

WŁADYSŁAW CHAIM CSsR (Kraków)

PSYCHOLOGICZNY ASPEKT RECEPCJI KAZAŃ

Przegląd badań empirycznych

Jest wiele powodów, aby się zająć psychologicznym aspektem słuchania kazań. Skłaniają do tego m.in. konkretne pytania: Dlaczego większość przychodzących do kościoła pozytywnie ocenia to, co słyszy z ambon kościelnych, a mniejszość jest z tych samych kazań niezadowolona?; dlaczego inni z powodu kazań omijają mszę niedzielą?

Psychologia recepcji kazania, podobnie jak psychologia kazania, w stosunku do istniejących potrzeb jest jeszcze słabo rozwinięta. Konieczność wiedzy na ten temat jawi się jeszcze bardziej w kontekście dystansowania się wiernych od Kościoła, osłabiania praktyk religijnych, ich płytkości, nadwrażliwości lub niewrażliwości na pewne tematy w kazaniach, wreszcie irytacji i narzekania na styl mówienia, czy generalnie – na jakość kazań. Także pragnienie pełniejszego udostępnienia Kościoła ludziom od niego zdystansowanym każe pełniej uwzględniać ich oczekiwania, sposoby percepcji, osobowość oraz złożoność ich sytuacji życia.

Proces recepcji w kazaniu jest jego istotnym elementem konstytutywnym, chociaż w refleksji nad kazaniem najrzadziej chyba zatrzymujemy się właśnie na słuchaczu i słuchaniu. Dopiero w ostatnich dziesięcioleciach, zwłaszcza w homiletyce niemieckiej, pojawiały się opracowania sięgające w ten zaniedbywany obszar kazania jako „mowy słuchanej”¹. Ten kierunek zmian w podejściu do kazania obrazuje paradoksalnie brzmiący tytuł pierwszego rozdziału książki R. Heue i R. Lindnera: *Słuchacz i jego kaznodzieja*².

Inspiracji do badań nad recepcją kazania dostarcza współczesna psychologia, socjologia i nauki z pogranicza tych dziedzin, tj. psycholingwistyka i socjolingwistyka. Psychologiczną analizę recepcji kazań można spotkać na poziomie teorii psychologicznych. W ramach psychologii ogólnej ustalano typy słuchania odpowiadające typom mó-

¹ Por. H. V o g e l, *Die Predigt als gehörte Rede*, „Evang. Theologie” 39:1979, s. 88–100.

² R. H e u e, R. L i n d n e r, *Predigen lernen*, Gladbeck/Westfalen 1976.

wienia, a teorią deficytu wyjaśniano zjawisko selektywnego odbioru. W nurcie psychoanalitycznym pojawia się typologia słuchaczy. W psychologii społecznej i socjologii, recepcję kazań ujmuje się w ramach teorii postaw, komunikacji masowej i działania komunikacyjnego³

Badania empiryczne mają jednak to szczególne znaczenie, że wnoszą wiedzę innej jakości niż ta, która pochodzi z analiz teoretycznych. Często prowadzi się je dla weryfikacji teorii. Innym razem na ich bazie buduje się nowe teorie. Można wszakże spotkać się z zarzutem, że badania empiryczne prowadzą do uproszczenia rzeczywistości, gdyż ustalanie informacji na temat przeciętnego słuchacza i prawidłowości na danych przeciętnych wiąże się z utratą tego, co w nim indywidualne, неповtarzalne. Taki zarzut jest tylko pozornie słuszny, ponieważ badania są nieodzowne do zrozumienia, w jaki sposób funkcjonują mechanizmy recepcji, wspólne większości słuchaczy.

RECEPCJA KAZAŃ W ŚWIETLE BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Dynamika aktualizacji treści

Autorem ważnej i pionierskiej pracy dla psychologii recepcji kazania jest Ernst Lerle (1965), który zajmował się „impulsami myślowymi” (*Gedankenimpuls*) w badaniach nad recepcją kazań. Impuls myślowy (fazę myślową) uważał za jednostkę kazania⁴.

Lerle poszukiwał czynników dynamizujących krótkotrwałe i długotrwałe zapamiętywanie treści kazania oraz ich aktualizację, czyli przypominanie. Wyróżnił osobowościowe i sytuacyjne czynniki dynamizujące przypominanie treści kazań. Swoje hipotezy oparł na prawach pamięci, wypracowanych przez psychologię asocjacyjną, psychologię postaci oraz psychoanalizę, które poddał szczegółowej dyskusji. Starał się wydobyć dynamiczne tło procesu przechowywania w pamięci, zapominania i nieświadomej selekcji zapamiętanych treści kazań. Efekty badań uporządkował w aspekcie psychologicznym i homiletycznym.

Od strony psychologicznej autor stwierdził, że nawet po długim czasie aktualizują się w świadomości i mogą zostać przytoczone treści

³ Prezentacja prac teoretycznych na temat recepcji kazań znajduje się w innym moim artykule (w druku).

⁴ Por. E. L e r l e, *Arbeiten mit Gedankenimpulsen*, Berlin 1965. Badaniem objął 66 osób, stosując rozmowę i eksperyment. Posługiwał się magnetofonowym nagraniem kazań. Na temat metody rozmowy o kazaniach, w badaniach nad recepcją kazania, zob. E. L e r l e: *Die Einleitung die Predigt. Eine Homiletische Untersuchung*, Stuttgart 1972, s.12–20.

mające postać całego wywodu logicznego – jednostki semantycznej, zorganizowanej według prawa pregnancji⁵.

Dynamika aktualizacji treści z przeszłości jest uwarunkowana również emocjonalnie; treści mające osobiste znaczenie (uczuciowo i wolitywnie) koncentrują się i wpływają na zapamiętanie, jak też na przechowywanie oraz przypominanie sobie kazań. Podobnie silny wpływ na aktualizację treści mają wypowiedzi normatywne.

