

Oude kerk, nieuwe media

ds. Erjan van de Linde
drs. Jan Noorlandt
dr.ir. Jan van der Stoep

Vereniging van Regionale
Christelijke Gereformeerde
Studiekringen

Rhenen, 2010

Woord vooraf

De RCGS, de vereniging van Regionale Christelijke Gereformeerde Studiekringen, organiseert sinds 1953 landelijke en regionale studiebijeenkomsten.

Op 3 maart 2007 was de conferentie gewijd aan het thema “Oude kerk en nieuwe media”.

De bijdragen zijn in deze brochure opgenomen. Ook zijn ze te vinden op de website van de Christelijke Gereformeerde Kerken : www.cgk.nl

Deze uitgave is mede mogelijk gemaakt door de Chr. Hogeschool Ede: www.che.nl

INHOUDSOPGAVE

1. Nieuwe media, negeren of reageren. ds. Erjan van de Linde	4
2. Nieuwe vorm van kerk-zijn? Prediking en gemeentevorming in een netwerk- samenleving dr.ir. Jan van der Stoep	17
3. Beamer of be-amer drs. Jan Noorlandt	33
4. Biografische gegevens	38
5. Colofon	39
6. RCGS	39

1. Nieuwe media, negeren of reageren.

Ds. Erjan van de Linde

Sinds het midden van de vorige eeuw is de kwaliteit van leven met sprongen vooruit gegaan. De techniek en elektronica hebben daar een grote bijdrage aan geleverd. Dit heeft onze manier van leven, maar ook die van kerk-zijn enorm beïnvloed.

Ik laat nu even de revolutie in mobiliteit door ons massale autogebruik achterwege, al is terecht gesteld dat deze verantwoordelijk was en is voor de perforatie van de gemeentegrenzen. Ook de ontwikkeling op het gebied van de telecommunicatie laten we voor wat het is, al zullen we blij zijn dat we de predikant per telefoon een nieuwe boreling kunnen melden en dit niet op de stoep van de pastorie behoeven te doen, zoals vele generaties voor ons.

We richten ons nu op de nieuwe media en op het gebruik ervan in de kerk. Is deze ontwikkeling toe te juichen? Of laten we ons erdoor in de luren leggen? Valt er nog iets bij te sturen of is een stimulans gewenst? Recent maakte ik mee dat een zeer behoudende collega uit ons kerkverband net voor de aanvang van de classisvergadering binnenkwam en nog net in staat was zijn laptop uit de tas te tillen en via een inderhaast door de koster uitgerold verlengsnoer aan te sluiten op het net. En terwijl de voorzitter de schriftlezing deed werd hij geïnterrupteerd door de openingsriedel van Windows uit genoemde donkerkleurige laptop. Gegniffel

alom. Ik vond het een ontheiliging van de wijding van dat moment. Of moeten we dit voor lief nemen?

Ik wil het gebruik van de nieuwe media in de kerk bespreken en dan met name het gebruik van de website en de beamer. Ik beperk me tot het gebruik van deze twee middelen, en dan ook nog maar bepaalde delen van de mogelijke toepassingen. Ik moet me simpelweg beperken. Ik heb overwogen om het gebruik van e-mail erbij te betrekken en wat dit voor invloed heeft op onze manier van samen gemeente zijn, maar laat dat achterwege vanwege de beschikbare ruimte. Bij het gebruik van de beamer komt ook de beeldcultuur aan de orde. Ten slotte geef ik een aanzet tot een zekere beoordeling van dit gebruik. Negeren of reageren. Hoe gaan we als oude kerk om met deze nieuwe fenomenen?

Een eigen website.

Van geen enkel diploma heb ik zoveel profijt gehad als van mijn typediploma. En was toen mijn elektronische typemachine een gigantische vooruitgang, in mijn studietijd in Apeldoorn kocht ik mijn eerste computer. Sindsdien ging het van Tipp-ex naar *backspace*, van statische beelden naar bewegende, van piepgeluidjes naar hifisound, van kabelverbinding naar internet, eerst via de telefoonkabel, nu via adsl, van het printen van brieven naar het versturen van e-mail.

Ik begon relatief snel met het hebben van een eigen website (dat was in het jaar 2000) en zette er artikelen

op over God en geloof, schepping of evolutie en relaties en seksualiteit. Vooral dat laatste onderdeel werd dramatisch goed bezocht. Het regende vragen en noodkreten. Ik vroeg een aantal mensen om mij te helpen bij de beantwoording ervan en zette –als ik toestemming kreeg- de antwoorden op de site, stelde lijstjes met adviezen over mediagebruik samen en begeleidde mensen.

Ik deed dat alles digitaal om niet door dit werk opgeslokt te worden.

De kracht van dit concept was het bespreekbaar maken van zaken als pornoverslaving en relatieproblemen. Herkenbare verhalen vertellen met in hetzelfde scherm de mogelijkheid om te reageren. Het werd een soort digitale biechtstoel. Veel mails begonnen met: “wat ik u vertel, heb ik nog nooit aan iemand anders verteld; zelfs aan mijn vrouw of mijn man niet”. En dan kwam er een verhaal waar ik soms van dacht: heb ik nu alle seksuele aberraties nog niet gehad?

Het was aan de andere kant bijzonder om te horen hoe mensen geholpen werden via het dunne draadje van de techniek. Veelal volgde er een bedankmail.

Meer en meer kwam echter de grens van geestelijke hulpverlening in zicht. Wanneer iemand voor de 10^{de} keer mailde verdwaald te zijn geraakt in pornosites en riep: wat kan ik nu nog doen? Dan had ik mijn lijst van God vragen om vergeving, je leven anders indelen, jezelf helpen met voorzorg. Maar ik beseftte: de enige passende reactie was uitnodigen voor een gesprek met gebed om Gods kracht. Gelukkig kwamen er in de loop van de tijd meer en meer zelfhulpgroepen en kregen reguliere hulpverleningsinstanties oog voor deze nood. Meer en meer ben ik gaan wijzen op het belang van spreken met vertrouwenspersonen binnen eigen kring of gemeente. Het bespreekbaar maken van dit onderwerp met de eigen partner, hoe moeilijk dat ook is. Ook heb ik de mogelijkheden om te reageren op mijn site sinds 1,5

jaar drastisch verminderd. Mede door de toename van vergelijkbare sites is het aantal vragen en noodkreten verminderd.

