



Gerechtigheid en Vrede

Werkcahier

Werkgroep FDNCS – MSC 2007 - 40

KRITISCH LEZEN EN LUISTEREN.

Het kan geen kwaad wat kritisch te zijn. Ja, dat is zelfs nodig.
Daar gaat dit cahier over.

De inleiding die ds. Bram Grania heeft gehouden op de jaarlijkse studiedag van het Werkverband van Religieuzen voor Gerechtigheid en Vrede vormt de aanleiding tot deze uitgave. Het gaat daarbij niet allereerst om de vele concrete voorbeelden die worden genoemd, het gaat niet primair om standpunten over een aantal onderwerpen betreffende gerechtigheid en vrede, maar het gaat vooral om onze houding tegenover wat we horen en zien op radio en televisie, en wat we lezen in kranten en tijdschriften.

We willen er op wijzen dat het noodzakelijk is om kritisch te staan tegenover veel informatie, die als objectief wordt gepresenteerd, maar in werkelijkheid vaak tendentieus en partijdig is. We moeten dat niet allemaal klakkeloos voor goed en waar aannemen, want we kunnen een belangrijke bijdrage aan gerechtigheid en vrede leveren als we daar een kritische houding tegenover aannemen.

Het is de bedoeling van dit cahier om daar aan bij te dragen.

Jac. Alkemade msc

Leden van de werkgroep Gerechtigheid en Vrede:

Jacques Alkemade msc (voorzitter)

Esther Baselmans fdnsc

Piet van Mensvoort msc

Mariëtta Noordermeer fdnsc

An Peeters fdnsc

Kees Vergouwen msc

Correspondentie adres:

Piet van Mensvoort

Bredaseweg 204

5038NK Tilburg

e-mail: missieprocuur@misacor.nl

PROPAGANDA ALS TAAL DIE VERWOESTING ZAAIT

Onder deze titel hield ds. Bram Grandia zijn voordracht.
Wij geven hier 'n samenvatting daarvan.

Het begrip Propaganda

Propaganda is het beïnvloeden van de publieke opinie om aanhangers te winnen voor bepaalde principes. Het omvat alle activiteiten waarmee mensen proberen anderen over te halen om hen te steunen. Oorspronkelijk betekende propaganda maken *het verbreiden van een boodschap*. In het spreken over propaganda gaat het zowel over het streven om voor bepaalde opvattingen aanhangers te winnen als over het middel dat hiertoe gebruikt wordt.

Waar als het om wasmiddelen gaat gesproken wordt over reclame, heet het als het om politieke doelen gaat propaganda. Hoe kan een regering haar bevolking voor haar politieke doelen winnen? Hoe weet de oppositie de bevolking achter haar ideeën te krijgen? Hoe kan een nieuwe beweging, zoals bijv. de Partij voor de Vrijheid van Geert Wilders, mensen winnen voor haar beweging?

Voorbeelden:

1. Geert Wilders wil de 'tsunami van islamisering' stoppen (Volkskrant vrijdag 6 oktober 2006). Hij noemt de islamisering van Nederland door het toenemend aantal moslims het grootste probleem van ons land. Hij wil deze 'tsunami' stoppen. De term tsunami suggereert een vloedgolf van ellende . . . Dit woord zó gebruikt, is pure propaganda voor z'n eigen zaak.
2. De publieke omroep besluit dat televisie multicultureler moet worden. Tv-programma's moeten quota's aan allochtonen laten zien. Dus een bepaald percentage Turken bij Lingo en een minimum aantal allochtonen bij Pauw en Witteman. Bosma (Partij voor de Vrijheid) stelt vragen aan de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen inzake deze allochtonenquota's bij de publieke omroep (cfr. Trouw, donderdag 21 december 2006).



In de kamervragen die door Bosma gesteld worden, zegt hij voortdurend: *propaganda voor de Islam*. Door zo te spreken zet hij de ander (in dit geval de publieke omroep) direct neer als een orgaan van staatspropaganda voor de islamisering van Nederland.

3. De vernietiging van het joodse volk door Adolf Hitler is lange tijd voorbereid door in een psychologische oorlog de geesten en harten van een groot deel van het Duitse volk te vergifigen. In allerlei boeken en films, en met andere propaganda, werden de Joden gedemoniseerd. Zij werden ontmenselijkt, zij werden gelijk gesteld aan ratten en het vernietigen van dit maatschappelijke gif werd als een noodzaak voorgesteld.