Największą trwałość wykazują treści silnie nasycone emocjonalnie, obudowane wokół „nośnego uczucia” (te w międzyczasie często „przeorganizowują się”), dalej – treści nabierające charakteru żądań moralnych oraz na trzecim miejscu treści posiadające szkielet myślowy (dyspozycję)⁶.

Z badań tych wynikają pewne konsekwencje dla praktyki homiletycznej:

– Większa jest dynamika aktualizacyjna zdań wyrazistych niż zdań słabych, bladych. Skoro ważnym czynnikiem podnoszącym tę dynamikę są obrazowe porównania i wyrażenia, to częściej należałoby ogólne, abstrakcyjne wypowiedzi zastępować wypowiedziami konkretnymi, wyrazistymi. Do takich wypowiedzi należą także obrazowe porównania, służące jako środek unaoczniający. W kazaniu taką rolę pełnią przede wszystkim elementy narracyjne. Szczególnie mocno utrwalają się te elementy opowiadań, które zawierają działania symboliczne (np. krótkie historie ilustrujące zachowania wynikające z wiary, zasad moralnych).

– Łatwo zapadają w pamięć elementy ubogacające kazanie, które działają na zasadzie kontrastu. Z punktu widzenia różnicowania się figury i tła, poszczególne wypowiedzi i pojęcia, nie należące do tradycyjnego skarbcza kaznodziejskiego, wybijają się z tła kazania tak, jak czerwone punkty w gąszczu zielonych figur, i dlatego są lepiej postrzegane i przechowywane. Liczby ułatwiają zapamiętanie kazania, jeśli rzadko się ich używa. W badaniach aż 77% do 83% słuchaczy potrafiło tego samego dnia przypomnieć sobie dane liczbowe z kazania.

– Aby jednostki kazania mogły się utrwalić w pamięci, konieczna jest jasna i przejrzysta konstrukcja. Wyrażenia nowe, dobierane ze świeckich dziedzin życia, winny być stosowane tylko na zasadzie wyjątku. Szczególnie niebezpieczne jest stosowanie treści modnych, a zarazem abstrakcyjnych, gdyż mogą łatwo wnosić w przekaz wieloznaczność i dezorientację.

– Nie ma absolutnego zapomnienia, stąd błędem jest sądenie, że kazanie jest daremne, jeśli słuchacz nie potrafi niczego powtórzyć. To

⁵ Pregnancja, wyrazistość, ujawnianie się tego, co najistotniejsze dla danej struktury spostrzeżeniowej czy myślowej.

⁶ Relacjonowane wyniki zostały szczegółowo przedstawione przez Lerlego (*Arbeiten...*) na stronach: 134–141, 128–133, 141–148, 148–156.

jednak, że kazanie nie idzie „mimo uszu”, nie oznacza jeszcze, że będzie mieć charakter „wydarzenia” lub pociągnie następstwa w codziennym życiu.

– Szczególnie skutecznie zapamiętywane są wypowiedzi, które mają osobiste znaczenie dla słuchacza. Najłatwiej słuchacze przypominają sobie impulsy myślowe z dużym ładunkiem emocjonalnym i zachętą do działania, a jednocześnie osadzone w ich sytuacji życiowej.

– Szczególnie niekorzystne jest łączenie uczuć strachu i lęku z uczuciami religijnymi. Słowa wzbudzające lęk prawie w całości są zapominane. Jeśli należy ich użyć, aby zaniepokoić, wstrząsnąć, to o kilka razy dłużej trzeba odwoływać się do uczuć pozytywnych oraz konstruktywnie przedstawić drogę wyjścia z sytuacji. Emocjonalna tonacja kazania winna być dopasowana tak do tekstu, jak i przebiegu argumentacji.

– Pouczenia winny być bardzo szerokie, podczas gdy żądania i zadania – bardzo konkretne. Zapamiętywanie obowiązków i zadań jest bowiem dokładne, lecz nie trwałe. Zalecane zadania nie powinny być w sprzeczności z innymi, które słuchacz wykonuje w efekcie wysłuchania wcześniejszych kazań.

– Również słabe zapamiętywanie i opór w słuchaczu mają charakter dynamiczny. Nierozwiązane konflikty, za którymi kryje się często ogromna energia psychiczna, współdecydują o tym, w jaki sposób słuchacz przyjmie przekaz. Słuchacze, aby „uciec z pola walki”, od wymagań, zadowolają się rolą widza, odnoszą je do innych (projekcyjna derealizacja), uaktualniają sobie fakty przemawiające za tym, że realizują już słuchane zalecenia (faryzeizm), nieświadomie zapominają treści lub nadają im zmienione, nadmierne znaczenie. Zmiana sensu słuchanej treści zdarza się, gdy wymagania sytuacji, w jakiej znajduje się słuchacz, są diametralnie różne od tych, jakie stawia kazanie.

Przedmiotem troski ze strony kaznodziei winien być kontakt ze słuchaczami, wzmacniający rezonans na kazanie. Można starać się o kontakt przez sposób zwracania się, mówienia, układ miejsc podczas liturgii czy stwarzanie dobrej atmosfery.

Wyniki badań przyniosły też inspiracje w dziedzinie rozwijania myśli w kazaniu, możliwości stworzenia dydaktyki homiletycznej w oparciu o metodę impulsów myślowych i zmiany perspektywy w przygotowaniu kazania⁷.

Badania podjęte przez K.-R. Essmanna obejmowały: reakcje w trzech sferach życia psychicznego, określenie tematu i zapamiętywanie myśli kazania oraz jego zrozumiałość⁸

⁷ Por. E. L e r l e, *Arbeiten...*, s. 161, 156–190, 193–217.