Een tweede groep van reacties op de site zijn mensen die meer willen weten over het geloof. Een kleine groep daaruit wil nader contact. Een valkuil hierbij is dat je te snel tot een gesprek wil komen of tot het bezoeken van de diensten. Een sleutelwoord is 'vrijblijvend contact' en uiteraard een navenante houding. Het gaat om het triggeren van mensen en voorzien van goede informatie; om duidelijke cursussen en een lijn van lesprogramma's. Deze mensen zijn erg informatieverricht, waar je als predikant nogal eens mensgericht bent. Het gaat echt om de inhoud.

Een belangrijk punt bij het opzetten van een persoonlijke of kerkelijke website is het uitstralen van vertrouwen. Mensen willen levensverhalen lezen, zich kunnen identificeren met levensechte, herkenbare personen. Ik ben mijn deelsite over seksualiteit begonnen met een verhaal van een Amerikaan, Eddy Snipes, die 20 jaar aan porno verslaafd was en dit overwon door de kracht van God. Steevast begonnen mails met: "beste Eddy, geachte heer Snipes. Hartelijk dank voor uw verhaal."

Het is een goed middel om heel dicht bij mensen te komen. Je zit onder hun toetsenbord. De digitale wereld en de echte wereld komen dicht bij elkaar. Het middel

en de boodschap versmelten bijna; wat in optima forma het geval is bij Jezus Christus. Zijn leven van middel, van dienst en heil, boodschap is één en dezelfde. Dit is pas kwaliteit van leven!

Een derde groep die zich meldt op de site zijn de kinderen en de jongeren die werkstukken maken over de kerk, de dominee, het verschil en de overeenkomsten tussen christendom en islam. Hierbij gaat het om leerlingen van zowel het basisonderwijs als het voortgezette onderwijs. Je krijgt echt lieve en leuke mails en ook wel hele zakelijke: "morgen moet mijn werkstuk af, kunt u mij zeggen op welke punten de 'Da Vinci code' van Dan Brown afwijkt van de Bijbel?" Hier is echt nog een wereld te winnen. Jongeren 'googleden' en zoeken minder in de bibliotheek. Het liefst ontvangen ze kant en klare werkstukken, al moet je je daar niet toe laten verleiden.

Beamer en beeldcultuur

Een tweede punt wat ik wil aanvoeren is het gebruik van beeldapparatuur in de eredienst.

Jan Veenhof, emeritus hoogleraar dogmatiek aan de VU, verzucht in zijn bundel 'Vrij Gereformeerd' dat we in een sterk geverbaliseerde kerk leven. Hij slaakt deze zucht in het kader van het bespreken van de relevantie van de charismatische beweging voor de gevestigde kerken. In deze kerken is een deel van Gods openbaring toegedekt, ingesneeuwd en vervet: de beweeglijkheid lijkt eruit verdwenen te zijn, de spontaniteit en het enthousiasme

is weggeëbd. Hij bespeurt latente onlustgevoelens bij veel christenen.

De verkondiging is te abstract en te theoretisch geworden.

Zonder nu in te gaan op dit kader is zijn diagnose herkenbaar: de Christelijke Gereformeerde Kerken zijn woordkerken. Immers, het geloof is uit het gehoor, zo is de veel geciteerde tekst uit Romeinen 10: 17. Dit is inderdaad een belangrijke tekst en geeft de hoofdweg aan waardoor het geloof als gave van God tot de mens komt. Maar er staat niet: het geloof is alleen uit het gehoor. Geloof is ook uit het aanschouwen. De wijzen uit het Oosten hoorden geen stem, maar zagen zijn ster, zo zegt Mattheüs ons. Het Woord uit Micha 5: 1 zetten hun wel in de juiste richting, maar opnieuw brengt de ster hen in Bethlehem waar ze het kind Jezus aanbidden. Geloof is uit het tasten. Thomas krijgt na de opstanding de opdracht van de Here Jezus om zijn handen en zijde te betasten. En dan komt hij tot de belijdenis: 'Mijn Here en mijn God'. Dan zegt Jezus: 'Omdat je mij gezien (Nb. niet getast!) hebt, heb je geloofd? Zalig zij, die niet gezien hebben en toch geloven. Daarmee diskwalificeert Jezus het geloof van Thomas niet. Het geloof is een gave van God. Dat ontvangen we van God en dat kunnen wij niet trechteren of via een bepaalde mal *streamen*. Dat hebben we wellicht toch teveel willen doen de afgelopen eeuwen. Wie kent niet de heilsorde van roeping tot en met verheerlijking, die voorheen werd opgevat als een chronologische orde. Datzelfde geldt voor de drie stukken van de catechismus die als een

belevingsorde werden geponeerd. Gangbaar onder ons is dat er verbanden en samenhangen zijn in het werk van de Heilige Geest in een gelovige, maar dat we vanuit de Bijbel geen bindende orde kunnen ontdekken, zo helpt ons de Beknopte Gereformeerde Dogmatiek. De opdracht van de Here Jezus is om volken tot discipelen tot volgelingen van Hem te maken; niet om kerkbanken te vullen met gewillige luisteraars. Hierbij gaat het allereerst om overdracht van kennis: zaligmakende kennis, kennis van het werk van de Geest, kennis van een leven met God, kennis van onszelf en van onze naaste.

Ik ben niet zo optimistisch gestemd over deze kennisoverdracht gedurende onze kerkdiensten of breder binnen onze gemeenten. Nu zijn we als gemeente allereerst een geloofsgemeenschap en geen leergemeenschap. Maar de kwaliteit van de geloofsgemeenschap zal beslist toenemen door een grotere bandbreedte van de genoemde kennisoverdracht. Daarbij zijn alle middelen die deze kennisoverdracht ondersteunen gewenst. In de kerkdienst denk ik dan als nieuw middel aan het gebruik van een beamer voor het tonen van tekst en beeld. Het is aannemelijk dat wanneer je een boodschap alleen hoort er minder van blijft hangen dan wanneer je het hoort en ziet en dan zien in zowel tekst als beeld.

Onmiskkenbaar sluit visualisatie van de boodschap in de kerk aan op het huidige leefklimaat. Dr. Chuck Fromm zegt in een artikel in *'Worshipleader'* (een Engelstalig

magazine voor het begeleiden van kerkdiensten) dat de nieuwe media beeld bevoordeelt boven tekst.

PowerPoint, video's, combo's, mail en weblogs zijn *image-driven*. Dit sluit aan bij de leef- en denkwereld van veel jongeren en een groeiend aantal ouderen. Hij zegt dat het niets minder is dan een nieuw idioom, een nieuwe manier van jezelf uitdrukken.

Hij vergelijkt deze *shift* in idioom met die ten tijde van de reformatie toen de Bijbel uit het Latijn vertaald werd in de landstaal en voorhanden kwam in gedrukte vorm.