Informatie die wij ontvangen, over allerlei onderwerpen, is dikwijls eenzijdig en soms zelfs compleet onjuist. Maar in onze cultuur wordt kritisch horen, zien en spreken als minder positief aangemerkt. Het is afbrekend en dus verkeerd, wie 'n ander geen vertrouwen geeft wordt als "negatief" bestempeld.

Wij hebben nu eenmaal 'n instelling van: mensen zijn betrouwbaar tot het tegendeel bewezen is. Vertrouwen hebben en geven is voor ons een deugd, en als goede christenen (met calvinistische inslag) hebben we 'n groot vertrouwen in de overheid. We gaan ervan uit dat de overheid de waarheid spreekt en het goede doet.

Ook ziet Nederland zichzelf als een land dat voorop loopt als het gaat over mensenrechten, democratie en vrijheid. Wij Nederlanders zullen toch niets ondernemen dat onrecht doet aan andere mensen!

Deze ideale voorveronderstelling wordt, met name door politici en media, gebruikt om ons te manipuleren. We laten ons beïnvloeden door hun woorden en volgen te gemakkelijk, omdat we niet kritisch genoeg zijn met betrekking tot de informatie die we ontvangen.

PROPAGANDA EN OORLOG

In 1917 zei senator Hiram Johnson in de VS: "Het eerste slachtoffer, als de oorlog aanbreekt, is de waarheid. In (de voorbereidingsfase van) een oorlog zijn alle middelen geheiligd, ook al delft de waarheid het onderspit".

De stelling van de inleiding van Ds. Grandia is dat er voor het winnen van een oorlog of voor het legitimeren van een interventie naast een oorlogsindustrie ook een propaganda industrie nodig is. Dus het "winnen van de harten en de geesten" is een essentieel onderdeel van een modern ministerie van defensie. Aan het voeren van een oorlog gaat een psychologische oorlogsvoering vooraf die doorgaat op het moment dat de oorlog is uitgebroken.



De media vervullen in deze psychologische oorlogsvoering een sleutelfunctie. Hij geeft enkele voorbeelden waarbij hij citeert uit het boek van Joris Luyendijk, *'Het zijn net mensen'* (Amsterdam 2006):

"Amerikaanse soldaten in Irak werden niet verwelkomd met rijst en bloemen, maar met bommen en granaten. Hoewel er nooit bewijzen van Irakese samenwerking met Al-Qaida zijn gevonden, geloofde een kleine vijf jaar na 11 september nog steeds bijna de helft van het Amerikaanse publiek dat Saddam Hussein achter de aanslagen zat en dat de meeste kapers Irakezen waren. Het verhaal dat Saddam massavernietigingswapens zou verbergen, bleek te zijn ingestoken door de buitenlandse Irakese oppositie, die daarvoor een communicatie-adviesbureau had ingehuurd. En het kolossale beeld van Saddam Hussein dat op het Fardoesplein omver werd getrokken? Dat bleek van A tot Z te zijn bedacht en in scène gezet door een Amerikaanse officier van de afdeling psychologische oorlogsvoering".

Willen kerken een bijdrage leveren om 'n oorlog te voorkomen, dan zullen zij zich niet alleen (en wellicht zelfs niet in de eerste plaats) moeten richten tegen de bewapeningsindustrie, maar tegen de psycho-logische oorlogsvoering vóór en tijdens de oorlog. Hierbij is dan dringend behoefte aan een van de charisma's in de christelijke ge-meenschap: het onderscheiden van de geesten.

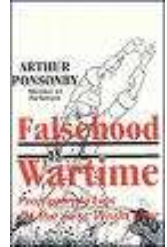
– Elementaire principes van oorlogspropaganda

Dat is de titel van een prachtig boekje van professor Anne Morelli "Principes Elementaires de propaganda de guerre. Utisables en cas de guerre froide, chaude ou tiède".

(Nederlandse vertaling bij Uitgeverij Epo Antwerpen).

Professor Morelli baseert zich o.a. op het boek van Arthur Ponsonby: Falsehood in wartime.

In 10 principes geeft ds. Grandia de kern van Morelli's uiteenzetting weer.