⁸ K.-R. E s s m a n n, *Auswirkungen der Predigt auf die Hörer*, „Lebendige Seelsorge” 6:1977, s. 350–353. Metodą ankiety i rozmowy przebadano reakcję na 35

Autor stwierdził, że kazania oddziaływały na sferę poznawczą (66%), motywacyjną (56%) i emocjonalną (36%). Słuchacze do 25 lat reagowali najmocniej w obszarze poznawczym, starsi (po 65 roku) – najslabiej w dziedzinie poznawczej, a najmocniej w emocjonalnej. Młodszy przejawiali dwa razy większe zainteresowanie bodźcami stymulującymi do zmian w zachowaniu niż starsi. Wartość kazań obniżała stwierdzana w nich rozwlekłość i brak dodatkowej stymulacji.

Oczekiwania wobec kazań

Oczekiwania. Niektóre z badań miały na celu poznanie oczekiwań słuchaczy dotyczących kazań kościelnych. W badaniach Schmidchena stwierdzono 23 tematy kazań uważane za pożądane lub niepożądane. Za najpilniejsze tematy kazań badani uznali: Słowo Boże (75%), pokój (66%), sprawiedliwość na świecie (61%), sens życia (58%), miłość bliźniego (58%), prawda (54%). Najbardziej „niechcianymi tematami” były: kwestie polityczne (60%), choroba (28%), lęk (28%), szczęście (21%), los (18%), cierpienie (21%). Podobne badania niekiedy mają zasięg bardzo szeroki, a niekiedy obejmują tylko jedną parafię. W wyniku jednych z takich lokalnych badań (w Hilden) dowiedziano się, że słuchacze najpierw oczekują kazań oferujących pomoc do życia wiarą, a na drugim miejscu na temat trudności w wierze⁹.

W. Blasig zebrał opinie dotyczące oceny kazań przez słuchaczy. Okazało się, że kazania były interesujące dla 59% słuchaczy (nudne 3,39%), dla 56% okazały się pomocne (9,8% w niczym nie pomogło), dobrze zrozumiałe były dla 76% odbiorców (źle zrozumiałe 9,9%), 40% słuchaczy dowiedziało się czegoś nowego (20,3% niczego). Połowa słuchaczy uznała kazanie za średnio długie, a tylko 7% za długie. Uzyskane wyniki wskazują, że najbardziej pomocne są kazania mające wartość informacyjną, praktyczne oraz komunikatywne¹⁰. Wiele z podobnych badań ma niewielką wartość poznawczą z powodu metodologicznego niedookreślenia i niespójności tematycznej¹¹.

losowo dobranych kazań w dwóch austriackich diecezjach: Wiedeń i Gurk-Klagenfurt.

⁹ Por. Pfarrgemeinderat Hilden. *Welche Predigt-Themen wünschen Sie? – Eine Rundfrage und ihr Ergebnis*, „Pastoralblatt” 24:1972, s. 175–178; G. S c h m i d c h e n, *Gottesdienst in einer rationalen Welt*, Stuttgart 1973, s. 97; także L. U l r i c h, *Erwartungen an die Predigt. Überlegungen zu Ergebnissen des Gottesdienstumfrage der VELKD „Werkstatt Predigt”* 5:1977, H. 26, s. 59–80.

¹⁰ W. B l a s i g, *Welche Predigt hilft? Empirische Messergebnisse*, „Diakonia” 13:1982, s. 133–138. Autor zastosował prostą ankietę i analizę treści wypowiedzi.

¹¹ Por. np. G. N e m e c, *Predigthörer zur Verkündigung*, [w:] O. S e l g (red.), *Seelsorge heute. Konkrete aspekte kirchlichen Lebens im Urteil von Priestern und Laien*, Augsburg–Steppach 1971, s. 123–154.

Oddziaływanie i skuteczność. E. Lerle metodami obserwacji i rozmowy badał psychologiczny rezonans na wstęp do kazania (*Einleitung*)¹². Okazało się, że przeciętnie uwaga przez pierwsze kilka minut była bardziej skupiona niż przez dalszych kilkanaście. Stwierdzono, że po kwadransie następuje zdecydowane obniżenie uwagi. Przemawiałoby to za optymalnym wykorzystaniem pierwszych minut kazania. Co ciekawe, głoszący „bezwiednie” reagowali na spadek uwagi u słuchaczy wprowadzaniem jakiegoś obrazu lub przykładu mobilizującego tę uwagę.

Determinanty oddziaływania. Don Jackson w swoich badaniach uzyskał wyniki świadczące o tym, że informowanie kaznodziei przez słuchaczy o swoich reakcjach (sprzężenie zwrotne) korzystnie wpływa na proces komunikacji w kazaniu i jego efekt¹³. Efekt kazania był tutaj mierzony oceną wystawianą kaznodziei przez audytorium. Wyniki przemawiają za wprowadzaniem informacji zwrotnych w kaznodziejstwie; jeśli bowiem kaznodzieja jest wyżej oceniany, to polepsza się efektywność komunikacji. Słuchacze chcą też aktywnego udziału w procesie komunikacji słowa Bożego.

Na inne determinanty oddziaływania wskazują badania H. Bariego¹⁴. Jego badania zmierzały do odpowiedzi na pytanie, czy odbiorcy kazania mogą „przyjąć świadectwo” kazania bez uwzględnienia osoby świadka. Stwierdzono, że to samo nabożeństwo i kazanie jest różnie oceniane, w zależności od prestiżu danego autora. Jeśli wcześniej znana jest postawa osób badanych wobec różnych autorów, można przewidzieć, jak zostaną ocenione ich kazania i nabożeństwa.

