

ONDERZOEK

Spiritualiteit van dertigers en veertigers

Kwalitatief onderzoek voor Kerk zonder Grenzen

Gert de Jong
rapport nr. 604b, september 2010





KASKI



1 Inleiding

Dit is het tweede deel van het onderzoek voor Kerk zonder Grenzen onder dertigers en veertigers. In dit onderzoek worden drie deelvragen beantwoord, te weten:

1. *Hoe is het religieuze profiel van Nederlanders tussen 30 en 50 jaar te beschrijven en welke subcategorieën zijn te beschrijven?*
2. *Hoe groot zijn binnen deze categorie de subcategorieën met enige religieuze interesse?*
3. *Welke levensbeschouwelijke programmering heeft de interesse en voorziet in de behoefte van deze subcategorieën?*

De eerste twee vragen zijn in het eerste deel reeds beantwoord. Op grond van secundaire analyse van het onderzoek *God in Nederland* gaven we een beschrijving van de spiritualiteit van dertigers en veertigers. Daarbij maakten we een indeling in vier groepen die zich onderscheiden naar kerkelijkheid en het belang dat men aan geloof hecht.

De derde vraag van dit onderzoek – die naar levensbeschouwelijke programmering – komt in dit rapport aan de orde. Aan de hand van de analyse van twee focusgroepen formuleren we overwegingen en adviezen over de programmering van Kerk zonder Grenzen.

De focusgroepen zijn gehouden met mensen die contact hebben met Kerk zonder Grenzen en die in het profiel van de doelgroep van dit onderzoek passen: mensen tussen 30 en 50 jaar met religieuze interesse en geringe kerkelijke betrokkenheid. De focusgroepen gaven ook gelegenheid om nader door te praten over de levensbeschouwelijke interesses en activiteiten van de deelnemers; daarmee kunnen we het religieuze profiel zoals dat in het kwantitatieve onderzoek naar voren komt nuanceren, verdiepen en eventueel aanvullen. Dit rapport geeft, anders gezegd, vooral antwoord op de deelvragen 1 en 3.

In dit hoofdstuk geven we kort aan hoe de werving is verlopen voor de focusgroepen en welke mensen hebben deelgenomen. Voorafgaand wordt kort de onderzoeksvorm focusgroepen beschreven.

Hoe de deelnemers aan de focusgroepen zich verhouden tot de groepen die we in het eerste deel van dit rapport hebben beschreven staat in de dan volgende paragraaf.

Vervolgens komen in de hoofdstukken drie en vier de resultaten uit de focusgroepen aan de orde en wordt in het hoofdstuk ‘conclusie en aanbevelingen’ teruggekomen op de beantwoording van de genoemde onderzoeksvragen.



1.1 Focusgroepen

Focusgroepen zijn een vorm van kwalitatief onderzoek dat veel in marktonderzoek wordt toegepast. Focusgroepen zijn kleinschalig van opzet; het zijn gesprekken waarbij ongeveer acht mensen tegelijk in gesprek zijn en/of een discussie voeren onder leiding van een gespreksleider.

De gesprekken hebben een indicatief karakter (het onderzoekt en beschrijft wat wel genoemd wordt de *universe of arguments*). Door de open structuur van de gesprekken kan in principe alles wat leeft rondom een onderwerp aan de orde komen. Bovendien kan dieper en gevoelsmatiger (dan bij kwantitatief onderzoek) op de materie worden ingegaan. Focusgroepen zijn uitstekend geschikt om inzicht te geven in de vraag welke meningen er bestaan met betrekking tot een bepaald onderwerp. Doordat de mogelijkheid bestaat om te reageren op elkaars uitspraken, kunnen ketens van associaties, persoonlijke ervaringen, normen en waarden ontstaan waarbij het onderwerp begint te leven; het gespreksonderwerp wordt in de breedte afgetast, waarbij de opdrachtgever een goed idee krijgt hoe er door de ‘doelgroep’ over het onderwerp wordt gesproken (taalgebruik), welke denkbeelden er bestaan en welke associaties men aan het onderwerp koppelt.