Principe 1: "Wij willen de oorlog niet"

De ander is per definitie de agressor. Vandaar geen ministerie van oorlog, maar een Ministerie van defensie dat nadruk legt op het onvermijdelijke van een oorlog. Ook regeringswoordvoerders vertellen voortdurend dat onderhandelingen op niets uitlopen. Gaandeweg groeit de bevolking mee in de richting van de zgn. onvermijdelijke oorlog. *Hier geldt het principe van de herhaling.*

Principe 2: "Alleen de vijand is verantwoordelijk voor deze oorlog"

De ander dwingt ons om de oorlog in te gaan. De ander is de agressor. De andere bereidt al lang en in het geheim een aanval voor. De ander beschikt over massavernietigingswapens en staat op het punt ze te gebruiken. Als wij nu niet toeslaan, is de situatie hopeloos.

Principe 3: "De leider van de vijand is de duivel in persoon"

De leider van het land van de vijand moet als een baarlijke duivel worden voorgesteld.

Saddam is een goed voorbeeld. In de tijd van de oorlog tussen Iran en Irak steunden de VS Irak en staat de voormalige minister Rumsfeld handenschuddend met Saddam op een foto. Het gebruik van gifgas door Irak was bekend, maar dat veranderde niets aan de houding van de VS tegenover Irak. Dat verandert na de inval van Saddam in Koeweit. Dan moet Saddam Hitlertrekken krijgen. Hoe werkt dat in de media?

Ds. Grandia verwijst naar een verhaal van Jaap van Ginneken in de Groene Amsterdammer (12 aug.2000): Op een bepaald moment dook er in Parijs een man op die beweerde dat hij lijfwacht van Saddam Hoessein was geweest en dat hij ooggetuige was geweest van verschrikkelijke martelingen door Saddam persoonlijk. Hij was aanwezig geweest bij een interview van de top-presentator van de Franse TV met Saddam Hoessein in Bagdad. Die presentator bevestigde dat hij hem herkende aan zijn snor. Het TV interview met deze man ging de wereld over van CBS in de VS tot de RAI in Italië. Achteraf bleek dat het een Saudische agent was die allang in Parijs woonde en daar Franse les volgde. Maar de propaganda heeft dan zijn werk gedaan en de TV stations besteden niet veel aandacht aan het feit dat zij zich hebben laten beet nemen. Zo wordt het beeld geschapen dat de leider van de vijand de duivel in persoon is.

Dit demoniseren van de leider(s) van de tegenstander(s) is een beproefde methode. De leider van de tegenstander wordt consequent vergeleken met bijv. Adolf Hitler of Pol Pot. Alle beelden die bij Hitler of Pol Pot horen worden dan overgebracht op bijv. Saddam Hussein of Arafat. Zo zit de angst er bij de bevolking goed in. Wie is niet tegen een nieuwe Adolf Hitler? Zo werd bijv. Milosevic als een nieuwe Hitler neergezet. De term holocaust werd gebruikt als het om de wreedheden van de Serviërs ging.

Principe 4: "Wij verdedigen een nobele zaak"

Ook al gaat de oorlog om geopolitieke en strategische zaken, (b. v. om grondstoffen of een bruggenhoofd in het Midden Oosten) het is van het grootste belang om dat niet te noemen als motief voor de oorlog. Als motief worden bijv. de verdediging van mensenrechten of democratie genoemd. Door dat te doen neemt de regering de oppositie, (zelfs de vredesbeweging) de wind uit de zeilen. Immers wie is tegen het verspreiden van democratie en gerechtigheid?



Principe 5: "De vijand begaat bewust wreedheden, wij niet. Als wij miskleunen begaan is dat onvrijwillig"

Er wordt bij de bevolking verontwaardiging opgeroepen die 'als vanzelf' overgaat in een roep om militair ingrijpen.

Een concreet voorbeeld is *DE COUVEUSELEUGEN*.

Toen Saddam in augustus 1990 Koeweit binnenviel moest de Amerikaanse publieke opinie gewonnen worden voor een oorlog tegen Irak. De oorlog moest letterlijk aan het Amerikaanse volk verkocht worden. Saddam moest zo slecht mogelijk voorgesteld worden en Koeweit zo fraai mogelijk. Om dat mogelijk te maken wordt een reclame bureau ingehuurd. Dit bureau zorgt er voor dat een afgrijselijk verhaal over Irakese soldaten de wereld in gaat." De Irakese soldaten halen 312 baby's in het ziekenhuis van Koeweitstad uit de couveuses en leggen hen op de grond van het ziekenhuis om daar te sterven."