Kazanie lub nabożeństwo jest oceniane wyżej, gdy odbiorcy identyfikują się z autorem kazania, a posiadany obraz autora jest zbliżony do ich idealnego obrazu siebie (i odwrotnie). Odbiorcy nie potrafią więc przyjąć świadectwa bez zaakceptowania osoby świadka. Skoro osoba świadka stanowi wkład w odbiór słowa Bożego, to może on uczynić świadectwo niewiarygodnym. Ocena kazania podczas tych nabożeństw wykazała jeszcze dobitniej, że nie ma świadectwa „samego w sobie”, gdyż ocena świadectwa – pozytywna lub negatywna – zależy od tego, co odbiorca „wie” na temat wiarygodności świadka¹⁵.

R. Schwab przeprowadził badania części kazań z serii „Słowo na niedzielę” z 1973 w celu uzyskania wskaźników skuteczności kazania

¹² Posłużono się obserwacją i rozmową (w parę dni po wysłuchaniu) ze słuchaczami i kaznodziejami (kręgi osób liczyły od 10 do 48 osób) – por. E. L e r l e, *Die Einleitung...*, s. 12, 22.

¹³ D. J a c k s o n, *The Function of Feedback in Preaching*, „The Journal of Communication and Religion” 14:1991, s. 40 n.

¹⁴ H. B a r i e, *Kann der Zeuge hinter das Zeugnis zurücktreten?* „Evangelische Theologie” 32:1972, s. 119–138.

¹⁵ Por. A. L e w e k, *Uwarunkowania recepcji kazań*, [w:] A. L e w e k (red.), *Bóg-Człowiek-Ojczyzna. Kazania*, t. 6, Warszawa 1990, s. 14.

i czynników wpływających na jej optymalizację. Wyodrębnione metodą analizy czynnikowej cechy (12) przebadano następnie pod kątem wpływu na oddziaływanie kazania (skupienie, aprobata, uchwycenie głównej myśli). Z analiz wynika, że dla skuteczności kazania najważniejsze są: aprobata, bliskość życia, powściągliwość (nie narzucanie się), żywość, uczuciowość¹⁶

Stuttgardzka grupa homiletyczna podjęła w latach 1970–1971 badania interdyscyplinarne (psychologia, socjologia, teologia)¹⁷ Wyniki analizy treści wypowiedzi poddano analizie czynnikowej w celu uchwycenia hipotetycznych źródeł (np. klimat kazania, psychologiczne i społeczne funkcje) odpowiedzialnych za docieranie kazań do słuchaczy i wywoływane w nich reakcje. Analiza wyników wykazała, że każdy z trzech rodzajów kazań obrzędowych stanowi kompozycję w obecnych różnym stopniu siedmiu różnych wymiarów: formalnego, „odnoszonego wrażenia”, funkcjonalnego (psychologiczny), relacyjnego (społeczny), religijnego (teologiczny) i kościelnego¹⁸.

H.-Ch. Piper na bazie modelu analizy klinicznej w ramach kursu Clinical Pastoral Education przeanalizował ponad 120 nagranych na magnetofonie oraz podanych na piśmie kazań. Miała też miejsce rozmowa słuchaczy z mówiącymi kazania. Osiągnięto „laboratoryjnie” reakcje słuchaczy (uczestników kursu) na podane kazania, które jako reakcje zwrotne informowały kaznodziejów o tym, co powiedzieli. Dzięki pomocy odbiorców kazań autor ustalił 16 typów kaznodziei i wskazał na wiele czynników zaburzających komunikację homiletyczną¹⁹.

H. Van der Geest przebadął reakcje na tradycyjne nabożeństwo i kazanie u ponad 200 osób, głównie protestantów reformowanych. Przedmiotem analiz była recepcja kazania, przeprowadzona w ramach centrum kształcenia duszpasterstwa klinicznego w Zollikerberg w Szwajcarii. W wyniku analizy reakcji słuchaczy wyodrębniono ważne wymiary kazania: bliskości z Bogiem i bliskości międzyludzkiej, wyzwolenia i wybawienia oraz poznania przez wiarę²⁰.

W obu przypadkach na proces recepcji ma wpływ intensywny klimat dynamiki grupowej umożliwiający wysoką otwartość emocjo-

¹⁶ T. S c h a l l, R. S c h w a b, *Ergebnisse empirisch-psychologischer Forschung zu kirchlichen Ansprachen*, „Theologia Practica” 11:1976, s. 310–315.

¹⁷ M. S c h ä f e r, *Bericht zu Anlage, Durchführung und Ergebnissen der Contentanalyse*, [w:] *Die Predigt. Inhalt, Wirkung und Funktion. Eine Contentanalyse*, München 1973, s. 19–52. Przeanalizowano 120 kazań obrzędowych (42 chrzcielnych, 55 ślubnych i 63 pogrzebowych) metodą analizy treści.

¹⁸ Por. H.-B. K o c h, *Ausblick: Kausalpredigten – Ansätze zur weiteren Erforschung eines kirchlichen Handlungsschemas*, [w:] *Die Predigt...*, s. 135–149.

¹⁹ Por. H.-Ch. P i p e r, *Predigtanalysen*, Göttingen 1976; H. W D a n n o w s k i, *Kompendium der Predigtlehre*, Gütersloh 1990, s. 106–107

²⁰ H. v a n d e r G e e s t, *Du hast mich angesprochen: die Wirkung von Gottesdienst und Predigt*. Zürich 1983.

nalną. Doświadczenia te pozwalają również korygować procesy komunikacji kaznodziejskiej także w normalnych, („terenowych”) warunkach²¹.

