



‘Moving Sermons’

De persuasieve effecten van preken

Voorgangers besteden veel tijd en energie aan het voorbereiden en het houden van preken. Maar wat is het effect ervan? Laten mensen zich erdoor beïnvloeden en zo ja, waardoor komt dat dan? In zijn dissertatie *Moving Sermons* (preken die je in beweging zetten) onderzocht Henk Stoorvogel de veranderkracht van preken vanuit communicatief en homiletisch perspectief.

Er is een groeiende aandacht voor spreekvaardigheid en overtuigingsstrategieën. Genres van spreekvaardigheid, zoals de motivatie-toespraak, de politieke toespraak en de *TED-talks* worden alom geïmplementeerd. De preek in een religieuze viering is een specifiek genre van massacommunicatie. Dit genre van toespraak wordt wellicht het meest toegepast, ondanks een toenemende afname van het aantal kerkbezoekers in de westerse wereld.

Voortdurend worden nieuwe concepten voor kerk-zijn uitgetoet, en in grote delen van de wereld bloeit de kerk als nooit tevoren. In vrijwel alle kerkdiensten speelt de preek een centrale rol in de liturgie en samenkomst. De afgelopen decennia kende het vakgebied van de homiletiek (preekkunde) ontwikkelingen als inductieve prediking, aandacht voor narratieve stijlen van communicatie, en een groeiend besef van de rol van de luisteraar in het preekproces en een herontdekking van het belang van retorica. *Moving Sermons* sluit hierbij aan.

< Kees Bregman, PKN Soest: ‘Preken is voor mij vertoeven tussen woorden en hun Stilte.’

Communicatieve kwaliteit

De dissertatie *Moving Sermons* focust zich op de wijze waarop communicatieve elementen de herinnering van preken beïnvloeden, alsook de bereidheid om te veranderen door preken. Het onderzoek richt zich op de effecten die preken hebben op luisteraars.

In vijf empirische studies zijn:

- de effecten van het gebruik van verhalen, humor, multimedia, direct aanspreken, uitnodigingen en rituelen onderzocht,
- is onderzoek gedaan naar de redenen waarom sommige preken diepgaande invloed hebben op luisteraars,
- en ten slotte op welke wijze ervaren sprekers zich voorbereiden op hun preek en gaan voor maximale impact.

Het effect van human interest-verhalen, humor en multimedia

In de eerste studie hebben respondenten (220 in totaal) deelgenomen aan acht online vragenlijsten, waarbij ze de preek die ze hadden gehoord hebben geëvalueerd. In elke preek werden kleine manipulaties aangebracht, op het

gebied van verhalen, humor, multimedia.

Dit onderzoek wees uit dat het gebruik van humor, verhalen en multimedia resulteert in preken die beter worden geëvalueerd dan preken waarin deze elementen ontbreken. Daarnaast had het gebruik van multimedia een positief effect op de intentie tot gedragsverandering door de preek.

Het effect van direct aanspreken, rituelen en uitnodigingen

Een soortgelijke kwantitatieve studie richtte zich op het gebruik van direct aanspreken, uitnodigingen en rituelen in preken.

Respondenten (220 in totaal) namen deel aan acht online vragenlijsten, waarbij zij de preek die zij hadden gehoord evalueerden. De rol van direct aanspreken in de preek kon niet worden gemeten omdat de manipulatie faalde. Het gebruik van rituelen in een preek liet geen effecten zien op de evaluatie van de preek, noch op de veranderbereidheid als gevolg van de preek. Het gebruik van uitnodigingen resulteerde in een positief effect op de evaluatie van de preek, als wel de veranderbereidheid als gevolg van de preek.

Effecten een jaar later

Een volgende stap in het onderzoek was het verbreden van het onderzoek naar de effecten van preken over de duur van een jaar. In een kwalitatief empirisch onderzoek werd de invloed van verhalen, humor, multimedia, direct aanspreken, uitnodigingen en rituelen onderzocht.

Respondenten (27 in totaal) vulden een vragenlijst in en namen daarna deel in vier focusgroepen. De uitkomsten lieten zien dat preken

vooral herinnerd worden door het gebruik van direct aanspreken en rituelen. Het gebruik van verhalen en humor wordt het hoogst gewaardeerd, maar het gebruik van direct aanspreken en rituelen heeft de grootste invloed op herinnering.