Dit verhaal gaat de hele wereld over. Degene die het zegt, heet Nayirah en zegt ooggetuige te zijn geweest als verpleegster. Artsen uit Koeweit bevestigen vele baby's begraven te hebben. Na een tijd blijkt het verhaal verzonnen en blijkt de zogenaamde verpleegster de dochter van de ambassadeur van Koeweit in de VS. Een goed ingestudeerd rollenspel. Het verhaal deed wel zijn werk.

HOE MAAK JE DE VIJAND *DE SLECHTERIK?*

Breng maar *een deel van de toedracht* naar buiten.

Een voorbeeld: Een militaire woordvoerder vertelt wel hoe de tegenstander gruwelijk heeft huis gehouden onder een aantal inwoners van een bepaald dorp, maar vertelt niet dat vanuit dit dorp een aantal militairen op gruwelijke wijze vermoord zijn. Wat niet past in het eigen beeld, wordt niet verteld.

(Er zijn terecht veel berichten geweest over de door de Serviërs begane wreedheden tegenover de moslims in Kosovo, maar er is weinig bericht over de door moslims begane wreedheden ten aanzien van de Serviërs).

Breng *selectieve* verhalen als *objectieve* verhalen die het geheel betreffen. Door een bepaalde gewelddaad van een aantal militairen van de tegenpartij uit te vergroten is het mogelijk alle tegenstanders als wrede en gewelddadige militairen neer te zetten.

In elke oorlog gaat het er om *zo snel mogelijk een zo wreed mogelijk verhaal van de tegenstander* de wereld in te zenden. Vrijwel altijd komen er op gruwelijke wijze vermoorde baby's in voor.



Principe 6: "De vijand gebruikt verboden wapens, wij niet"

Al het slechte handelen, zowel waar het verboden wapens betreft als het toebrengen van milieuschade wordt op conto van de vijand geplaatst. Ook dat vraagt om zorgvuldige encensering. Opnieuw de mediapsycholoog Jaap van Ginneken: "ondertussen werd de beeldvorming zorgvuldig bijgestuurd. Omdat pacifisten zich vooral onder de «Groenen» van Noord-Amerika en West-Europa bevonden, was het van groot belang om de milieuramp ter plaatse (als gevolg van massale bombardementen over en weer op olie-installaties) toe te schrijven aan welbewust handelen van Saddam Hoessein. Omdat men niet zo snel besmeurde vogels kon vinden om te filmen, werden oude opnamen uit het archief gehaald van de Exxon Valdez-ramp in Alaska en de Amoco Cadiz-ramp in Bretagne. Daarnaast maakten de westerse media gebruik van de 'situatieschetsen' waarvan zij met tussenpozen door geallieerde voorlichters werden voorzien.

Overigens ging het aan het eind van de grondoorlog nog bijna fout. De geallieerde luchtmacht voerde massale bombardementen uit op een colonne auto's die vanuit Koeweit op de terugtocht was naar Bagdad. Daarbij zaten niet alleen militaire maar ook veel civiele voertuigen. Erger nog: westerse cameramensen maakten voor het eerst opnamen van verkoolde wrakken en honderden gruwelijk verminkte lijken. Men vreesde dat de weekhartige westerse publieke opinie daartegen niet bestand zou zijn en dat oorlogsmoeheid de overhand zou krijgen. Gelukkig wist men het doorgeven van deze beelden 'door een technische fout' enkele dagen op te houden. Volgens sommige bronnen speelde dat zelfs een rol bij de beslissing om niet naar Bagdad door te stoten om Saddam alsnog ten val te brengen. In elk geval kwamen de foto's en films pas beschikbaar nadat de vijandelikheden waren gestaakt." (Jaap van Ginneken: Luchtspiegelingen in de Golf. De Groene Amsterdammer 12 augustus 2000)

Principe 7: "Wij lijden weinig verliezen, de vijand lijdt enorme verliezen"