Christelijke leiders van vandaag en morgen staan voor de uitdaging dit nieuwe idioom te gebruiken om Gods Woord te communiceren. Laten we deze omarmen, zo is zijn pleidooi. We zijn echt de boekdrukkunst voorbij.

Daarbij drukt Fromm ons op het hart om te bedenken en ervan uit te gaan dat God het initiatief neemt tot zelfcommunicatie. Zonder de Heilige Geest die ons in gemeenschap met God brengt, zullen onze PowerPointpresentaties, video's, combo's, mails en chats en alle nog te verwachten wonderen van de digitale revolutie zijn als flikkerende plasmaschermen en falende zoekmachines.

Wat Fromm brengt als een onafwendbare ontwikkeling zou ik met Veenhof willen zien als een welkome verfrissing van een sterk geverbaliseerde kerk. Ik zou het willen omschrijven als een natuurlijke correctie op – vergeef me de term – de kerk als woordenkraam. Ik sluit aan bij de Nederlandse Geloofsbelijdenis, artikel 2. God drukt Zichzelf ten eerste uit door de Schepping. En ten

tweede geeft God zich nog duidelijker en vollediger aan ons te kennen door Zijn Woord.

Aan het tweede heeft de theologie veel, zo niet alle aandacht gegeven. Het is goed om ook het eerst genoemde theologisch te verdisconteren en te verwerken in de liturgiek. De schepping is Gods prentenboek, Gods Powerpresentatie en daar heeft Hij de Point, de pointer van onze computer echt niet bij nodig. Wij wel!

De geschapen natuur als Gods doorlopende videovoorstelling is machtig en prachtig. Ik was erg onder de indruk van het concert dat Darlene Zschech met de Hillsongband gaf in het Gelredome. Terwijl ze zong over Gods grootheid en majesteit werd op grote plasmaschermen in helikopterview ijzige bergketens, kleurige akkers en tintelende wateroppervlakten getoond. 'How great is our God' via je oren en je ogen in een goede synchronisatie. Zo kan het!

Deze synchronisatie is overigens van groot belang bij visuele ondersteuning. Het juiste beeld op het juiste moment als het gaat om het tonen van de gezongen liederen of een afbeelding bij de preek. Daarbij is ook een stuk functionaliteit op zijn plaats. Beelden zijn al gauw overdadig en roepen ongewilde associaties op. Laten we oppassen voor relitainment, voor verstrooiing van de aandacht. Beelden zullen illustratief en ondersteunend zijn, niet leidend.

Laat mij het geheel mogen samenvatten met een korte kerkkunsthistorisch exposé: Er is een tijd geweest dat voor het gewone volk de Bijbelse verhalen door middel van glas-in-lood ramen werden verbeeld. En wat zijn sommige verbeeldingen van de Via Dolorosa in de 14 statiën en in bepaalde altaarstukken indringend. Het brengt je tot liefdevolle bezinning en aanbidding. Hetzelfde geldt voor sommige ikonen in de Oosters-orthodoxe kerken.

Met de reformatie hebben we dit alles achter ons gelaten en zijn alle kaarten gezet op de woordverkondiging. Ik pleit niet voor een soort herintreding, maar we krijgen met de nieuwe media een tweede kans. En daarbij zijn aanknopingspunten met de Bijbel te over. De Here Jezus gebruikte in zijn verkondiging talloze beelden en uitgebreide situatieschetsen. De profeten tonen ons visioenen, doorspekt met visualisaties. De psalmtaal is krachtig mede door de veelheid aan beeld en opsomming van werkwoorden alsof de *play*-toets steeds aan staat. De vele geschiedenissen in het Oude en Nieuwe Testament hebben niet voor niets talloze illustraties en vele verfilming opgeleverd.

Ons wordt geen blind geloof gevraagd, veeleer een verbeeldend geloof.

Beoordeling

Hoe zal onze houding zijn ten opzichte van de nieuwe media? Hier zijn mijns inziens drie antwoorden op te geven namelijk afwending, toewending of confrontatie.

Veel behoudende christenen hebben grote moeite met de nieuwe media in de kerkdienst. Dat geldt wat minder van het gebruik van de andere resultaten van de digitale revolutie, maar het modem is nog een gemeengoed in de Gereformeerde Gezindte. Afwending van de wereld heeft een lange geschiedenis in piëtistische en evangelische stromingen gehad. Vraagt God van ons deze afwending van de wereld? Ik wil hier niet dieper op in gaan, en volstaan met de mening dat het niet Gods bedoeling is om ons terug te trekken in een religieuze subcultuur.

Ook totale aanpassing aan de moderne cultuur - waarvan de media een belangrijk deel van uitmaken - verdraagt zich niet met het koninkrijk van God dat sinds Jezus Christus baanbreekt. Dit koninkrijk heeft zijn eigen wetten en wetmatigheden die zich niet verdragen met oeverloze relativering.

Persoonlijk kies ik voor de confrontatie en gedeeltelijke toepassing. We nemen niet stuurloos de waan van de dag over. Zo werkt ons kerkelijke leven niet. Daarvoor zijn onze principes te heilig. We vluchten niet in een eigen subcultuur met alle hypocrisie van dien. Het zal gaan om kennis nemen van de nieuwe media en het zoeken naar een begaanbare weg. Wellicht is het goed de term mediaopvoeding ook van toepassing te verklaren voor onze kerken. Het mag een vraag zijn hoe we de nieuwe media inzetten om het geweldige nieuws van Gods Zoon kracht bij te zetten.

We willen in rapport met de tijd zijn, met open oog en oor voor risico's. Vooral in het besef dat God Heer is over natuur en cultuur, over beeld en geluid, over media en mogelijkheden.

Stellingen:

- Wie de nieuwe generatie de principes van het christelijke geloof wil onderwijzen zonder de taal van de multimedia te spreken, zal falen.
- In de kerk kunnen we meer met geboren (natuurlijke) beelden werken, dan met gemaakte (kunstmatige) beelden (dit onderscheid is van H. Jochemsen).
- Blind geloof stompt de zintuigen af en reduceert de mens.
- Het lichaam is een middel om God te dienen, maar het is ook de plaats van onze zelfgerichte begeerten. De beeldcultuur is een concessie aan deze begeerten.
- Smaak en stijl verdringen de Bijbelse waarden en zijn de grote schaduwzijde van de toegenomen roep om kwaliteit.

Literatuur

Jan Veenhof, *Vrij Gereformeerd*, Kampen 2005, pagina 224
Vergelijk J. van Genderen en W.H. Velema, *Beknopte Gereformeerde Dogmatiek*, Kampen 1992, pagina 525: 'We willen er geen belevingsorde, dus geen chronologische orde van maken. Het gaat om de theologische samenhang van de weldaden. Man kan ook zeggen, om de soteriologische samenhang van de gaven en de werkingen. Het is geen orde die wij bindend opleggen.'