POSTAWA RELIGIJNA I RECEPCJA KAZANIA

Część socjologicznie zorientowanych badań nad recepcją kazań dotyczy związku z religijnością, jej zmianami i umacnianiem się. Religijność jest często określana jako postawa religijna. Ważnym wkładem w tej dziedzinie były badania O. Schreudera przeprowadzone pod koniec lat sześćdziesiątych. W efekcie homiletycznych badań terenowych wyszczególniono 6 typów słuchaczy różniących się postawą religijną i kościelną oraz stopniem zadowolenia z kazań. Okazało się też, że pozytywny stosunek do kazań („kredyt zaufania”) u większości słuchaczy wynikał nie z obiektywnej wartości kazania, lecz z religijności i postawy wobec Kościoła. Kazanie musi być bardzo złe, by zachwiać kredytem zaufania, jakim darzą je słuchacze. Według Schreudera, takie zadowolenie „milczącej większości” jest frustrujące dla kaznodziejów, którzy mają świadomość, iż to milczenie może być sygnałem stagnacji w życiu religijnym.

Dobre przypominanie treści kazań jest związane jednocześnie z wykształceniem wyższym niż przeciętne, autonomią myślenia i silną więzią z instytucją lub grupą religijną. Ocena kazania i przypominanie treści nie są ze sobą powiązane. Na ocenę kazania wpływa jedynie jakość wykładu. Nie wykazuje takiego wpływu stopień biblijności, orientacja na doświadczenia słuchaczy, przejrzystość czy ich humanizm. Także obraz kaznodziei nie ma wpływu na przypominanie treści. Na recepcję kazania nie ma wpływu stopień znajomości kaznodziei, natomiast ma wpływ to, co słuchacz sądzi na temat wypełniania przezeń zadań jako pasterza (księdza, pastora)²².

W Polsce badania recepcji kazań w powiązaniu z religijnością przeprowadzał J. Kołodziejczyk²³. Autor poszukiwał odpowiedzi na py-

²¹ Por. też D. L. P r i c e, W. R. T e r r y, B. C. J o h n s t o n, *The Measurement of the Effect of Preaching and Preaching Plus Small Group Dialogue on the Baptist Church*, „Journal for Scientific Study of Religion” 19:1980, s. 186–197

²² O. S c h r e u d e r, *Die schweigende Mehrheit*, „Concilium” 14:1978, s. 21. Badania terenowe objęły 2500 katolików i protestantów, którzy przesłuchali 50 konkretnych kazań (na każde kazanie przypadło 50 ankiet).

²³ J. K o ł o d z i e j c z y k, *Postawy religijne a recepcja kazań. Studium socjologiczno-homiletyczne na przykładzie dominicanes w wybranych parafiach miasta Warszawy*, Lublin 1987 (mps rozprawy doktorskiej – Archiwum KUL); *Postawy religijne a recepcja kazań*, [w:] W T u r e k, J. M a r i a ń s k i (red.), *Kościół w służbie człowieka*, Olsztyn 1990, s. 317–330; *Religijność ludzi świeckich a recepcja kazań*, „Collectanea Theologica” 64:1994, z. 4, s. 137–144. Do badań losowo zostało dobranych 1350 respondentów.

tanie, czy i w jakim stopniu postawy religijne słuchaczy wpływają na recepcję kazań w zakresie: stosunku słuchaczy do kaznodziei, poglądów o roli i stanie kaznodziejstwa, oceny i stopnia przyswajania sobie treści kazań. W religijności uwzględniono wiarę, praktyki, moralność i wspólnotę. W wyniku badań stwierdzono, że recepcja kazań jest zależna od typu religijności w tym znaczeniu, że im bardziej świadoma i pogłębiona jest religijność słuchaczy, tym bogatsza jest recepcja kazania, tym bardziej pozytywnie oceniają oni wysłuchane kazania. Zapamiętywanie treści kazania jest lepsze w młodszym wieku niż w starszym, jest ono także lepsze, im wyższy jest poziom wykształcenia słuchaczy. Natomiast zrozumienie treści jest tym lepsze, im młodszy jest wiek słuchaczy, im wyższe mają wykształcenie oraz im intensywniejsza jest ich religijność. Na sprawę powiązania oceny kazań z typem postaw religijno-kościelnych (religijność ludowa i religijność autonomiczna) zwracał uwagę w swych badaniach J. Sterk (1975)²⁴.

Kontekst komunikacji perswazyjnej był bazą rozległych badań socjologicznych B. Grandthylla²⁵. Inspiracją do badań była troska o podniesienie jakości kazań. Przyczyny niskiej jakości kazań autor upatruje w „monopolizacji” głoszenia ich przez duchownych, przestawianiu się wiernych na recepcję dialogową pod wpływem demokracji w mediach, w jednokierunkowości komunikacji, która może co najwyżej umocnić przekonania, lecz nie jest w stanie ich zmienić, oraz w przekształcaniu się struktur kościelnych z hierarchicznego „Kościoła ludowego” w Kościół dobrowolnego wyboru, w następstwie czego zmienia się profil religijny „audytorium” kazań.

Teorię komunikacji perswazyjnej (jednokierunkowej) autor ten zastosował do retoryki ogólnej, łącząc ją z teorią komunikacyjnego działania (intencjonalność i dyskurs). Recepcja kilku kazań katolickich była korelowana z obrazem, jaki mają słuchacze o kaznodziei oraz z ich postawami do Kościoła: tradycyjną, zaangażowaną, zdystansowaną. Autor stwierdził, że ocena konkretnych kazań jest zbliżona do oceny kazań w ogólności, jak to wcześniej stwierdził J. Sterk (1975)²⁶. Według wyników badań Sterka, to, co się mówi, nie ma większego wpływu na ocenę kazań jedynie u silnie związanych z Kościołem. U pozostałych, a więc tych, którzy są mniej z Kościołem związani, ta ocena jest zróżnicowana.

Tutaj natomiast wierzący zaangażowani, zdystansowani i tradycyjni oceniają kazania w zbliżony sposób, czyli że również bardziej

²⁴ J. G. M. Sterk, *Preek en Toehoorders. Sociologische Exploratie onder katholieke Kerkgangers in de Bondsrepubliek Duitsland*, Nijmegen 1975.