Het verlies van eigen mensen en het leed bij de familie moet vooral buiten beeld worden gehouden. In de VS rust een taboe op het tonen van lijkkasten van overleden militairen. Hoe laat je dan zien wat er gebeurt? Joris Luyendijk: "Terwijl Arabische kanalen ieder uur de

menselijke gevolgen lieten zien van de Amerikaanse bombardementen op Irak, deden de westerse zenders het even anders. Daar toverden de grafische afdelingen iedere avond met kaarten en vliegtuigen en bootjes en tanks en poppetjes en pijlen en gele en rode sterren de regio om tot een soort Riskbord. In de terugkerende filmpjes van de journalisten van CNN zag je straaljagers op vliegdekmoederschepen landen, de piloot met de duim omhoog: die bommen zijn we kwijt, hoor. Computeranimaties toonden hoe de Stealthbommenwerper de radar kon ontduiken. Kijk eens hoe knap wij zijn, zeiden die filmpjes. We kunnen nu een raket maken die na 600 km vliegen het toiletraampje vindt, linksaf de trap op en dan *boem*. Maar wat er na die boem gebeurt, daarover werden geen computeranimaties gemaakt. De slachtoffers worden buiten beeld gehouden. Ook hoe een clusterbom in 140 mijnen uiteenwaaiert, elk zwaar genoeg om een tank te vernietigen. Men laat ook niet zien wat er met een mensenlichaam gebeurt als een 'nieuwste-generatie-bom' de omgeving vacuum zuigt." "Een ander beeld dat ik niet uit mijn geheugen gewist krijg: doodgeschoten Iraakse soldaten in een schuttersputje, de witte vlag in hun armen geklemd (a.w. pag. 210-213)".

Westerse omroepen lieten trouwhartig steeds opnieuw die ene geslaagde video zien waarop men een cruiseraket recht de luchtkoker van een Iraakse bunker in zag gaan. Pas veel later werd bekend dat 93 procent van de bommen geen precisiewapen was geweest, dat driekwart zijn doel had gemist en dat er dus wel degelijk veel nevenschade was geweest. Slachtoffers werden evenwel de eerste weken door de westerse media spontaan buiten beeld gehouden.

Ramsey Clark was Amerikaans minister van Justitie ten tijde van de Vietnamoorlog. Later kreeg hij spijt en werd pacifist. Hij kreeg toestemming om met een televisieploeg Irak binnen te reizen om de gewonden en de schade te filmen. *Zijn opnamen werden door alle omroepen geweigerd, in de Verenigde Staten, in Nederland, in de hele westerse wereld.* Intussen werden honderden Westerse verslaggevers met mobiele apparatuur en satellietshotels ingevlogen in Saudi-Arabië. Zij deden elke avond in kaki uniform trouw hun *stand up* in de woestijn en vertelden dan wat de opperbevelhebber of zijn woordvoerders eerder op persconferenties hadden gemeld. Ze kregen gelegenheid om plaatjes met een praatje te schieten van vertrekkende

en terugkerende vliegtuigen en piloten die speciaal voor de gelegenheid van leuke slogans en petjes waren voorzien. Zij hadden zich contractueel moeten verplichten om geen anonieme soldaten aan het woord te laten (die kritiek zouden kunnen uiten) en geen gewonden te laten zien (wat het moreel kon ondermijnen). Aan het front werden ze trouwens sowieso niet toegelaten. (Jaap van Ginneken, "Luchtspiegelingen in de Golf" Groene Amsterdammer, 12 augustus 2000.)

Principe 8: "Intellectuelen en artiesten staan achter onze zaak"

Het is van het grootste belang om wetenschappers, kunstenaars, musici en anderen achter de doelstelling van de oorlog te krijgen. Het moet gaan om de verdediging van de humaniteit. Dat moeten deze mensen uitstralen.

Principe 9: "Onze zaak is heilig. God is met ons"

Naast de strijd op het oorlogsveld is er dus de strijd die geleverd wordt in de geesten van mensen. Het gaat er in deze strijd om dat er eenvoudige helderheid wordt geschapen, dat de gecompliceerde werkelijkheid wordt teruggebracht tot een strijd tussen licht en duisternis, waarin mensen zijn onderverdeeld in 'goeden' en 'slechten', in 'kinderen van het licht' en 'kinderen van de duisternis'. Wanneer de gecompliceerde werkelijkheid teruggebracht wordt tot een eenvoudig zwart-wit schema is de vijand al snel te definiëren als degene die anders denkt, anders handelt en andere keuzes maakt. Wanneer de eigen zaak als de goede wordt gedefinieerd is het mogelijk om te zeggen dat wie niet voor jou is, of wie het niet voor jouw zaak opneemt, tegen je is en dus een potentiële tegenstander is. Het mooiste is wanneer de goede zaak geïdentificeerd wordt met Gods zaak. Als dat lukt, is ieder die het tegen de goede zaak opneemt een tegenstander van God. God zelf zal het samen met de verdediger van het goede (de eigen groep, de eigen leider, de eigen partij) opnemen tegen die duivelse tegenstander.