Worshipleader Magazine, januari/februari 2007, San Juan Capistrano, pagina 31-34.

2. Nieuwe vorm van kerk-zijn? Prediking en gemeentevorming in een netwerksamenleving

Jan van der Stoep

1. Inleiding

Met het gebruik van computer, internet en mobiele telefoon verandert de samenleving in snel tempo van karakter. We bewegen ons van een samenleving waarin massaproductie en massacommunicatie centraal staan naar een samenleving die afgestemd is op de individuele behoeften van mensen. Bovendien vervagen de grenzen tussen verschillende maatschappelijke domeinen. Via internet worden werk en thuis met elkaar verbonden. Mobiele telefonie zorgt ervoor dat iedereen direct bereikbaar is waar je je op dat moment ook bevindt. En ook wordt het steeds makkelijker om over grote afstanden heen contact met elkaar te blijven onderhouden en kennis te nemen van wat er buiten onze landsgrenzen gebeurt. Maar wat betekent dit alles nu voor de kerken? Moeten kerken zorgen dat ze bij de tijd blijven om zo de aansluiting met de samenleving te waarborgen? Of moeten ze zich door al die ontwikkelingen niet gek laten maken? De kerk heeft immers al heel wat eeuwen doorstaan. In dit hoofdstuk zal ik op bovenstaande vragen ingaan. Ik zal daarbij speciaal aandacht besteden aan de manier waarop nieuwe media de sociale infrastructuur

veranderen en wat dat betekent voor de organisatorische inrichting van kerken. Wellicht dat u bij het onderwerp kerk en nieuwe media in de eerste plaats denkt aan het gebruik van een beamer in de eredienst, e-mailcommunicatie, of het bouwen van een website. Allemaal nuttige toepassingen die ook zeker aan de orde komen, maar de invloed van nieuwe media reikt verder. Minstens zo spannend is de vraag hoe kerken present kunnen zijn binnen een samenleving waarin traditionele verbanden wegvallen en mensen meer en meer door netwerken met elkaar verbonden zijn. Ik wil eerst onderzoeken hoe techniek en samenleving zich tot elkaar verhouden. Vervolgens wil ik nagaan wat de kenmerken zijn van de netwerksamenleving waarin we nu leven. Ten slotte sta ik stil bij wat de veranderingen in de samenleving betekenen voor zowel prediking als gemeentevorming.

2. Vorm en inhoud

Wanneer nagedacht wordt over de maatschappelijke invloed van de media dan wordt dat vaak gedaan in technisch-deterministische termen. Men gaat er vanuit dat computer, internet en mobiele telefonie de samenleving radicaal zullen transformeren en ook een nieuw type mens zullen voortbrengen. Vooral gedurende de internethype eind jaren '90 was een dergelijke benadering dominant aanwezig in het publieke debat. Iemand die vanuit een technisch-deterministisch perspectief heeft nagedacht over media is Marshall McLuhan. Bij het grote publieke is hij vooral

bekend geworden door zijn uitspraak *the medium is the message*. McLuhan ging ervan uit dat media als radio en televisie een nieuwe sociale werkelijkheid scheppen en dat het effect van de media zelf een doorslaggevend invloed zou hebben op de samenleving dan de boodschappen die via deze media worden verzonden. Wanneer we dat vertalen naar onze tijd, dan zouden we moeten zeggen dat we ons niet zozeer druk moeten maken over alle troep die op internet staat, maar veel meer over wat internet als medium met ons mensen doet, hoe het onze denkhouding en de houding naar anderen toe verandert.

Een tweede manier waarop de relatie tussen techniek en samenleving gedacht wordt is de sociaaldeterministische benadering. Een voorbeeld van een dergelijke benadering is te vinden in het werk van Pierre Bourdieu, en met name zijn boek *Un art moyen* dat over fotografie gaat. Met behulp van veel empirisch materiaal laat Bourdieu in dit boek zien dat iedere maatschappelijke klasse op een eigen manier van het fototoestel gebruik maakt. De arbeidersklasse maakt familiekiekjes en vakantiefoto's en laat zich daarbij vooral leiden door clichématige beelden: een mooie zonsondergang, foto's van voor de hand liggende gebouwen of landschappen. De maatschappelijke middenklasse daarentegen probeert vooral artistieke foto's te maken en zo de moderne schilderkunst te evenaren. Ze schaffen vaak ook een dure foto-uitrusting aan. De intellectuele elite daarentegen ziet fotografie als een inferieure vorm van kunst. Ze hebben wel het geld

voor een dure foto-uitrusting, maar investeren liever in wat zij echte kunst noemen.

Met bovengenoemde voorbeelden laat Bourdieu zien dat de samenleving en ook de menselijke natuur veel robuuster is dan technisch-deterministische denkers vaak beweren. Onze maatschappelijke en culturele achtergrond bepaalt in belangrijke mate hoe we de media inzetten en voor onze eigen doeleinden gebruiken. Maar omgekeerd, en daarin ligt de zwakte van de sociaaldeterministische benadering, hebben media ook wel degelijk invloed op de wijze waarop onze samenleving is ingericht. Door de komst van nieuwe media worden de grenzen en afbakeningen tussen de verschillende groepen diffuser. We komen in een netwerksamenleving terecht waarin mensen leren om over de grenzen van hun eigen gemeenschap heen te denken.

Het blijkt dus nog niet zo eenvoudig te zijn om de relatie tussen techniek en samenleving in kaart te brengen. Bepaalt de techniek nu de samenleving, of is het juist andersom? In een derde, sociaalconstructivistische benadering, wordt vaak gesteld dat het hier feitelijk om een 'kip-en-ei'-probleem gaat. Het heeft weinig zin om te zoeken naar wat er eerder was: de techniek of de samenleving, de kip of het ei. Veel belangrijker is om de wisselwerking tussen beide te begrijpen. Of, om het in de termen van de sociaalconstructivisten te zeggen: de co-evolutie tussen techniek en samenleving. Iemand die vanuit een dergelijk sociaalconstructivistisch perspectief

werkt is Manuel Castells. Hij beschrijft bijvoorbeeld hoe internet zich ontwikkelt van de ruggengraat van het Amerikaanse defensie systeem, het Arpanet, tot een wereldwijd communicatienetwerk. De bedenkers van Arpanet hadden onmogelijk kunnen voorspellen waar hun uitvinding uiteindelijk toe zou kunnen leiden en hoe het de samenleving zou kunnen veranderen. Tegelijkertijd laat Castells zien dat heel bepalend voor het succes van internet is dat het ontwikkeld werd in een tijd waarin een duidelijke maatschappelijke behoefte bestond aan een dergelijk medium. In een andere maatschappelijke setting was het waarschijnlijk heel anders gelopen met de ontwikkeling van internet.

