niet tolerant
9. Achterhaald		9. Angstig en zoeken God	9. Onderdrukkend
10. Achterhaald		10. Evangeliseren	13. Achterhaald
16. Ouderwets			20. Nuttig
22. Vrouw onvriendelijk			21. Ouderwets
26. Ouderwets			23. Evangeliseren
			28. Evangeliseren
			32. Onderscheiden
			40. Nuttig
			50. Achterhaald
			51. Evangeliseren
			53. Achterhaald
			58. Achterhaald
Geen of positief beeld over christenen			
20	-	5	45

Trouw – 2013			
SGP (10)	Evenementen (5)	Christen (35)	Christendom (28)
2. Lopen achter en zijn sneu in een bevindelijke jas	2. Overgeneralisatie	1. Ouderwets	1. Achterhaald
3. Stereotype		2. Achterhaald en niet toegankelijk	5. Moeten blij zijn met secularisatie
		6. Zieltjes winnen	7. Onderdrukkend
		7. Negatief	9. Passé
		12. Sekte?	10. Gewelddadig
		16. Wereldvreemd	15. Onderdrukkend
		20. Vervolgd	28. Nuttig
		21. Negatief	+ nog 3 negatief.
		28. Achterhaald	
		31. Nuttig	
Geen of positief beeld over christenen			
8	4	25	18

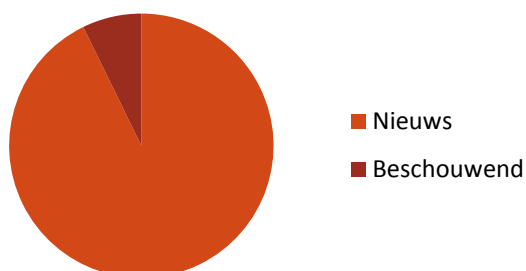
Algemeen Dagblad - 1993			
SGP (21)	Evenementen (1)	Christen (12)	Christendom (36)
3. Achterhaald		1. Onderdrukkend	1. Achterhaald
4. Achterhaald		2. Gruwelen van homo	4. Stereotype
		4. Nuttig	6. Onderdrukkend
		6. Evangeliseren	7. Onderdrukkend
		7. Zieltjeswinnerij	8. Overlast
		9. Indoctrineren	9. Zieltjeswinnerij
			16. Achterhaald
			25. Evangeliseren
			29. Achterhaald
			30. Doen moeilijk
			36. Onderdrukkend
Geen of positief beeld over christenen			
19	1	6	25

Algemeen Dagblad – 2013			
SGP (10)	Evenementen (5)	Christen (35)	Christendom (28)
2. Achterhaald			5. Moeten blij zijn met secularisatie
Algemeen: Stereotiep			

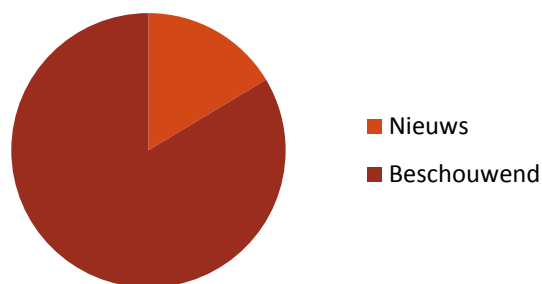
Stereotyperingen worden in het Algemeen Dagblad herhaaldelijk gebruikt. Niet om een stempel te drukken op de christenen, maar om het verhaal op te leuken.

3. Nieuws of beschouwende artikelen?

Trouw - 1993



Trouw - 2013



4. Personificatie

AD		Ja	Nee
SGP	1993	14	9
	2013	2	1
Evenementen	1993	0	1
	2013	1	3
Christen	1993	6	5
	2013	2	0
Christendom	1993	12	26
	2013	4	1
Totaal	1993	32 (44%)	41 (56%)
	2013	9 (65%)	5 (35%)

Trouw		Ja	Nee
SGP	1993	9	19
	2013	7	2
Evenementen	1993	0	0
	2013	5	0
Christen	1993	2	6
	2013	29	9
Christendom	1993	40	14
	2013	24	4
Totaal	1993	51 (56%)	39 (44%)
	2013	65 (81%)	15 (19%)