²⁵ B. Grandthyll, *Die Wirkung der Predigt. Möglichkeiten und Grenzen einer empirischen Überprüfung*, Münster 1977

²⁶ J. Sterk, jw., s. 252.

krytycznie nastawieni do Kościoła pod wpływem wysłuchanego kazania nie zmieniają swojej ogólnej opinii o kazaniach.

Jeśli chodzi o postawę wobec Kościoła, to pod wpływem „dobrego” kazania nieznacznie zmienia się ona *in plus*; u zaangażowanych następuje lekkie jej nasilenie, u zdystansowanych zmienia się z neutralnego na lekko pozytywny, natomiast u tradycyjnych, u których była ona już przedtem intensywna, nasila się najmniej.

Na ocenę danego kazania wpływa nie ogólny stosunek do jego tematu, ale do poszczególnych treści zawartych w kazaniu. Treści kazania decydują o jego oddziaływaniu. Na ocenę kazania ma wpływ zarówno forma, jak i treść kazania. Nie ma żadnego związku między oceną kazania a ilością przypominanych treści kazania. Natomiast istnieje zależność między ilością przypominanych treści kazania a poziomem wykształcenia. Podobnie jak w badaniach J. Sterka, do których odnosi się Grandthyll, ogólna ocena kazań jest zależna od wieku, zawodu i wykształcenia oraz postaw religijno-kościelnych. Nie ma związku między stopniem znajomości kaznodziei u słuchaczy a oceną kazania bądź przypominaniem sobie jego treści²⁷

Komunikacja masowa

H. Albrecht zajął się recepcją „kazań” telewizyjnej serii *Das Wort zum Sonntag* z lat 1968–1970, wygłaszanych przez grupę znanych mówców²⁸. Reakcje słuchaczy na kazanie autor wyjaśnia w teorii dysonansu poznawczego Festingera. Reakcję odrzucenia kazania (*Ablehnung*) przez dużą mniejszość widzów od 17–37% (w zależności od kaznodziei), wyjaśnia autor nie tylko reakcją na głoszącego, lecz również na treść. Widzowie-słuchacze odrzucali kazanie w obronie istniejącej w nich zgodności poznawczej (wypływającej z poczucia swojej tożsamości z ważnych podmiotowo przekonań), czy też w celu redukcji powstającej w kontakcie z kazaniem niezgodności poznawczej, czyli dysonansu przejawiającego się w „złym samopoczuciu” itp., a wynikającego z zachwiania się poczucia tożsamości bądź pewności posiadanych przekonań.

Przy wyjaśnianiu przebiegu tych złożonych reakcji obronnych na psychicznie „obce” w treści audycje telewizyjne autor odwołuje się do kilku „technik” redukcji dysonansu. Należałyby do nich: niezgadzanie się (np. na wywołującą niepokój ocenę jakiejś sytuacji życiowej), usprawiedliwianie swego postępowania większym złem czynionym przez innych, tworzenie iluzji na załatwienie budzącej niepokój

²⁷ Por. Grandthyll, jw., s. 246–276.

²⁸ H. Albrecht, *Kirche im Fernsehen. Massenkommunikationsforschung am Beispiel der Sendereihe „Das Wort zum Sonntag”*, Hamburg 1974.

sprawy przez określone środki czy zabiegi rytualne lub też poszukiwanie kozła ofiarnego.

Niektóre elementy audycji prowadziły u słuchaczy do nagromadzenia i nasilenia się dysonansów, np. przez zbyt dużo nowych informacji jednocześnie, wywołujących „mieszane uczucia”, stosowanie pouczania – zamiast nauczania. Skutkiem wzmocnienia dysonansu i „obrony percepcyjnej” w procesie odbioru jest zwiększenie się dystansu między kaznodzieją i słuchaczem, a w konsekwencji wzmocnianie zagrożonej pozycji i zerwanie komunikacji. Niektórzy słuchacze jednak przetrzymywali dysonans, co otwierało szansę na zrozumienie czegoś nowego, nawrócenie, pokutę.

Komunikacyjne działanie

Jednym z pierwszych badań recepcji kazania w kontekście działania komunikacyjnego jest praca K.-F. Daibera z 1978 roku²⁹. Podjętym problemem jest wpływ związku z Kościołem (wyrażony akceptacją Pisma jako słowa Bożego i kaznodziei jako jego głosiciela) na proces słuchania. Daiber wyszedł z założenia, że silniejszy związek słuchacza z Kościołem prowadzi do bardziej pozytywnego stosunku do kaznodziei i akceptacji głoszonych przezeń wymagań wiary, a więc i skuteczności. Płaszczyzną porozumienia jest kazanie rozumiane jako akt mowy skierowany do słuchacza. To porozumienie ma aspekt relacji między kaznodzieją i słuchaczem oraz aspekt treści kazania. Analizowano głównie *constantiva* i *regulativa*³⁰. Stwierdzono, że im silniejszy jest związek z Kościołem i częstszy udział w niedzielnych nabożeństwach, tym większa jest gotowość uznawania kaznodziei za głosiciela słowa Bożego, a Pisma św. za słowo Boże. Najczęściej identyfikowanymi przez słuchaczy aktami mowy były relacjonowanie (75%) i zachęcanie. W następnej kolejności ułożyły się: wyjaśnianie, stwierdzanie, pocieszanie, upominanie (42%). Panowała duża zgodność między interpretacją aktów mowy ze strony kaznodziei i ze strony słuchaczy. Największa natomiast rozbieżność dotyczyła aktów upominania i proponowania.