De winst van de sociaalconstructivistische benadering is dat het een open oog heeft voor de wisselwerking tussen techniek en samenleving. Tegelijkertijd is het echter ook een benadering die veel nadruk legt op historische toevalligheid en geen conceptueel raamwerk biedt om ontwikkelingen te duiden in termen van vooruitgang en achteruitgang. Zelf kies ik daarom liever voor een meer fenomenologische benadering waarin techniek wordt gezien als een middel om de samenleving te ontsluiten. Technische hulpmiddelen maken nieuwe ervaringen en leefwijzen mogelijk, maar ze sluiten ook bepaalde ervaringen of leefwijzen uit. Don Ihde gebruikt in dit verband het voorbeeld van een blindengeleidestok. Enerzijds zorgt dit hulpmiddel ervoor dat blinden zich beter kunnen verplaatsen zodat een wereld voor hen open gaat. Anderzijds werkt de

blindengeleidestok echter ook beperkend omdat je met een stok nu eenmaal minder goed kunt voelen dan met je vingertoppen. Je moet verschillende media daarom in onderlinge relatie met elkaar gebruiken. Een ander interessant fenomeen is dat technische hulpmiddelen vaak wel bepaalde gebruikspatronen stimuleren, maar deze nooit helemaal vastleggen. De telefoon heeft bijvoorbeeld onherroepelijk ons maatschappelijk leven veranderd, maar de wijze waarop we dit apparaat in verschillende settings gebruiken, kan heel divers zijn. Vroeger hing de telefoon doorgaans in een onverwarmde gang en werd het vooral gezien als een apparaat om afspraken te maken. Tegenwoordig pak je juist de telefoon als je eens wat langer en intensiever met elkaar wilt praten.

3. Kenmerken van de netwerksamenleving

Wat zijn nu precies de kenmerken van de samenleving waarin we ons nu bevinden en waarin het gebruik van nieuwe media zoals computer, internet en mobiele telefonie een toonaangevende rol spelen? Ik denk dat we ons op dit moment in een fase in geschiedenis van de moderne samenleving bevinden die heel vergelijkbaar is met die van de industriële revolutie. Met de industriële revolutie veranderde de samenleving drastisch van karakter. Het meest typerend voor deze verandering was de ontwikkeling van de fabriek en de lopende band. Arbeiders trokken van het platteland naar de stad en kwamen in een nieuwe leefomgeving terecht waarin alles op planmatige wijze was georganiseerd. Er werd strak onderscheid gemaakt tussen werktijd en

privétijd en iedere arbeider moest op een specifieke plek in de productiemachine een eigen handeling uitvoeren. De industriële samenlevingsorde, zo zou je ook kunnen zeggen, draaide vooral om de transformatie van energie. Er moesten dingen worden geproduceerd, materialen in andere materialen worden omgezet. In dit proces van transformatie speelde de uitvinding van de stoommachine een belangrijke rol. Echter, het is goed om ons te realiseren dat de textielindustrie in Engeland ook voor de komst van de stoommachine al heel planmatig was ingericht. De uitvinding van de stoommachine sloot aan bij een bestaande ontwikkeling, maar versterkte op haar beurt ook het proces van industrialisatie.

Met nieuwe media zoals computer, internet en mobiele telefonie bevinden we ons in een vergelijkbare situatie. We zouden de huidige veranderingen in de samenleving kunnen typeren als een overgang van een industriële samenleving naar een informatiesamenleving of netwerksamenleving. In deze nieuwe samenleving staan informatie-uitwisseling en communicatie centraal. Er vindt een voortdurende monitoring van informatiestromen plaats, waardoor nieuwe kennis wordt gegenereerd die gebruikt wordt om bestaande productiepatronen efficiënter te maken en beter te doen aansluiten bij behoeften in de samenleving. Daar waar voorheen, in de industriële samenlevingsorde, het vooral van belang was om een gedegen product af te leveren dat jaren kon meegaan, moeten organisaties nu flexibel inspelen op de wensen van het publiek. Dat

betekent dat organisaties voortdurend moeten innoveren om zo de concurrentie voor te blijven en ook voortdurend bezig moeten zijn om klanten aan hun product te binden. En ook hier geldt weer dat er een wisselwerking plaats vindt tussen nieuwe technologische ontwikkelingen en veranderingen in de samenleving als geheel. Enerzijds vraagt het flexibel inspelen van organisaties op behoeften van de klant om het gebruik van media waarmee informatiestromen kunnen worden gecontroleerd en waarin organisaties flexibel in ruimte en tijd kunnen worden vormgegeven. Anderzijds zorgt de introductie van deze nieuwe media er ook voor dat ontwikkelingen versneld worden en de diversiteit aan producten en diensten toeneemt.

In een samenleving waarin informatie-uitwisseling en communicatie centraal staan, komt meer dan ooit nadruk te liggen op de zelfredzaamheid en zelfprofilering van afzonderlijke individuen. Het gaat erom dat jij netwerken bouwt en zo een eigen vriendenkring om je heen verzamelt. De persoonlijke identiteit wordt niet langer opgebouwd binnen vaststaande levensbeschouwelijke kaders, maar wordt een product van sociale constructie waarmee groepen puttend uit een diversiteit van repertoires een nieuwe leefomgeving scheppen. Denk maar eens aan de huidige generatie popartiesten die ieder jaar van uiterlijk en karakter veranderen om zo bij de tijd te blijven en een nieuwe trend te zetten. Of aan docenten, politici en predikanten die er alles aan moeten doen om steeds maar weer bij het publiek in de smaak te vallen.

Tegelijkertijd treedt er ook een verinnerlijk en verdieping van de ervaring op. Er wordt een sterk beroep gedaan op de persoonlijke motivatie en intuïtie van mensen. Gerhard Schulze neemt in onze samenleving dan ook een overgang waar van een 'Außenorientierung', een oriëntatie op uiterlijke vormen en structuren, naar een 'Innenorientierung', een oriëntatie uitgaande van het innerlijk van mensen zelf. Dat betekent niet dat uiterlijke structuren er minder toe doen, maar dat ze niet langer het vanzelfsprekende kader zijn waarbinnen individuen en groepen zich ontwikkelen. In de afwegingen die mensen maken is belangrijker dat iets 'echt' is en 'authentiek', dan dat het binnen een samenhangende levens- en wereldovertuiging past.

