

PREKEN IS COMMUNICEREN

C. van Dusseldorp

Praktische theologie
in Kampen

Preekleer en communicatiewetenschap staan soms op gespannen voet met elkaar. Angst voor een te menselijke benadering van de prediking speelt daarin een grote rol. Immers wordt het wonder van de prediking niet verklaarbaar en maakbaar, als we ons uitleveren aan de communicatiewetenschappen? In het vorige artikel is gesteld dat wie de preek als vorm van 'goddelijke communicatie' serieus neemt, ook menselijke personen en mechanismen het volle pond moet geven. Uiteraard mag dat niet naïef, maar moet dat kritisch en biddend gebeuren. In dit artikel wil ik op een aantal fundamentele punten de winst vanuit de communicatiewetenschap laten zien, met de oog op de prediking en de preekleer.

Communicatiepatronen

Het is niet te ontkennen, dat de vorm en inhoud van preken altijd sterk de sporen dragen van de tijd waarin die preek gemaakt en gehouden is. Wie een blik werpt op preken van Augustinus, Luther of Kuyper (om niet meer te noemen) zal dat niet ontkennen. Het zijn drie predikers, die in hun tijd beroemd waren, en die ook alle drie nadrukkelijk bezig zijn geweest om te preken h e n & toenmalige cultuur. Om als prediker de hoorders zo goed mogelijk te bereiken, moet de cultuur serieus genomen worden (en waar nodig kritisch). Op verschillende manieren wordt ons op dit moment duidelijk gemaakt, dat wij ons bevinden in een culturele overgangstijd.¹ De maat-

schappij in zijn geheel is bezig een andere cultuur te krijgen. Daarbij lopen sommige elementen door, maar ontstaat er op andere onderdelen een breukvlak. Dat is de reden waarom zoveel mensen onze tijd als bijzonder verwarrend en bedreigend ervaren.

De culturele verschuivingen hebben direct invloed op de manier waarop de mensen met elkaar communiceren. Het meest verhelderende model daarvoor vind ik bij R.A.Jensen.² Hij onderscheidt tussen het tijdperk waarin de mondelinge communicatie de hoofdrol speelde, het tijdperk waarin de schriftelijke communicatie het belangrijkste was en het tijdperk waarin alles draait om elektronische communicatie. Uiteraard komen in onze tijd al deze drie vormen van communice-

ren voor, het patroon is verschoven. Dat is in de praktijk goed te zien in bv. onderwijs of reclame. Deze analyse werpt ook licht op de klacht dan 'men tegenwoordig zo weinig meer leest'. Oppervlakkigheid kan daarvan zeker een oorzaak zijn, maar de verschuiving in het communicatiepatroon is minstens zo'n belangrijke factor. Wie daarvoor oog krijgt, zal onze tijd en cultuur niet alleen als bedreiging, ook als een uitdaging zien.

Preekcommunicatie

Toegepast op de prediking zijn deze verschuivende communicatiepatronen heel duidelijk te illustreren. Was vroeger de prediker vooral doorverteller van de heilsgeschiedenis, met veel herhalingen en toepasselijke opmerkingen (preken in het tijdperk van de 'mondelinge communicatie'), in latere tijden zien we de preek vooral als leerrede, soms compleet met literatuurverwijzingen (preken in het tijdperk van de 'schriftelijke communicatie'). De hamvraag is nu: welke kenmerken heeft de preekcommunicatie in het elektronische tijdperk? Het is belangrijk dat we de zoektocht naar mogelijke antwoorden open en ruim opzetten. Want als er inderdaad een relatie ligt tussen cultuur en preekvormgeving, dan hoeven we niet krampachtig of angstig te zijn, maar kunnen we kritisch en biddend alle aangedragen mogelijkheden rustig beproeven. Daarbij kan gewerkt worden vanuit de overtuiging, dat het mogelijk is in alle tijden en culturen het evangelie begrijpelijk te verwoorden. Immers: "alle vlees is als gras (), maar het woord des Heren

blijft in der eeuwigheid (1 Pet. 1: 24)". Dat de **bediening** van dat woord aangepast moet worden aan de omstandigheden, geldt niet alleen voor missionaire situaties, maar ook voor alle **verkondigings-situaties**. Laten we daarom **kritische** en biddend op zoek gaan naar mogelijkheden voor **preekcommunicatie** in onze tijd.