Principe 10: "Zij die onze zaak in twijfel trekken zijn verraders"

Wie kritisch is ten aanzien van de oorlog tegen Irak, is een verrader, een pacifist, een hielenlikker van Saddam enz. Iedere nuancering in dit conflict is uit de boze. Ook hier geldt : Wie niet voor ons (VS) is, is tegen ons.

– Propagandastrategieën en -tactieken op het spoor komen



Het is van groot belang om met deze tien principes voor ogen de propagandastrategieën en tactieken in de verschillende kampen op het spoor te komen want alle partijen maken er gebruik van.

Luyendijk beschrijft in zijn boek heel goed hoe als gevolg van de doelstelling van de berichtgever deze berichtgever gebruik maakt van filters, vervormingen en manipulaties.

1. Luyendijk noemt in z'n boek de afnemers van 't nieuws als een heel belangrijke filter voor de media voor wat als nieuws gebracht wordt.

Opnieuw een citaat : "Als de westerse massamedia tijdens de oorlog hun werk hadden gedaan, zouden ook hun kijkers kotsend en huilend voor hun schermen hebben gelegen, waarom gebeurde dit niet?"

Nog tijdens de oorlog onthulde *de International Herald Tribune* welke adviezen de grote Amerikaanse stations, die commercieel zijn, hadden gekregen van hun communicatieconsultant: hoe nationalistische de berichtgeving, des te hoger de kijkcijfers. Dus geen anti-oorlogs-demonstraties en zielige verhalen over slachtoffers, maar veel volkslied, vaderland en wapperende *stars and stripes*.



Een consultant vatte het in zes woorden samen: "*There is money in the flag*" (*de vlag levert geld op*).

Veertig van de vijftig best bekeken programma's in Amerika tijdens de oorlog kwamen van Fox News, dat Saddam omschreef als "die lelijke vuile kerel uit Bagdad". Dat zelfde Fox News nam onverkort de terminologie, invalshoeken en onderwerpen over van Centcom (centraal Commando van het leger van de VS) in Qatar. Fox News beschreef de protesten in Europa tegen de oorlog als '*door communisten georganiseerd*' (pag. 214, 215).

2. Tot het organiseren van het eigen gelijk hoort voor de regeringen ook het volgende :

Het versterken van de angstgevoelens onder de eigen bevolking. Een regering versterkt de angstgevoelens onder de eigen burgers om zo de maatregelen die de regering graag wil doorvoeren te

kunnen doorvoeren. Dat kan zover gaan dat een geheime dienst zelf bomaanslagen pleegt of aanslagen organiseert om zo de gewenste angst onder de bevolking voor de tegenstanders te organiseren of een reden te vinden om mensen die de overheid wil arresteren te arresteren. Een voorbeeld is het neerleggen van twee molotovcocktails door de politie tijdens de top van de G8 in Genua in een school waar antiglobalisten sliepen. Bij de bestorming van de school op 22 juli 2001 werd grof geweld gebruikt door de politie. Als reden werd opgegeven het geweld van de antiglobalisten. Als bewijs dienden de gevonden molotovcocktails. Bij nader onderzoek heeft de onderhoofdcommissaris van politie te Rome Pietro Troiani toegegeven dat hij de opdracht heeft gegeven de molotovcocktails in de Diazschool te plaatsen. Het vinden van de zelf neergelegde molotovcocktails verschaft de politie een reden om hard op de anti-globalisten in te slaan.

KERK EN OORLOG

Wat kan in dit alles de rol van de kerken en van kerkelijke vredesbewegingen zijn ?

We zien vanuit het bovenstaande de volgende taken voor de kerken en kerkelijke vredesbewegingen:



1. *Onafhankelijke waarheidsvinding stimuleren.* In gemeenschappelijk overleg met organisaties als het Hoge Commissariaat voor de Mensenrechten van de VN, Amnesty International, het Vaticaan, De Wereldraad van Kerken, de WACC (World Alliance for Christian Communication) en andere organisaties "reclame" maken voor onafhankelijke nieuwszenders en websites waarop meer te lezen staat dan in de meeste kranten.
2. *Zorgvuldig luisteren naar de informatie van lokale kerken en werkers in al of niet kerkelijke hulpverleningsprojecten ter plekke in oorlogsgebieden.* Zij hebben vaak goede contacten met de plaatselijke bevolking en zijn in staat om vanuit de gecompliceerde werkelijkheid ter plekke barsten aan te brengen in zwart/wit-beelden, in een eenzijdige perceptie van de werkelijkheid.