De sterke nadruk op informatie-uitwisseling en communicatie zorgt er bovendien voor dat de grenzen tussen verschillende maatschappelijke verbanden diffuser worden. Waar de industriële samenleving vooral gekenmerkt werd door een scherp onderscheid tussen het publieke en het private domein, daar treden nu door telewerken en flexibele arbeidsrelaties nieuwe vormen van integratie op. Mensen schamen zich er ook minder voor om in het openbaar over hun privéleven of over hun geloof te vertellen. Op internet lopen de verschillende levenssferen in toenemende mate door elkaar heen. Even googlen en je vindt niet alleen het CV van mensen, maar ook welke vrienden ze hebben op Hyves en wat ze zoal in hun vrije tijd uitspoken. Ook het onderscheid tussen het nationale en internationale

domein wordt minder scherp. Via tal van media kunnen mensen bijvoorbeeld direct volgen wat er bij de presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten gebeurt en ook kunnen ze direct contact onderhouden met familieleden die geëmigreerd zijn, of zendingen die je voorheen slechts eens in de zoveel tijd sprak of met wie je alleen via brieven contact onderhield. Individuen, zo zou je ook kunnen zeggen, zijn direct op een wereldwijd netwerk aangesloten. Omgekeerd kun je op het wereldwijde netwerk eenvoudig en snel allerlei informatie vinden over welke plek op aarde dan ook. Het lokale is mondiaal geworden en het mondiale lokaal.

4. Verlangen naar verdieping

De invloed van de netwerksamenleving doet zich ook gelden binnen kerkelijke gemeenschappen. We zijn als christenen kinderen van onze tijd en verlangen net als iedereen naar echtheid en authenticiteit. Dat doet ook een bijzonder beroep op de prediking. Waar vroeger doorgaans de vraag werd gesteld of het Evangelie ook waar is, wordt nu vooral de vraag gesteld of het je helpt om voluit mens te zijn en beter tot je bestemming te komen. De traditionele dogmatiek die gericht was op de systematische verzameling van kennis heeft plaats gemaakt voor zelfhulpboekjes waarin door middel van vragen, gesprekspunten en suggesties voor gebed de zelfwerkzaamheid van de lezer wordt geactiveerd en waarin Bijbelteksten direct op de persoonlijke situatie van mensen worden toegesneden. Bovendien wordt in veel kerken meer dan voorheen nadruk gelegd op

liturgische vernieuwing om zo goed mogelijk bij de belevingswereld van de individuele kerkganger aan te sluiten. Om de kloof tussen predikant en gemeente te overbruggen moeten preken vooral kort en krachtig zijn. Ook wordt van predikanten en ambtsdragers verwacht dat het inspirerende personen zijn. Gezag hebben ze niet meer ambtshalve, maar moeten ze door hun doen en laten verdienen. Ambtsdragers moeten mensen zijn uit één stuk, die je vertrouwt en waaraan je je kunt optrekken. Ze moeten iets van hun eigen innerlijk durven laten zien.

Een voor de hand liggende manier om de boodschap van het Evangelie toe te snijden op de mensen van vandaag is om zoveel mogelijk gebruik te maken van nieuwe media. Een voorbeeld daarvan is het gebruik van de beamer in de eredienst. Door plaatjes en beelden te laten zien wil men zoveel mogelijk aansluiten bij de belevingswereld van de kerkganger die sterk visueel is ingesteld. Een ander voorbeeld is het idee van een wikipreek waarin gemeente en predikant gedurende de week samen aan een preek schrijven. Op die manier, zo is de redenering, wordt de gemeente actief ingeschakeld bij het schrijven van de preek, waardoor de interactie tussen predikant en gemeente wordt gestimuleerd. Het is echter de vraag of we op deze manier niet teveel van de inzet van nieuwe media verwachten. Door het gebruik van de beamer kan de preek gemakkelijk een praatje bij een plaatje worden en voor je het weet wordt een wikipreek een zouteloos verhaal omdat aan ieders wensen en verlangens tegemoet moet worden

gekomen. Op zich is er met de inzet van nieuwe media niets mis, maar het komt er wel op aan hoe je ze inzet en welke ruimte je ze binnen de gemeente en de zondagse viering geeft. Dienen ze de zondagse prediking en helpen ze om het hart van de gemeente te raken? Of vormen ze juist een sta-in-de-weg?

Om op deze vraag een goed antwoord te geven, is het van belang om te peilen waaraan mensen in onze samenleving echt behoefte hebben. Is dat aan snelle en dynamische verhalen die direct aansluiten bij de dagelijkse ervaringen van mensen of gaat achter het zoeken naar echtheid en authenticiteit ook een verlangen naar zin schuil dat dieper reikt? Geloof dat echt indruk maakt is ook geloof dat door het leven beproefd is. Zoals iedere sportman of iedere artiest weet, moet je jezelf behoorlijk disciplineren om een bevredigend resultaat te halen. En soms moet je ook door flinke tegenslagen en diepe dalen heen. Met het geloof is het niet anders. Dat betekent dat je soms even je directe verlangens opzij moet zetten en doelbewust tijd en aandacht moet besteden aan Bijbel lezen, zingen en bidden. Het betekent ook dat de predikant midden in de gemeente moet staan en volop in het pastoraat moet investeren, om iedere vrijblijvendheid in de verkondiging te voorkomen. Het is denk ik niet voor niets dat tegenwoordig het kloosterleven zo populair is. Rust, regelmaat en discipline scheppen een omgeving waarin we weer helemaal tot onszelf kunnen komen. In plaats van steeds maar weer achter de nieuwe ontwikkelingen aan te hollen, moeten kerken doen waar ze goed in zijn.

Ze moeten oases van rust scheppen en plekken bieden waarin mensen met hun existentiële levensvragen terecht kunnen. Juist in een samenleving die vluchtiger en oppervlakkiger lijkt te worden.

5. Verlangen naar gemeenschap

De netwerksamenleving kenmerkt zich zoals we hebben gezien niet alleen door een sterke nadruk op persoonlijkheid en zelfprofilering, het zorgt er ook voor dat de grenzen tussen de verschillende levenssferen diffuser worden. Dat heeft ook consequenties voor hoe kerkelijke gemeenschappen zich vormen. De betekenis en het gezag van nationaal georganiseerde kerkverbanden neemt zienderogen af. Tegelijkertijd kunnen lokale initiatieven in relatief korte tijd uitgroeien tot wereldwijde fenomenen (Alpha-cursus, Willow Creek). Gelovigen 'hoppen' gemakkelijker van het ene naar het andere kerkgenootschap. Ze kijken eerst even rond voordat ze zich definitief ergens aansluiten. Dikwijls leidt dat ertoe dat succesvolle kerken mensen trekken uit de wijdere omgeving, terwijl andere kerken in de regio een armtierig bestaan leiden. Ook neemt het grensverkeer aan de rand van de gemeente toe. Binnen kerken ontstaat meer diversiteit in leefstijl en neemt het verschil in opvattingen over fundamentele leerstukken zoals de doop toe. Omgekeerd zijn er buiten de kerk meer mensen die openlijk iets met geloof hebben en zich niet meer radicaal van alles wat met de kerk te maken heeft afkeren. Kerken krijgen met andere woorden een netwerk karakter. Ze zijn minder dan

voorheen aan een specifiek territorium gebonden en binden mensen op basis van interesse en niet op basis van een gemeenschappelijke traditie.