Beeldende woorden

Een erg belangrijke waarneming is, dat 'elektronische communicatie' veel **gebruik** maakt van **beelden** en symbolen. Een enkel pictogram **roept een** hele wereld op. Dat zou voor de **prediking** kunnen betekenen, dat beeldend **taalgebruik** een belangrijker plaats **moet** krijgen in de **preekcommunicatie**. Beeldende woorden nodigen uit tot een wereld, die de **hoorders** van onze tijd gemakkelijk aanvoelen zodat ze die wereld instappen. Dat sluit aan op de 'beeldcultuur' waarin we leven. Niet iedereen ervaart dat even sterk, maar **als** ontwikkeling in onze tijd is het niet te **ontkennen**. **Nadere doordenking** van deze communicatieve **aanbeveling** voor predikers levert **ook** theologische **gegevens** op. Beeldrijke taal wordt **immers** ook in de bijbel veel gebruikt. De zakelijke taal schiet tekort om **over** de majesteit van God te spreken. Hij overstijgt **immers** onze geschapen **werkelijkheid**. Hij **doorbreekt** de kaders van ons **verstand** en gevoel. Tegelijk is Hij ook in de werkelijkheid **aanwezig** en actief. Daarom zijn **zakelijke en poëtische** taal **allebei belangrijk** in het doorgeven van het evangelie.³ Gezien de **actuele** situatie, waarin (in wereld en **kerk**) vooral in begrippen en **betogen** is gesproken en **gepreekt**, is vernieuwde **aandacht** voor de beeldende kracht van de woorden noodzakelijk. Deze suggestie komt **vanuit communicatieve** overwegingen naar ons **toe**. Het vereist nog **veel meer** door-denking. Ik **noem** een paar **vragen**: Zijn de beelden die in de bijbel voorkomen voldoende, of is het

juist belangrijk om met beelden te verwijzen naar de wereld van vandaag? Is het gebruik van **beelden** in een preek niet storend, **omdat** hoorders met de associaties op de loop kunnen gaan? **Welke** verhouding tussen beeldtaal en **begrippentaal** is wenselijk? Waar ligt de grens van het subjectivisme, als beelden juist erop gericht zijn om de hoorders ook in hun gevoel te raken? Vragen genoeg, die om **nadere bestudering** vragen. Wie wil meedenken, is hierbij van **harte** uitgenodigd. Maar al deze vragen **kunnen** niet het **vermoeden** wegdrukken, dat beeldend taalgebruik van groot belang is voor de **preekcommunicatie**.

Monoloog?

Er **zitten** veel **waarheidselementen** in het **beschrijven** van ons **communicatiepatroon** met de woorden 'elektronisch', 'beeldend' en 'visueel'. Daarmee is zeker **niet** een volledige **analyse** van ons **communiceren** in het algemeen gegeven. Maar wie **rondkijkt** in het **onderwijs** of in de **jongerencultuur** van vandaag, ziet duidelijke verschuivingen. Een vraag die dan snel bovenkomt is: **moeten** we dan de preek als monoloog maar als achterhaald afschaffen? Moeten we niet op zoek gaan naar visuele **en/of** dramatische vormen van verkondiging? Deze conclusie is niet noodzakelijk. De monoloog heeft ook in een visueel tijdperk grote mogelijkheden, zoals op **verschillende manieren be-wezen** wordt door conferenciers, presentators, vertellers en volksleiders. Van de kracht die de taal heeft, **gebruiken** wij vaak maar een **minimaal** percentage. Voordat we vluchten naar non-verbale **communicatievormen**, doen we er goed aan **het** brede scala aan **taalmogelijkheden** beter te benutten. Niet alleen logisch redeneren, maar ook verrassend associëren en boeiend vertellen hoort daarbij. Op die terreinen valt veel te leren en te oefenen. Daar komt nog bij dat er ook theo-

logische **bezwaren** te noemen **zijn** tegen het **inruilen** van de verbale preek voor andere verkondigingsmethoden. C. Trimp heeft indringend erop gewezen, dat alle openbaring van God primair woord-openbaring is. Daarom zijn 'spreken' en 'horen' een **onopgeefbaar** duo in de manier waarop God en mensen met elkaar omgaan. Bovendien wordt de publieke verkondiging opgeroepen door het openbare karakter van het evangelie.' Daarom: er is geen enkele reden om de preek als monoloog af te schaffen, omdat die achterhaald zou zijn.