Oceniano też recepcję każdego kazania z osobna. Przy spontanicznym przypominaniu przekazu dominowały opowiadania, użyte obrazy i metafory, szybko uniezależniające się od intencji kazania. Na kolejnych miejscach znalazły się znane powiedzenia biblijne, nietypowe za-

²⁹ K.-F. D a i b e r, *Leiden als Thema der Predigt: Bericht über eine Predigtreihe*, München 1978.

³⁰ Badani (162 respondentów stanowiący około 22% wszystkich uczestników nabożeństw) odpowiadali w związku z recepcją 8 kazań nt. „Cierpienie człowieka – cierpieniem Boga” Metodami badawczymi były: rozmowa, ankieta i dyferencjał semantyczny.

chowania i wypowiedzi kaznodziei. Są to wyniki zgodne z uzyskanymi w innym kontekście przez E. Lerlego (1965).

Kontynuacja badań znalazła wyraz w kolejnym opracowaniu Daibera i jego współpracowników³¹. Chciano uzyskać odpowiedź na pytanie o wpływ formy nabożeństwa (*Gottesdienst*) na słuchanie kazania oraz o związek częstotliwości uczęszczania do kościoła z recepcją nabożeństwa.

Nabożeństwo zostało ujęte jako rytuał i czynność mówienia (*Sprechhandlung*), czyli akty mowy (*Sprechakte*) dokonujące się według ustalonych reguł interakcji przepisanych przez tradycję. Kazanie jest elementem tego rytuału. W tej interakcji o charakterze komunikacji w symboliczny sposób zachodzi proces komunikacji między Bogiem i człowiekiem³². Z badań wynika, że forma nabożeństwa miała wpływ zwłaszcza na poznawczą recepcję przekazu. Liturgiczna forma podnosi rozumienie kazania. Oceniono również, na ile określone aspekty aktu mowy: akty pouczające, zalecające działanie czy emocjonalnie stabilizujące umożliwiają realizację intencji kaznodziei. Różne aspekty postawy do nabożeństwa i Kościoła (rytualno-fundamentalistyczny, instytucjonalny, krytyczno-nierytualny), wpływały na ocenę aktów mowy w kazaniu. Najmniej krytycznie kazanie oceniają osoby o postawie rytualnej. Pozytywna postawa religijno-kościelna prowadzi także do bardziej pozytywnej oceny liturgii i kazania. Uznanie instytucji kazania jako mowy religijnej ma wpływ na negatywną względnie pozytywną ocenę kazania.

W tych badaniach stwierdzono również wpływ wykształcenia na recepcję kazania; wraz ze wzrostem wykształcenia nasila się krytyczno-zdystansowane widzenie kazania, dystans do zdogmatyzowanych sformułowań, a zarazem gotowość poszukiwania bardziej krytycznej i twórczej formy liturgii. Większość słuchaczy w recepcji kazania preferuje płaszczyznę emocjonalną przed treściową³³.

W kolejnej pracy, traktującej kazanie jako rezultat procesu komunikacji – w którym kaznodzieja, słuchacz i sytuacja znajdują się we wzajemnym związku – zauważono, że komunikacja między kaznodzieją a słuchaczem udaje się, jeśli między nimi występuje względna zgodność w zakresie uznawanych wartości oraz gdy rozumienie kazania między nimi jest względnie zgodne³⁴. Zgodność hierarchii warto-

³¹ K.-F. Daiber, H. W. Dannowski, W. Lukatis, L. Ulrich, *Gemeinden erleben ihre Gottesdienste. Erfahrungsberichte*, Guetersloh 1978.

³² W różnych wspólnotach, podczas czterech różnych nabożeństw, głoszone było identyczne kazanie przez tego samego kaznodzieję. Kazania były nagrywane za pomocą kamery video. Po zakończeniu uczestnicy (razem 210 osób) wypełniali standaryzowaną ankietę oraz uczestniczyli w dyskusji na temat kazania i liturgii.

³³ Por. Daiber..., *Gemeinden erleben...*, s. 113–115.

³⁴ Por. K. F. Daiber, *Predigen und hören. T. 1. Predigten, Analysen, Grundauswertung*, München 1980.

ści wpływa pozytywnie na klimat komunikacji między słuchaczem i kaznodzieją. Komunikacja jest też bardziej udana, jeśli kaznodzieja ma poczucie, że jest akceptowany jako mówca.

Komunikacja homiletyczna, jako akt porozumienia między kaznodzieją i słuchaczem, rozgrywa się w polu społecznym (odniesienie do teorii K. Lewina). Jego specyfikę w komunikacji kaznodziejskiej wyznacza wielość wzajemnych powiązań między instytucją (Kościoł), normami (np. przykazania), rolami (słuchacz, kaznodzieja) oraz wpływającymi z nich symbolicznymi (rytualnymi) zachowaniami oddziałującymi na jednostkę³⁵.

Podstawą do operacjonalizacji procesu percepcji było wyróżnienie w teorii aktu mowy jego funkcji illokucyjnej (aspekt relacyjny), lokucyjnej (aspekt treści) i perlokucyjnej (akceptacja) wprowadzone przez Habermasa. Realizacja aktu mowy w kazaniu jest wyznaczona przez rytuał nabożeństwa.

Nawiązując do teorii Habermasa, stworzono typologię kazań (personalno-dialogiczne, dogmatyczno-stwierdzające) oraz poddano analizie ich skuteczność. Okazało się, że grupy zróżnicowane w aspekcie wieku, wykształcenia i związku z Kościołem nie wykazują preferencji w zakresie typu kazania³⁶. Różnią się natomiast preferowanymi wartościami, co wpływa na odbiór kazania. Osoby związane z Kościołem częściej, niż zdystansowane w stosunku do niego, uważają kazanie za słowo Boże, inaczej też spostrzegają kaznodzieję jako mówcę. Zdystansowani chętniej widzieliby kaznodzieję jako partnera dyskusji. Sposób definiowania kazania i preferowane wartości wpływają na recepcję kazania. Kazanie nie tyle zmienia postawy, co je stabilizuje. W słuchaniu bardzo ważną rolę pełnią akty mowy tworzące relacyjną płaszczyznę kazania na tyle, że umożliwiają recepcję na płaszczyźnie treści. Słuchacze najbardziej oczekują tego, aby kazania były ukierunkowane na ich realne problemy.