Nieuwe media kunnen in deze veranderende maatschappelijke setting worden ingezet om het missionaire en wervende karakter van kerkelijke gemeenschappen te versterken. Websites bieden bijvoorbeeld de mogelijkheid om als kerk publiek in de samenleving aanwezig te zijn, zodat ook buitenstaanders gemakkelijk even een kijkje in de keuken kunnen nemen. Ook kunnen ze aan gemeenten een bredere regionale uitstraling geven. Op websites kunnen tal van materialen worden aangeboden, van hoge kwaliteit, die overal op aarde te downloaden zijn. Dat is overigens niet alleen een zegen voor mensen ver weg, maar ook voor kerkleden die aan huis gebonden zijn en toch met de gemeente willen meeleven. Experimenten van kerken en kerkelijke groeperingen op Second Life bieden ons de gelegenheid om even te ruiken aan wat in de toekomst allemaal mogelijk zou kunnen zijn. Zonder dat mensen van huis hoeven kunnen ze een virtuele kathedraal bezoeken en met andere bezoekers spreken. Er is zelfs ruimte voor pastoraat en persoonlijk gebed. Ik vraag me echter af, of we ook op dit punt de betekenis van nieuwe media niet overschatten. Wat leveren al die snelle en vluchtige relaties uiteindelijk per saldo op? Kunnen we daarmee mensen blijvend aan onze kerkelijke gemeenschap binden?

Ten aanzien van gemeentevorming geldt net als ten aanzien van de prediking dat we goed moeten letten op wat de dieperliggende drijfveren van mensen zijn om relaties met anderen aan te gaan. Is dat omdat ze aan anderen zo graag willen laten zien dat ze bij bepaalde groep of vriendenkring horen, of omdat ze verlangen naar een plek waar ze zich thuis voelen en zich niet ieder moment hoeven te bewijzen? Deze vraag raakt het hart van de christelijke boodschap, namelijk datgene waar het in de genade om draait. We mogen ons geaccepteerd weten door God, zonder dat we vanuit onszelf ook maar iets goeds hebben ondernomen. Leven uit die overtuiging betekent dat kerken in de eerste plaats een schuilplaats moeten zijn voor mensen die niet aan de standaarden kunnen voldoen en die in hun werksituatie of in hun persoonlijke relaties dreigen schipbreuk te lijden. Dat geldt des te meer in een wereld waarin mensen voortdurend worden afgerekend op wat ze gepresteerd hebben. Willen we aantrekkelijke en missionaire gemeenschappen vormen, dan moeten we vooral investeren in de kwaliteit van het gemeentelven zelf en minder in hoe we ons als gemeente naar buiten toe presenteren. De kwaliteit van het gemeentelven wordt niet in de eerste plaats bepaald door een gelikte presentatie en organisatie, maar door de liefde en saamhorigheid die mensen in onderlinge omgang met elkaar ervaren.

6. Slot

Laat ik tot slot nog eens even terug gaan naar wat ik in het begin van dit hoofdstuk geschreven heb over de verhouding tussen techniek en samenleving. Ik heb daar, in aansluiting bij de fenomenologische benadering gesteld dat technische hulpmiddelen nieuwe vormen van samenleven mogelijk maken, maar tegelijkertijd ook een eigen plek in het maatschappelijk leven moeten krijgen. Techniek hoort bij de mens. In alles wat we doen gebruiken we hulpmiddelen om ons doel te bereiken, maar deze hulpmiddelen mogen niet sturend worden. Dat wil ik nu aan het eind van mijn verhaal nog een keer benadrukken: maak vrijmoedig gebruik van de mogelijkheden die nieuwe media als computer, internet en mobiele telefonie bieden, maar vergeet daarbij niet waar het in de prediking en het kerkelijk leven werkelijk om draait.

Literatuur

Pierre Bourdieu, 1965. *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. Éditions de Minuit, Paris.

Manuel Castells, 2000. *The rise of the network society*. Blackwell Publishing, Malden, USA/ Oxford, UK.

Don Idhe, 1990. *Technology and the lifeworld. From garden to earth*. Indiana University Press, Bloomington/ Indianapolis.

Gerhard Schulze, 2005. *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Campus Verlag, Frankfurt/ New York.

Jan van der Stoep, Roel Kuiper & Timon Ramaker, 2007. *Alles wat je hart begeert? Christelijke oriëntatie in een op beleving gerichte cultuur*. Buijten & Schipperheijn, Amsterdam.

3. Beamer en be-amer

Jan Noorlandt

In mijn bijdrage begin ik met een terugblik, beschrijf de huidige situatie en schets tenslotte mogelijkheden voor de kerk en de media.

Terugblik

Tussen 1900 en nu zijn er al heel wat veranderingen in de kerk met kleine en grote effecten opgetreden. De warme stoven zijn verdwenen, de centrale verwarming is gekomen. De geluidsinstallatie maakt voor de prediker een groot verschil, hij preekt daarom anders. Hij hoeft minder hard te schreeuwen en minder met de echo te rekenen. Elektrisch licht geeft meer zicht. Het gemeente-zijn heeft voordeel van kerkblad, telefoon en kerkteléfono. Mobiliteit heeft effect op keuze van de kerk en reisgedrag.

Het verbreden van de horizon door radio en tv, de sterk verbeterde opleiding, de economische vooruitgang heeft de omgeving van de kerkganger, maar ook de attitude van de kerkganger laten ontwikkelen. Een ontwikkeling die goed te constateren is bij het werelddiaconaat. Was in 1900 de focus gericht op weeskinderen in de regio, en gemeenteleden waarvan een huis verbrand was, in 2000 staan vaak rampen wereldwijd centraal. Rampen die we via tv en internet kennen. In het jubileumboek Een Eeuw Christelijk-Gereformeerd uit 1992 staat in het hoofdstuk "Kerk en Publiciteit" veel, maar niets over internet. In

honderd jaar is veel geleidelijk aangepast. De laatste tien jaar nog meer.