5. Emotie

Trouw		Ja	Nee
SGP	1993	1	26
	2013	3	8
Evenementen	1993	0	0
	2013	3	2
Christen	1993	0	8
	2013	19	16
Christendom	1993	6	55
	2013	13	14
Totaal	1993	7 (7%)	89 (93%)
	2013	38 (88%)	5 (12%)

AD		Ja	Nee
SGP	1993	9	12
	2013	3	0
Evenementen	1993	0	1
	2013	0	4
Christen	1993	1	11
	2013	3	0
Christendom	1993	4	32
	2013	0	4
Totaal	1993	14 (20%)	56 (80%)
	2013	6 (42%)	8 (57%)

6. Tolerantie

Trouw		Ja	Nee
SGP	1993	15	12
	2013	8	2
Evenementen	1993	0	0
	2013	5	0
Christen	1993	6	2
	2013	27	8
Christendom	1993	52	9
	2013	22	6
Totaal	1993	73 (76%)	23 (24%)
	2013	62 (79%)	16 (21%)

AD		Ja	Nee
SGP	1993	18	2
	2013	2	2
Evenementen	1993	1	0
	2013	4	0
Christen	1993	8	4
	2013	2	0
Christendom	1993	28	8
	2013	3	0
Totaal	1993	55 (80%)	14 (20%)
	2013	11 (85%)	2 (15%)

7. Objectiviteit

Trouw		Ja	Nee
SGP	1993	14	13
	2013	5	2
Evenementen	1993	0	0
	2013	3	2
Christen	1993	1	5
	2013	19	14
Christendom	1993	39	22
	2013	22	6
Totaal	1993	54 (57%)	40 (43%)
	2013	49 (67%)	24 (33%)

AD		Ja	Nee
SGP	1993	13	8
	2013	3	0
Evenementen	1993	1	0
	2013	4	0
Christen	1993	4	8
	2013	2	0
Christendom	1993	23	12
	2013	3	0
Totaal	1993	14 (33%)	28 (67%)
	2013	12 (100%)	0 (0%)

8. Kennis

Trouw		Ja	Nee
SGP	1993	13	13
	2013	3	6
Evenementen	1993	0	0
	2013	2	1
Christen	1993	7	2
	2013	19	16
Christendom	1993	50	11
	2013	23	5
Totaal	1993	70 (73%)	26 (27%)
	2013	47 (63%)	28 (37%)

AD		Ja	Nee
SGP	1993	4	17
	2013	2	0
Evenementen	1993	0	0
	2013	1	0
Christen	1993	7	4
	2013	2	0
Christendom	1993	25	11
	2013	1	3
Totaal	1993	36 (53%)	32 (47%)
	2013	6 (67%)	3 (33%)

9. Respect

Trouw		Ja	Nee
SGP	1993	18	9
	2013	4	8
Evenementen	1993	0	0
	2013	4	1
Christen	1993	8	0
	2013	25	9
Christendom	1993	55	6
	2013	25	3
Totaal	1993	81 (84%)	15 (16%)
	2013	58 (73%)	21 (27%)

AD		Ja	Nee
SGP	1993	16	4
	2013	1	1
Evenementen	1993	0	0
	2013	1	0
Christen	1993	7	4
	2013	2	0
Christendom	1993	30	6
	2013	4	0
Totaal	1993	53 (79%)	14 (21%)
	2013	8 (89%)	1 (11%)

10. Balans

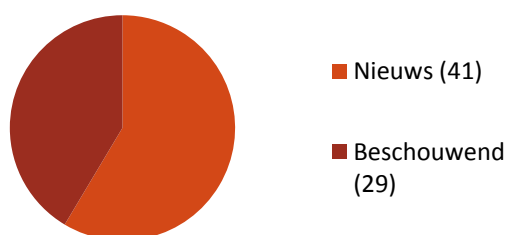
Trouw		Ja	Nee
SGP	1993	15	12
	2013	7	2
Evenementen	1993	0	0
	2013	3	3
Christen	1993	4	5
	2013	18	17
Christendom	1993	41	20
	2013	1	1
Totaal	1993	60 (62%)	37 (38%)
	2013	29 (58%)	23 (44%)

AD		Ja	Nee
SGP	1993	10	11
	2013	1	1
Evenementen	1993	0	0
	2013	1	0
Christen	1993	6	5
	2013	2	0
Christendom	1993	24	12
	2013	3	1
Totaal	1993	40 (59%)	28 (41%)
	2013	7 (78%)	2 (23%)

