

Evangelie is communicatie

We leven in het communicatietijdperk. Alles wat je bedenkt, zegt en doet, moet communiceerbaar zijn. Je kunt met je ideeën honderd keer gelijk hebben, maar als niemand naar je wil luisteren zijn ze niets waard. Een zappende t.v.-kijker laat het mechanisme van communicatie zien. Hij werkt 16 zenders af om tenslotte te blijven hangen bij beelden die hem om een of andere reden raken. Zo werkt communicatie! De christelijke kerk bestaat vanaf het begin bij de gratie van communicatie. Evangelieverkondiging en zending zijn immers communicatie! Eeuwenlang heeft de kerk voor het geheim van haar communicatie met mensen gewezen op de inhoud van Bijbelse prediking en de overtuigende werking van de heilige Geest. Kan ook de zappende t.v.-kijker ons iets leren over de communicatie van het evangelie? En als je dat doet en het werkt, - denk aan het succes van de EO en van 'Willow Creek' - hoe verantwoord je dat dan geloofsmatig?

Communiceren: gericht zijn op de ontvanger van de boodschap

Als baptisten zingen we stoer: -Wij hebben een woord voor de wereld (Lofz. & Geb. 372). Een mooi lied. En nog waar ook. Maar wat moet je er van denken, wanneer de wereld je stilzwijgend laat weten geen boodschap aan dat woord te hebben? Wanneer mensen aan onze gemeenten voorbij lopen als wandelaars in een park aan de prekende evangelist op zijn sinaasappelkistje? -Wij hebben een woord voor de wereld. Een woord veronderstelt een spreker en een luisteraar. Woord is communicatie. Een woord dat alleen maar een spreker heeft, is wat dat betreft een mislukt woord. De communicatiewetenschap leert ons dat een boodschap afgestemd moet zijn op de ontvanger en niet op de afzender. In de klassieke protestantse preekcultuur zijn de preken vooral afzender-gericht. De kerk zit vol met luisteraars die na afloop onder de koffie de preek beoordelen. -Dat heeft hij mooi gezegd! -Ik heb dat en dat gemist. -Als ik op de kansel had mogen staan, zou ik... De luisteraars zijn in feite allen potentiële sprekers die zich al luisterende vooral afvragen of zij het óók zo gezegd zouden hebben. Wanneer de voorganger op zondag dit spel meespeelt, is het woord dat in zo'n gemeente wordt verkondigd volstrekt afzender-gericht. Veel preken zijn schilderijen die door kunstkenneren worden beoordeeld. In reactie daarop schreef iemand: -Luisterende naar een preek moet je naar een toneeluitvoering zitten kijken, waarin je plotseling jezelf ziet rondlopen. Dan blijft een mens kijken en luisteren. Als de t.v.-zapper die aan een zender blijft hangen omdat de beelden hem raken. Zo werkt communicatie. Zo werkt óók de communicatie van het evangelie.

Het evangelie als communicatieproces

Ik moet bekennen dat ik bovenstaande regels met enige tegenzin heb geschreven. Ik geneerde mij er bijna voor. Je bent per slot van rekening theoloog! En om dan de communicatie van het evangelie te illustreren met een zappende t.v.-kijker! Haal je daarmee het evangelie, de schriftuitleg en de predikkunde niet omlaag? Dit gevoel van gêne plaatst ons voor een fundamentele vraag. Is het evangelie voorwerp van communicatie? Of is het evangelie zelf de literaire neerslag van een communicatieproces? Als het evangelie voorwerp van communicatie is, kun je het -wat aandoen. Wie champagne in een plastic bekertje aanbiedt, behandelt die drank beneden zijn stand. Maar als het evangelie zelf communicatie is, is bijna alles geoorloofd. Als er maar echt gecommuniceerd wordt! Er valt veel voor te zeggen het evangelie zelf als communicatie te beschouwen. God deed er alles aan om met mensen in contact te komen. Hij ging daarin heel ver. Veel verder dan theologisch, esthetisch en ethisch verantwoord was. Maar niets was Hem beneden zijn stand.

In de kerstnacht kroop God in de huid van mensen. Christus ging een leven lang in de schoenen van mensen staan. Hij liet zich zalven door een publieke vrouw. Hij ging aan tafel met een fraudeur. En mensen kwamen op Hem af. Ze bleven aan Hem hangen, zoals in onze dagen t.v.-zappers aan bepaalde beelden blijven hangen. Een zieke vrouw die Hem wilde aanraken, een blinde bedelaar die zich aan Hem opdrong, mensen met een verlamde vriend. Niets is God beneden zijn stand. Als Hij maar met mensen in contact komt! Daarin gaat God zelfs ethisch over grenzen heen. Denk aan de gelijkenis van de verloren zoon. De oppassende oudste zoon had moreel gelijk toen hij verwijtend tegen de vader zei: -Voor mij heb je nooit een feest gegeven! Maar zo is God! Tot het uiterste gericht op communicatie! Het evangelie moet niet gecommuniceerd worden. Het evangelie is zelf communicatie. Het is het verhaal van Gods totale inzet, 2000 jaar geleden, om in de menswording van zijn Zoon in diepgaand contact met mensen te komen. Het evangelie draagt alle kenmerken van de maatschappij en de cultuur van die communicatie, 2000 jaar geleden. In 1999 wil God nog steeds hetzelfde. Het evangelie als goddelijk communicatieproces gaat verder. Zolang er echt contact met mensen tot stand komt, is alles geoorloofd. De Geest wil de gemeente daarin creativiteit geven.

O.H. de Vries