3. *Een theologische kritiek geven op de ideologie en de theologie van de nationale veiligheid*, op die regerings- en militaire teksten waarin de politieke zaak vereenzelvigd wordt met Gods zaak en waarin de tegenstander en de zaak van de tegenstander geïdentificeerd wordt met de duivel. Het gaat hier om een theologische kritiek op de 'nieuwe kruistochtenmentaliteit'. Het woord 'kruistocht' (cruisade) of 'heilige oorlog' (Jihad) wordt in de propaganda veelvuldig gebruikt. Een beschrijven van de uitwerking van de middeleeuwse kruistochten kan helpen om sneller een beeld te krijgen van de nieuwe kruistochten.
4. *De kerken en de kerkelijk vredesbewegingen kunnen proberen bruggen te slaan door mensen uit de verschillende kampen met elkaar in contact en in gesprek te brengen.*
Zo kunnen kerken aan een andere taal werken door die andere taal in beeld te brengen.
5. *Kerken kunnen vertegenwoordigers van de verschillende godsdiensten met elkaar in contact brengen* om er zo alles aan te doen dat de politieke strijd die gestreden wordt niet gelijkgesteld wordt met een strijd tussen verschillende religies en levensbeschouwingen. De Wereldconferentie van religie en vrede en organisaties als IFOR en Eirene kunnen in dit alles participeren. Dit geldt zowel op internationaal, nationaal als regionaal en lokaal niveau. Het gaat erom te voorkomen dat het beeld versterkt wordt dat het gaat om een strijd tussen het christelijke westen en niet-christelijke of moslimnaties.
6. *Kerken zullen er aan werken om het gesprek met journalisten en militaire voorlichters in eigen land te stimuleren.*
7. *Kerken kunnen 'zwart/witboeken' opstellen, waarin aan de hand van een of meer situaties wordt duidelijk gemaakt hoe informatie en desinformatie hand in hand gaan*
Informatief in dit verband is het artikel van Prof. Dr. C. Hamelink, 'Regeert de leugen in de media?' (In de Linker Wang, juli 2002 nr.3 pag. 2-6). Hamelink noemt vele voorbeelden van bewuste desinformatie door zowel geheime diensten als journalisten.

8. *Kerken kunnen werken aan een eigen vorm van 'debriefing' na afloop van een oorlog.* Gemeenteleden die uitgezonden zijn kunnen (anoniem) hun verhalen kwijt over wat ze hebben meegemaakt in oorlogsgebieden. Of dit in de vorm van een landelijk meldpunt of op andere wijze moet, is een zaak van nader onderzoek.

SLOT

Het lezen van dit verhaal maakt de lezer niet direct hoopvoller. Is het zo erg met het nieuws? Worden we zo gemanipuleerd?

Voor Ds. Grandia zit de hoop in het ontmaskeren van de bovengenoemde mechanismen. Hij vindt het boek van Joris Luyendijk een hoopvol boek, omdat hij open en eerlijk toont hoe het toe gaat bij de nieuwsgaring. Het heeft iets van "in de waarheid leven".

Dat brengt hem op de volgende tekst van Vaclav Havel, waarmee hij zijn voordracht afsluit:

HOOP

Diep in ons zelf dragen wij de hoop.

Als dat niet het geval is, is er geen hoop meer.

Hoop is een kwaliteit van de ziel en hangt niet af van wat er in de wereld gebeurt.

Hoop is niet voorspellen of vooruitzien, het is een gerichtheid van de geest, een gerichtheid van het hart voorbij de horizon verankerd.

Hoop in deze diepe en krachtige betekenis is niet hetzelfde als vreugde omdat alles goed gaat of bereidheid om je in te zetten voor wat succes heeft.

Hoop is ergens voor werken omdat het goed is, niet alleen omdat het kans van slagen heeft.

Hoop is niet hetzelfde als optimisme, evenmin de overtuiging dat iets goed zal aflopen; wel de zekerheid dat iets zinvol is, ongeacht de afloop, het resultaat.



niet klakkeloos accepteren,
maar kritisch horen, zien en spreken.