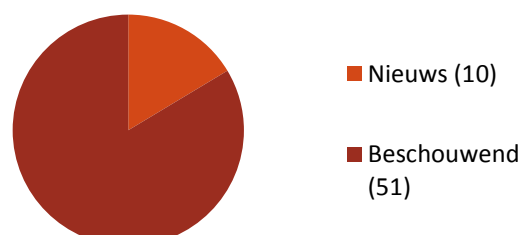
1.2 Uitwerking resultaten - Trouw

De lichte vermindering in krantenberichten is te verklaren doordat de krant zich minder richt op nieuwsfeiten rondom het christendom. Met de komst van het katern *religie en filosofie* richt de krant zich meer op beschouwende artikelen over het christendom, wel vaak opgehangen aan een gebeurtenis, maar vaak ook niet. De artikelen in 2013 bevatten meer woorden. In 1993 werd er nog gemiddeld 791 woorden gewijd aan een artikel over christenen, in 2013 is dat maar liefst 970.

Nieuws of beschouwend?
Trouw - 1993



Nieuws of beschouwend
Trouw - 2013



Je ziet dat er een omslag plaatsvindt, in 2013 zijn veel artikelen beschouwend, een heel ander beeld dan twintig jaar terug. Het aantal artikelen over christenen dat alleen nieuws bevat, is nagenoeg niet meer te vinden in de huidige Nederlandse dagbladen. De laatste jaren zijn kranten steeds meer gaan werken in katernen. Trouw heeft een aantal jaar geleden besloten om een katern *religie en filosofie* toe te voegen. De artikelen die de krant nu schrijft over het christendom plaatsen ze in dit katern. De nieuwtjes over het geloof komen niet meer aanbod in het algemene deel van de krant. Hierin zien we dus dat ook religie en het christendom naar de zijlijn van de krant zijn verschoven. Maar door deze keuze schrijft Trouw in de beschouwende artikelen diepgaander en hierdoor komt er meer balans in de artikelen.

Staatkundig Gereformeerde Partij

Als we kijken naar de berichtgeving over de SGP ontdekken we een sterke verandering. Trouw nam in 1993 een sterke positie in tegenover de SGP. Veel artikelen die verschenen lieten alleen de kant van de oppositie zien en kwam er in de artikelen herhaaldelijk naar voren dat het christendom achterhaald is. Zoals te lezen is in bijlage 2, zijn er maar een aantal artikelen door Trouw geschreven die alle twee de kanten belicht van de SGP, maar vijftig procent van de artikelen geeft de situatie goed weer door middel van kennis over het christendom. Meer dan de helft van de artikelen waren ook niet objectief te noemen. In 2013 is dat beeld anders, Trouw nam toen ook wel een positie in ten opzichte van de SGP, maar er was nog steeds niet altijd sprake van kennis over religie, maar de artikelen zijn wel meer in balans en zijn ook objectief.

Daarbij merken we op dat er een verschil in inhoud is. In de krantenartikelen in 1993 is er weinig ruimte voor uitleg en zijn de artikelen geen hapklare brokken. Je moet verstand van zaken hebben om erachter te komen wat er bedoeld wordt en hoe de vork in de steel steekt. In 2013 zijn de artikelen meer behapbaar, wat ook wel mag, want de kennis van de gemiddelde Nederlander ging in de afgelopen jaren sterk achteruit, want het christendom is nog maar een klein onderdeel meer van de samenleving. De situatie met de SGP en de eerste vrouw als lijsttrekker werden nu beter uitgelegd en de moeilijke woorden en stromingen van het christendom worden nu aan de kant gezet. Daarbij werd er in 1993 ook meer ruimte genomen voor de SGP vrouwenkwestie.

Evenementen

Het valt op dat Trouw in 1993 geen kranten artikelen plaatste met betrekking tot christelijke evenementen. In 2013 nam Trouw wel de ruimte om er over te schrijven. Het valt op dat in de artikelen die de journalisten schreven over christelijke evenementen steeds vergelijkingen werden gemaakt met seculiere festivals en evenementen.