Dialogisch!

Daarmee is de oproep om 'dialogisch' te preken, nog niet van tafel geveegd. **Ook** die oproep is terecht. In zekere zin **is de preek te typeren** als een gesprek. De **prediker** gaat -fictief- in gesprek met de **hoorders**. In de preek probeert de prediker **bezwaren** en vragen van de **hoorders** mee te nemen en te beantwoorden. Van tevoren bedenkt hij **welke** reacties zijn hoorders zouden **kunnen** hebben. Soms gebeurt dat zelfs erg letterlijk en wordt een denkbeeldige hoorder sprekend ingevoerd. U merkt **dat** bv. in zinswendingen: "nu zult u wel denken..." of: "nu hoor ik al iemand zeggen...". Nog duidelijker is het dialogisch karakter, als we erop letten dat de **preek** niet Haar is bij het amen. Het **woord** van de prediker **vraagt om** het antwoord **van** de hoorders. **Waar** het evangelie verkondigd wordt, moet **een** reactie komen, op **welke termijn** dan ook. **Neutraal** luisteren is in **het algemeen** al onmogelijk, bij het woord van God kan het helemaal niet. Dat antwoord van de hoorders kan verschillende vormen aannemen: inwendig stemt hij **(m/v)** er mee in; met hart en ziel zingt hij het **amenlied**; hij bidt heel bewust **mee** met het dankgebed; **M** afloop van de dienst spreekt hij **door** over de boodschap van de preek. De **preek** te typeren als gesprek heeft dus **meer** gevolgen **voor** het

karakter van de preek, dan voor de vormgeving. Toch kan het 'dialogische' ook concreet de vorm aan-nemen van voor- en nabesprekin-gen. Dat zijn mogelijkheden om de prediker te helpen zijn preek beter af te stemmen c.q. de hoorder te helpen de preek beter te verwerken. Zodat het 'gesprek' dat de preek wil zijn, ook een concreet en actu-eel gesprek blijft. Samenvattend kan worden gezegd dat de preek een monologische vorm heeft en een dialogisch karakter. De preek: een dialogische monoloog.

Doelstelling

De verantwoordelijkheid om helder te communiceren brengt als conse-quentie mee, dat een preek een dui-delijke en gerichte doelstelling krijgt. Wie weet wat hij wil berei-ken, gaat gerichter nadenken over de middelen die hij daarvoor tot zijn beschikking heeft. Onbewust is de doelstelling vaak: de tekst uit-leggen en toepassen. Maar dit is een doelstelling die de prediker geen enkele richting geeft en eerder in de problemen brengt. Tegen de tweeslag uitleggen en toe-passen zijn theoretische en prakti-sche bezwaren in te brengen (zie de vorige artikelen). Een goede preek-doelstelling moet specifiek zijn ge-formuleerd om de boodschap van die preek onder woorden te bren-gen. Bovendien moet worden ge-dacht vanuit de hoorder. Een betere start van het preekdoel vormt de formulering: "ik wil met deze preek bereiken, dat de hoorder ..." Pas als de doelstelling goed past op de tekst en op de hoorder, kan het richting geven aan de opbouw en vormgeving van de preek. En een duidelijk en gericht preekdoel be-vordert een heldere communicatie. Sociale wetenschappen als commu-nicatieleer, agogiek en onderwijs-kunde geven in dit opzicht vele mo-gelijkheden om gerichter het preek-doel vast te stellen. In een volgend artikel zal daarop worden ingegaan. Maar nu gaat het erom, dat een hel-dere preekdoelstelling van belang is

voor een goede preekcommunica-tie.