Huidige situatie

Rond 1995 is internet en het World wide web doorgebroken in Nederland, en ook bij kerkgangers. Volgens Van Driel zijn er ARIA-fases te onderscheiden. Eerst de fase waarin Amazement verbazing over de media oproept. Daarna de Repression waarbij weerstand ontstaat. De Imitation-fase waarbij men elkaars website nabootst. Tenslotte de volwassenfase waarbij Authenticity een eigen vorm en eigen inhoud kiest. Voor deze laatste fase heb ik tien tips.

Veel gemeenten hebben een website waarop de aanvangstijden, de preekbeurten en de agenda staan. Helaas vaak met een foto met een lege kerkzaal zonder mensen. Terwijl de beleving en sfeer alleen met een volle zaal te zien is. De eerste websites bieden de mogelijkheid om een preek te beluisteren. Toch blijven websites vaak een veredelde folder.

Toekomstige mogelijkheden

Met een website en internet zijn veel creatieve mogelijkheden te bedenken. Je moet je steeds afvragen of ze de beleidslijnen van de gemeente ondersteunen. Een beamer (biemer) moet geen technisch grapje zijn, het moet de kerkganger (de be-amer) dienen.

Ik noem tien mogelijkheden.

1.

Wees present in de samenleving. Laat de website aansluiten bij de vragen die leven. Wees meer ontvanger-gericht. Een zinsnede als :
“17.00 HA Nabetrachting” is wel erg intern gericht. Een uitnodiging “Hoe ontwikkeld is Jezus?” is bij Kerst meer intrigerend. Gecombineerd met een stukje in een huis-aan-huisblad.

2.

Sociale communities als Hyves, MSN en Linked-In bieden mogelijkheden om je te presenteren wie je bent en je vrienden te laten vertellen wat je bezig houdt. IJzersterk is de tell-a-friend ketting. Een jeugdoudersling moet deze wereld dan wel kennen.

3.

Participatie is het kenmerk van internet. De kerk laat die mogelijkheid vaak liggen. Waarom zou een predikant niet maandag doorgeven over welke tekst hij wil preken. Op dinsdag en woensdag kunnen gemeenteleden vragen stellen, ervaringen doorgeven en suggesties doen. De predikant legt de preek letterlijk “ in de week!” Donderdag en vrijdag maakt de predikant onder eigen verantwoordelijk de preek af. Maar de gemeente kon participeren in de groeifase. Je kunt zulke preken WIKI-PREKEN noemen, naar analogie van wiki-pedia.

4.

Met webcams kun je chronisch zieken meer bij de kerk betrekken. In een verpleeghuis kan iemand live na jaren de groeten doen aan de gemeente. Waar nieuwe media het gemeente-zijn kan bevorderen.

5.

You tube en digitale foto's. Een meer visuele wereld is goed te integreren. Niet teveel tekst op de website. Laat tieners you tube-filmpjes maken over bepaalde thema's. Op elke website kunnen van tieners actuele digitale foto's staan.

6.

SMS-nieuws hoeft echt niet beperkt te blijven bij voetbaluitslagen. Nieuws uit de plaatselijke kerk kan uiteraard ook. Het aankondigen van de jeugdvereniging of kerkdienst kan zeker.

7.

Over het liturgische bloemstuk kan op zaterdag al iets op de website staan, met mooie foto's en toelichting. Geef de vrouwengroep ruimte en verantwoordelijkheid om hun stramien in te vullen.

8.

Denk bij de promotie van de website helder aan de externe zoeker. De naam van het kerkgebouw zal vaak bekender zijn dan de formele naam van het kerkverband.

9.

Maak per periode teksten die in de zoekmachine-marketing meerwaarden bieden. Zet bijvoorbeeld vragen op de website die mensen zouden kunnen intypen.

10.

Al deze losse elementen vragen om beleidsmatige inzet van de nieuwe media, gecombineerd met creatieve mensen. Zo kan een oude kerk het evangelie bij nieuwe mensen brengen.

Niet door technische middelen, maar door beleid bij de tijd te brengen. Vaak kan de redactie van het kerkblad uitgebreid worden tot een commissie Communicatie waaronder dan de website en het kerkblad vallen. Communicatie “ die over komt en helpt.”

Literatuur:

J.N. Noorlandt: “Kerk en publiciteit” in W. van ’t Spijker Een eeuw christelijk-gereformeerd. 1992. Kok, Kampen.

Hans van Driel. Consument en web. Boom, Amsterdam.

Joan Hemels. Geloven in de communicatie. 2009. Kok, Kampen.

4. Biografische gegevens

Ds. Erjan van de Linde

Hij is geboren in 1964 in Bree, België. Hij was predikant van de Chr. Geref. Kerk te Drogeham (1993-2000) en Almelo (2000-2005). Sinds 2005 is hij verbonden aan de Chr.Geref./Ned. Geref. Kerk van Rotterdam-Alexanderpolder.

Drs. Jan Noorlandt

Hij is geboren in 1959 in Apeldoorn. Studeerde Nederlandse taal- en letterkunde in Utrecht. Werkte van 1986-2000 bij het Diaconaal Bureau van de Chr. Geref. Kerken te Veenendaal. Is sinds 2000 verbonden als docent Communicatie aan de Chr. Hogeschool te Ede.

Dr.ir. Jan van der Stoep

Hij is lector Religie in Media en Publieke Ruimte aan de Christelijke Hogeschool Ede. Tevens is hij directeur van het Instituut voor CultuurEthiek te Amersfoort en docent aan de master Christian Studies of Science and Society van de Vrije Universiteit Amsterdam. Van der Stoep studeerde Biologie aan de Wageningen Universiteit en Filosofie aan de Vrije Universiteit Amsterdam. In 2005 promoveerde hij op 'Pierre Bourdieu en de politieke filosofie van het multiculturalisme' (Kok, Kampen). Zijn onderzoek beweegt zich op het raakvlak van technologie, globalisering en culturele diversiteit.

5. Colofon

Deze uitgave is in januari 2010 gedrukt voor de RCGS en de Chr. Hogeschool Ede in een oplage van 300 exemplaren bij drukkerij Cunera te Rhenen. Het omslag is ontworpen door studenten Communicatie van de Christelijke Hogeschool te Ede: Joost Bergwerf Bok, Lennert Kraak en Dieder de Vries

6. Vereniging van Regionale Christelijke Gereformeerde Studiekringen

Meer informatie over de RCGS kunt u krijgen op de website www.cgk.nl en bij de secretaris drs. J.N. Noorlandt, Nieuwe Veenendaalseweg 136, 3911 MN Rhenen, tel. 0317-617121, jn.noorlandt@solcon.nl