Personificatie

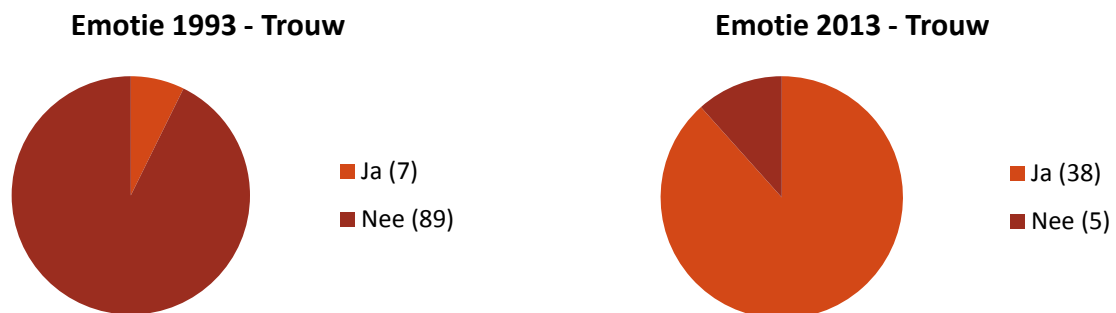
Door personificatie komen meerdere mensen aan het woord, zodat de journalist een evenwichtiger beeld schetst over de situatie. Er komt in 2013 meer ruimte in de kranten voor christenen om uit te leggen waar ze in geloven, waardoor de artikelen minder veroordelend klinken. Je ziet ook in de onderzoeksresultaten dat met name Trouw een enorme verandering onderging. Zij personifiëren het nieuws meer dan twintig jaar geleden. In 1993 was 56 procent van het nieuws verbonden aan mensen, anno 2013 is dat voor 81 procent. Dat heeft een positieve uitwerking op het nieuws, met name voor het beeld dat kranten over christenen schetsen. Dat zie je met name bij het artikel *Dansen voor de Heer*. Het artikel telt 2000 woorden waarin de journalist veel christenen aan het

woord laat over de veranderingen binnen het christendom. Er is ruimte en respect voor christenen, in 1993 zijn er geen artikelen die zoveel ruimte geven aan christenen.

Frames

Als we de marginalisatie-, differentiatie- en balansframes vergelijken, zien we niet een sterk verschil met twintig jaar geleden. Marginalisatieframe is nagenoeg hetzelfde gebleven, alleen nam het differentiatieframe af en het balansframe nam toe, wat positief is. Daaruit blijkt dat in de afgelopen twintig jaar dagblad Trouw nauwkeuriger omgaat met het christendom, waardoor er een evenwichtiger beeld ontstaat over het christendom, dit komt door de pluriforme samenleving. Alleen bleef het marginalisatieframe stabiel.

Emotie



Zoals we in deze figuren zien, maken ze bij Trouw meer gebruik van woorden die gevoel en emoties weergeven, waardoor de krant inspeelt op de emoties van de lezers.

Tolerantie en objectiviteit

Zoals blijkt uit de onderzoeksresultaten blijft de tolerantie met betrekking tot het christendom in balans. Bij objectiviteit van krantenberichten merken we een lichte verhoging, de objectiviteit steeg van 57 procent naar 67 procent in de afgelopen twintig. Trouw werd dus objectiever richting het christendom.

Kennis, respect en balans

Zoals de religiejournalisten in hoofdstuk vijf van mijn scriptie ook zeggen: kennis over religie is laag, dat moet beter. Er is namelijk een lichte daling te merken van kennis in de berichtgeving over het christendom bij Trouw (73 procent in 1993 en 63 procent in 2013). Ook is er sprake van minder respect tegenover de christenen (84 procent in 1993 en 73 procent in 2013). Hoe zit het dan met de balans in de artikelen? Dat veranderde in de afgelopen twintig jaar nagenoeg niet (62 procent in 1993 en 58 procent in 2013). Hebben de religiejournalisten dus gelijk door te zeggen dat er te weinig kennis over religie is in de journalistiek? Het is niet te merken in de krantenberichten, misschien heeft dit te maken met het feit dat er meer personen aan het woord worden gelaten waardoor er een evenwichtiger beeld ontstaat, maar de kennis van de journalisten zelf ging wel achteruit. Het feit blijft wel staan dat religie van minder betekenis wordt voor de samenleving. De nieuwe generatie journalisten groeien minder op met religie in de samenleving, waardoor journalisten minder kennis van religie hebben, maar misschien is deze kennis ook niet nodig omdat de artikelen die over het christendom worden geschreven afnam.