Van de 27 respondenten gaven er 22 aan dat zij door een preek in het voorgaande jaar veranderd waren. De veranderingen hadden plaatsgevonden op het gebied van het serieus nemen van hun geloof, het helpen van mensen in nood, het versterken van persoonlijke relaties, het uitoefenen van geestelijke disciplines en het sterken van hun geloof. De voornaamste redenen van de verandering door preken waren de verbinding van de preek met het persoonlijke proces van de luisteraar en het verkrijgen van nieuwe inzichten.

Het gebruik van verhalen in preken dient ter validering van de betrouwbaarheid van de prediker, het creëert een band tussen de luisteraar en de prediker, het helpt de luisteraar om in de preek meegenomen te worden, het helpt om de boodschap te illustreren en deze toe te passen.

Het gebruik van humor dient om mensen in te nemen voor de prediker, het publiek een energie-boost te geven, mensen in te nemen voor een onderwerp, verwachting te creëren, een gezamenlijke band te creëren en een zwaar onderwerp te verzachten.

Het gebruik van multimedia in preken dient om de boodschap levendig te maken en dichtbij te brengen, specifieke doelgroepen te bereiken, de structuur van de preek te versterken en de herinnering te versterken.

Het gebruik van uitnodigingen in preken dient om mensen een manier te geven om op

een preek te reageren, een symbolische nieuwe start te geven en verantwoording te creëren. Wel is van belang te beseffen dat een uitnodiging een fijngevoelig moment is, dat ook een tegenovergesteld effect kan hebben omdat mensen zich voor het blok gezet voelen.

Het gebruik van rituelen in preken dient om inspiratie te creëren, mensen te helpen beslissingen te internaliseren, mensen te helpen preken beter te onthouden en een preek goed af te ronden.

Het gebruik van direct aanspreken in preken dient om mensen op te roepen tot veranderen en verbinding te leggen tussen de prediker en de luisteraar.

Preken die levens veranderen

In de vierde studie werden preken bestudeerd die in de loop van het leven diepgaande invloed op luisteraars hadden gehad. De verandering die mensen hadden ervaren, lag op het gebied van het geestelijk leven, het gedrag of het zelfbeeld.

- Op het gebied van het geestelijk leven hadden mensen een verandering in godsbeeld ervaren of een verandering in hun relatie met God.
- Op het gebied van gedrag hadden respondenten verandering ervaren in een grotere betrokkenheid in sociale gerechtigheid.
- Op het gebied van zelfbeeld hadden mensen bemoediging ervaren, een verandering in overtuigingen over zichzelf of een ontdekking van de zin van hun leven.

Factoren in het preekproces die deze veranderingen hadden beïnvloed, waren de verbinding tussen de preek en het proces dat de respondenten op dat moment doormaakten en het

vermogen van de prediker om oude waarden op een nieuwe, frisse manier te brengen. De verbinding met het persoonlijke proces van de luisteraar wordt vooral ervaren in tijden van crisis, op speciale momenten zoals een huwelijk of begrafenis of wanneer de prediker er in slaagt persoonlijke opvattingen te confronteren zonder dat er een communicatieleemte ontstaat.

De beste preek van de prediker

Ten slotte is het perspectief van de prediker op het preekproces onderzocht in een empirische kwalitatieve studie, die toont dat het inzicht in en het onderwijs over het preekvoorbereidingsproces nog altijd gelimiteerd is.

De focus ligt vooral op vinding, stijl en ordening. Memorisatie en overdracht worden grotendeels veronachtzaamd. Volgens de predikers wordt de effectiviteit van hun preken vergroot door het succesvol overbruggen van de kloof tussen de tekst en de context van de luisteraar, alsook door het juiste gebruik van beelden en verrassing.

Op het gebied van voorbereiding en overdracht geven predikers aan dat de persoonlijke identificatie met de tekst en de bereidheid tot kwetsbaarheid cruciaal zijn. Daarnaast ervaart de prediker het houden van de preek als een 'sprong': het vraagt telkens moed om in het onderwerp en de preek te 'springen' en de daadwerkelijke preek te houden.

Henk (dr. H.) Stoorvogel is voorganger van de Vrije Evangelisatie Zwolle, directeur van De 4e Muskietier en eigenaar van HR LIFE Communications, trainingsbureau in spreekvaardigheid.
E info@henkstoorvogel.nl