Effect en werking

Wat een preek uitwerkt is vaak moeilijk te achterhalen. Vele hoor-ders kunnen zelf ook niet onder woorden brengen, wat het effect op hen is. Meestal is er sprake van een mengsel van beoogde effecten w neveneffecten, die deels positief zijn, deels ongewenst. Communice-ren is een complex gebeuren, wat voor niemand maakbaar is. Tegelijk is duidelijk dat de communicatie-processen wel heel fundamenteel zijn voor het bereiken van de be-oogde effecten. Daarom hoeven we ons bij de ingewikkeldheid van het preekproces niet neer te leggen. Predikers en hoorders staan voor de uitdaging om hun verantwoorde-lijkheid waar te maken. Voor een prediker is daarom veel te leren van de communicatieweten-schappen. Want niet alleen wat hij zegt is erg belangrijk, ook hoe hij het zegt is doorslaggevend. Per-swn, taalgebruik, presentatie, enz., het speelt allemaal een rol, en er kan aan gewerkt worden. Slechts tot onze schade kunnen we deze elementen negeren voor de verkon-diging van het evangelie. Want "ook de wijze waarop wij de bood-schap van de verlossing brengen is

op zich reeds een stuk van de ver-kondiging zelf".⁶

¹ De cultuurfilosoof C.A. van Peursen heeft een bekend model ontworpen. Hij onder-scheidt drie culturele fasen: het mythische, ontologische en functionele tijdperk. Deze fasen komen gelijktijdig voor, maar als maatschappij bevinden wij ons in de over-hang van het ontologische naar het functio-nele tijdperk (*Cultuur in stroomversnelling*. Amsterdam 1975). Dit model vindt vanwege de herkenbaarheid alom erkenning. Bv. Dick Tieleman, *Geloofscrisis als gezichtsbedrog*. Kampen 1995, of W. Dekker, *Kerk in de we-reld*. in: L. van Driel e.a. *Open Boek*. Zoeter-meer 1991, 54-65.

² Richard A. Jensen, *Thinking in story. Pre-aching in a post-literate age*. Lima 1994, die zich beroept op het werk van Walter Ong. Er zijn veel modellen van verschuivingen in communicatiepatronen, die op hoofdpunten vergelijkbaar zijn.

³ Okke Jager, *De verbeelding aan her woord*. Baarn 1988. Vgl. ook C. Trimp over het taalgebruik in de preek, *De preek*. Kam-pen 1986, 44-48.

⁴ Vgl. de artikelen in het *Nederlands Dag-blad* van 20 september 1997. t i e ook de dis-sertatie van B. D. Schuringa, *Hearing the word in a visual age*. Kampen 1995 en P. W. van de Kamp, *Geen woorden, maar beelden*. in: *De Reformatie* 73,3,52-54.

⁵ C. Trimp, *Woord, water en wijn*. Kampen 1985. Met deze stelling is overigens de vraag nog niet beantwoord, of de verkondi-ging ondersteund kan worden door non-ver-bale elementen.

⁶ Citaat van Thielicke, door C. Trimp met in-stemming aangehaald in *De preek*. Kampen 1986.



Ds. J. van Amstel

Over Gods leiding gesproken...

Indien er geen toeval bestaat, maar alles tot in de kleinste details leiding van God is, waarom gebeuren de dingen dan zo?

Een boek voor jongeren... en ouderen.

Ing. 112 pag., £ 15,90

Oosterbaan & Le Cointre B.V.

Postbus 25, 4460 AA Goes, Telefoon 0113-215591



Ook verkrijgbaar bij de boekhandel

Kostelijke klassieke kinderversjes

Gegrond op Gods Woord en Waarheid voor huis en school, tds. J.H. Maatjes 32 pagina's, geniet f 6,00

Verkrijgbaar bij de boekhandel.

Oosterbaan & Le Cointre B.V.
Postbus 25 - 4460 AA Goes. Tel. 0113-215591

Jaarverslagen.....



de Bunschoter bv
drukkerij

Postbus 10 - 3750 GA Bunschoten-Spakenburg
Tel (033) 299 79 99 - Fax (033) 299 79 98