Pluriforme en spirituele samenleving

Zoals al hierboven is beschreven is Nederland een pluriforme samenleving waar we trots op zijn, waar vrijheid wordt gewaarborgd voor andersdenkenden. Spiritualiteit is in opkomst en dat is ook te merken in Trouw. In de katern *religie en filosofie* komen ook alle spiritualiteiten aan bod. Het artikel over Opwekking staat in de rubriek 'tempeltest', dat geeft wel aan dat ze zo breed mogelijk willen zijn in hun bezoeken aan verschillende diensten van godsdiensten.

Stereotype beelden over christenen

Het komt nog regelmatig voor dat de krant stereotiepe beelden gebruikt, met name in 2013 komt dat nog wel eens naar voren. Maar het lijkt niet alsof ze deze beelden willen gebruiken om een stempel te drukken, maar dat ze het meer gebruiken om een sfeerbeeld te schetsen. Een techniek die journalisten gebruiken om een verhaal op te leuken.

1.3 Uitwerking resultaten – Algemeen Dagblad

We merken bij het Algemeen Dagblad een sterke vermindering in de hoeveel artikelen die de krant over het christendom schreef. Een afname percentage van 77 procent en zelfs het gemiddeld aantal woorden per artikelen nam af. In 1993 waren dat nog 522 woorden per artikelen, in 2013 nog maar 345 woorden. Het is opvallend dat in 1993 het AD geloofsbrieven had die één keer per week in de krant kwamen te staan, geschreven door Rex Brico. Daar is anno 2013 niets meer van over.

Staatkundig Gereformeerde Partij

Het is al snel te merken dat het Algemeen Dagblad twintig jaar geleden al gebruikt maakte van emotionele woorden. Woorden zoals 'duchtig geroerd', 'uitgekegeld' en 'rariteitenkabinet'. De journalisten van het AD hebben wel een gebrek aan kennis als het gaat over de SGP. Negentien procent van de artikelen laten zien dat er wel kennis is over het christendom, maar de overige 81 procent van de artikelen blijft in gebreken. Hoewel ze 1993 geen standpunt innemen ten opzichte van de SGP (terwijl Trouw dat wel deed), laten ze wel merken in hun berichtgeving welke kant ze kiezen. De krant legt nagenoeg niet uit waarom de SGP geen vrouwen in de lijst willen hebben en kijken ook niet naar een verdiepende laag van de Bijbel. Er komt vaak naar voren dat het volgens de Bijbel niet mag, maar de journalist legt verder niets uit. Het Algemeen Dagblad schiet dus te kort op het gebied van religieuze kennis. Hoe zit dat anno 2013? Naast dat de hoeveel artikelen over de SGP is afgenomen, merken we een verschil in de berichtgeving erover. De krant neemt nu wel een standpunt in en vinden Lilian Janse, de eerste vrouwelijke lijsttrekker van de SGP, een held. Hoewel ze een standpunt innemen ten opzichte van de SGP zijn ze wel objectiever. De krant geeft meer ruimte om alle kanten te belichten. Daarbij richt het Algemeen Dagblad zich meer op emotie en met name op personen. De artikelen die ze hebben geschreven over de SGP hangen ze op aan personen: met name door interviews met Lilian Janse of haar vader (dit bevordert de objectiviteit en kennis).

Evenementen

Het Algemeen Dagblad plaatste weinig krantenberichten over christelijke evenementen in beide jaartallen. In 1993 was er een kort bericht over het aantal bezoekers aan de EO-Jongerendag, in 2013 drie artikelen over de vogels die gestoord worden door Opwekking. Wat opvalt: er is één artikel geschreven over Opwekking: de conferentie was een succes, er kwamen 55.000 christenen op af. Verder een klein sfeerverslag van het weekend, waarin veel stereotiep beelden van christenen naar voren kwamen, waaronder: *"In Café de Keet kon geflirt worden met andere vrijgezellen" en andere*

beelden over feesten en gillende meiden. Het lijkt alsof ze het artikel en christendom aan het opleuken zijn. “