UWAGI KOŃCOWE

W wyniku przeglądu literatury z zakresu psychologicznego i komunikacyjnego aspektu recepcji kazań uzyskujemy przybliżoną charakterystykę stanu badań empirycznych. Wynika z niej, że nauki społeczne (psychologia, psycholingwistyka, socjolingwistyka, socjolo-

³⁵ Por. K. F. D a i b e r, *Predigen und hören. T. 2. Kommunikation zwischen Predigern und Hörern. Sozialwissenschaftliche Untersuchungen*, München 1983. Jako metod, badacze użyli ankiet (kaznodzieja, eksperci, słuchacze) z pytaniami zamkniętymi (skale) i otwartymi, dyferencjał semantyczny oraz schemat kodowania do oceny pytań otwartych metodą analizy treściowej. Do porządkowania danych wykorzystano analizę czynnikową.

³⁶ Tutaj nie relacjonujemy innych wymiarów badań, np. analizy kazań w aspekcie aktów mowy (czynności językowych) i typologii kazań.

gia) są naukami dla homiletyki atrakcyjnymi i bardzo użytecznymi. W oparciu o wyniki badań empirycznych podejmuje się nawet próby stworzenia homiletyki (Lerle, Daiber).

W badaniach empirycznych nad recepcją kazań stosuje się osiągnięcia psychologii klasycznej, psychoanalizy, psychologii postaci i psychologii pola oraz psychologii poznawczej. Spośród działów psychologii najlepiej reprezentowana jest psychologia ogólna i psychologia społeczna (postawy, komunikacja, interakcje).

Do pomiaru recepcji kazań stosuje się szeroki zakres psychologicznych i socjologicznych metod badawczych; rozmowę, ankiety, obserwację, kwestionariusze, testy, eksperyment, analizę treści. Badania prowadzone są w warunkach naturalnych (polowych) i laboratoryjnych, także z wykorzystaniem nagrań magnetofonowych i video. Badane są indywidualne i grupowe aspekty recepcji kazań. Do opracowania wyników i rekonstrukcji psychologicznej motywacji w recepcji, jej wymiarów i korelatów stosuje się zaawansowane techniki statystyczne: analizę czynnikową, analizę skupień i analizę wariancji.

Badano recepcję kazań w ogólności i recepcję konkretnych kazań. Jeśli chodzi o oddziaływanie konkretnych kazań, to większość badań ograniczała się do niewielu aspektów oddziaływania. Jedynie kilku autorów (Lerle, Grandthyll, Daiber) rozpracowało szerzej pojęcie recepcji i oddziaływania kazań.

Reasumując zrelacjonowane osiągnięcia, do badanych empirycznie aspektów recepcji kazań w ogólności należały: oczekiwania i preferencje tematyczne, oceny kazań w ogóle i kazań konkretnych, stopień uwagi przy słuchaniu, zrozumienie, zapamiętywanie i przypominanie treści kazań oraz uwarunkowania tych procesów, determinaty różnych aspektów oddziaływania i skuteczności kazań (religijne, psychologiczne i socjologiczne, indywidualne i grupowe, ze strony słuchacza, relacji oraz kaznodziei).

Niektóre z uzyskanych wyników (np. związek recepcji kazań z religijnością, wiekiem, wykształceniem) są zgodne w wielu badaniach, zatem są dosyć przekonujące. Byłoby najkorzystniej, gdyby poszczególne zmienne były podobnie definiowane i umieszczane w podobnych kontekstach teoretycznych. Dawałoby to możliwość porównywania i dyskusji zestawionych wyników.

Niezgodności wystąpiły natomiast przy związku recepcji z pewnymi bardziej szczegółowymi aspektami postawy religijnej (do Kościoła, liturgii). Stąd też istnieje potrzeba dalszych, bardziej systemowych badań, do których dotychczasowe badania podprowadzają i inspirują.

Do słabości uzyskanych wyników należy wielość pojęć włączonych w rozumienie recepcji, nieprzystawalnych do siebie, nieściślych znaczeniowo. Innym brakiem jest niereprezentatywność wielu badań i brak standaryzacji niektórych metod. Na rzetelności wyników ciąży

brak bazy teoretycznej dla większości z nich; mają więc raczej charakter sondaży, inwentarzy zjawisk związanych z recepcją. Nawet przy osadzeniu części badań w kontekście teorii komunikacji jest to zastosowanie dosyć ogólne. Mimo to, najpełniej dopracowane zostały badania prowadzone na bazie semiotyki pragmatycznej.

Wyniki badań empirycznych w ramach teorii komunikacji, zasadniczo ograniczają się do podejścia socjologicznego. To również może stanowić wyzwanie i zachętę do poszukiwań zorientowanych bardziej psychologicznie, tak w dziedzinie psychologii społecznej, jak również w innych, zwłaszcza w dziedzinie psychologii osobowości.

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF A RECEPTIONS OF SERMONS: EMPIRICAL STUDY

S u m m a r y

The study focuses on psychological aspect of the reception of sermons, based on a theory and methods taken from social sciences. The sections of those findings are as follows: the study of the reception of sermons in connection with dynamic of actualisation of the content of sermons; the study of some aspect of the reception of sermons in connection with an expectation of sermons, and the study of reception of sermons in connection with religious attitude. Finally all the most important achievements were matched, shortcomings were pointed to, and the need of further psychological study of reception of sermons was suggested.