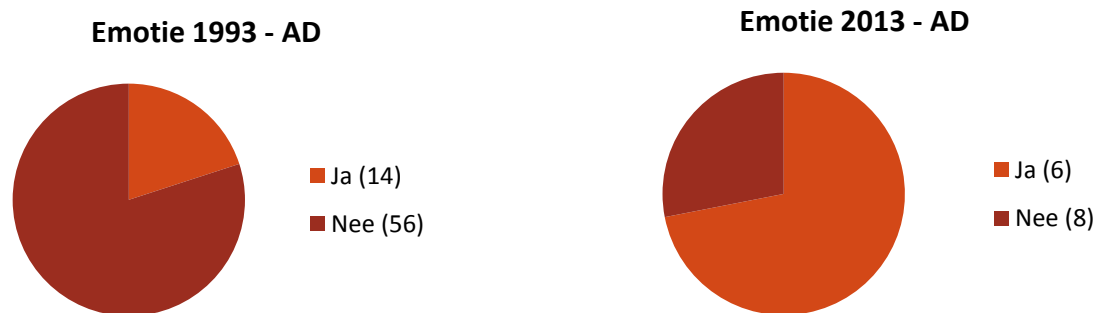
Personificatie

We zien een toename van personificatie in het Algemeen Dagblad, een toename percentage van 21 procent. Het blijkt dat in 1993 het AD al vaak mensen betrok in de artikelen, net zoals er in 1993 ook al sprake was van toevoeging van emotie in de artikelen. Hoewel er pas sinds een aantal jaar sprake is van de personifiëring en emotionalisering van de journalistiek, liep het AD hier al in voorop.

Frames

Als je de marginalisatie-, differentiatie- en balansframes vergelijkt, zien we een verschil met twintig jaar geleden. Het percentage nam toe van 19 procent bij het balansframe, dat betekent dat het Algemeen Dagblad in de afgelopen twintig jaar secuurder omgaat met de berichtgeving over het christendom. Dit heeft voornamelijk te maken met de enorme stijging in objectiviteit, dat ik verderop bespreek.

Emotie

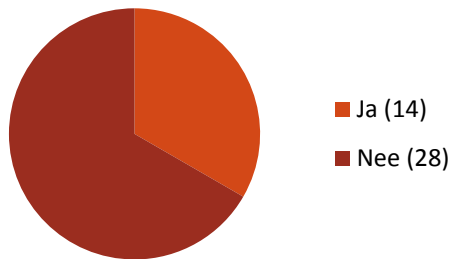


Hoewel het AD in 1993 al gebruik maakte van visuele woorden, is dat in 2013 alleen nog maar toegenomen. Deze woorden die een beeld geven aan de lezers bevatten voornamelijk woorden die een oordeel geven over de bevolkingsgroep, maar voornamelijk ook de stereotype beelden, die ik al eerder benoemd heb.

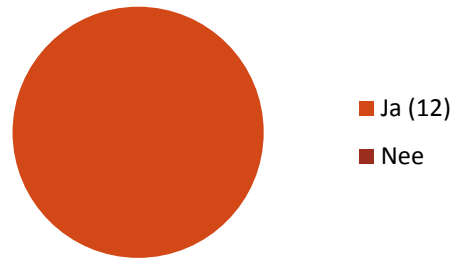
Tolerantie en objectiviteit

In 1993 was 80 procent van de artikelen tolerant ten opzichte van het christendom, in 2013 is dat 85 procent van de artikelen. Er is dus een lichte verhoging te merken in de tolerantie, maar dat heeft met name ook te maken met de objectiviteit. In 1993 was één derde van de artikelen objectief en in 2013 waren alle artikelen objectief. Dat heeft ook te maken met het feit dat bijna alle artikelen die het Algemeen Dagblad heeft geschreven feitelijke weergaves zijn van de werkelijkheid. Er werden nagenoeg alleen korte nieuwsartikelen geplaatst in de krant. Door deze feitelijke berichten is de objectiviteit sterk toegenomen.

Objectiviteit? - AD 1993



Objectiviteit? - AD 2013



Kennis, respect en balans

Er is een lichte verhoging (10 procent) te merken in de kennis over religie bij het Algemeen Dagblad. Dit heeft waarschijnlijk te maken met de personificatie van artikelen. Door christenen aan het woord te laten over bepaalde nieuwsonderwerpen, genereer je daar als krant direct een informatiebron die veel weet over het onderwerp en over het geloof. Daarbij verlangt de krant ook niet veel kennis van de journalisten als ze nieuwsfeiten overnemen van persbureaus zoals het ANP (deze artikelen nemen de journalisten over omdat kranten de druk voelen door de komst van internet).