Als vorm van kwalitatief onderzoek zijn focusgroepen vooral hypothesevormend en/of verkennend; focusgroepen kennen maar een beperkte mate van mogelijkheden tot generaliseren. In de opstelling zoals die voor Kerk zonder Grenzen is gebruikt, bestond de mogelijkheid om de gesprekken mee te beluisteren via een opgestelde microfoon.

Omdat van de gehouden focusgroepen letterlijke verslagen zijn gemaakt, kunnen we de analyses telkens toelichten met citaten uit de gesprekken. Deze citaten worden anoniem weergegeven, waarbij iedere uitspraak met een opsommingsteken wordt aangegeven.

1.2 Werving en respons

In het onderzoek werd gestreefd naar twee focusgroepen van elk acht deelnemers. Met het oog op de werving leverde Kerk zonder Grenzen een lijst met 51 mogelijke kandidaten, 23 (echt)paren en 5 individuele kandidaten. Deze kandidaten waren bekend bij (de pastor van) Kerk zonder Grenzen. Ze zouden goed passen bij de mensen waar dit onderzoek zich op richt: dertigers en veertigers met interesse voor geloof en levensbeschouwing en geringe kerkelijke betrokkenheid.

Alle deelnemers zijn per brief aangeschreven, waarin het onderzoek werd aangekondigd. In de brief werden achtergronden van het onderzoek vermeld alsmede dat een



telefonische uitnodiging zou volgen. Tevens werd meegedeeld dat de deelnemers een vergoeding voor deelname zouden krijgen.

Voorafgaand aan de brief van het Kaski had Kerk zonder Grenzen de potentiële kandidaten al aangekondigd dat het onderzoek aanstaande was en zij voor deelname in aanmerking zouden komen.

De werving verliep voorspoedig en al snel konden twee groepen worden geformeerd, een groep van negen deelnemers, en een groep van tien deelnemers. In veel gevallen wilden beide echtgenoten deelnemen. Nadat deze negentien mensen hun medewerking hadden toegezegd, is verder werving door bellen gestopt. De deelnemers kregen na enige tijd middels een brief een bevestiging van de afspraak; dat leverde een aantal afzeggingen op.

Op de avond zelf waren in de eerste groep acht deelnemers aanwezig: vijf mannen, drie vrouwen. Voor de tweede groep waren drie deelnemers aanwezig: twee vrouwen en een man.

De deelnemers wonen binnen een straal van 10 tot 20 kilometer rond Bloemendaal.

De gemiddelde leeftijd van de deelnemers bedraagt 34 jaar; veel van hen hebben één of twee kinderen, één echtpaar niet. Van de elf deelnemers hebben er zes een hogere opleiding (HBO of universiteit) en vier een middelbare opleiding (MBO of Havo). Op drie na geven alle deelnemers aan dat ze minder dan één keer per maand naar de kerk gaan, terwijl acht deelnemers wel lid zijn van een kerk. Acht noemen zich beslist wel gelovig, drie enigszins gelovig.

In tabelvorm ziet het geheel er als volgt uit:



Tabel 1.1 Enkele kenmerken van de deelnemers van de focusgroepen

<i>vraag</i>	<i>aantal</i>
Wat is je hoogst genoten opleiding?	
lager onderwijs, lager beroepsonderwijs, mavo	0
MBO, Havo	4
HBO, universiteit	6
anders namelijk ...	0
Hoe vaak bezoek je een kerkelijke viering of	
één keer per week of vaker	2
één keer per twee weken	0
één keer per maand	1
minder dan één keer per maand	8
zelden tot nooit	0
Beschouw je jezelf als een gelovig mens?	
ja, beslist wel	5
eigenlijk wel	3
eigenlijk niet	0
nee, beslist niet	0
weet niet	0
Ben je lid van een kerk en zo ja, welke?	
nee	3
ja, namelijk ...	8

1.3 Deelnemers focusgroepen en de niet-kerkelijk sterk gelovigen

Zoals uit de tabel blijkt gaven vrijwel alle deelnemers aan wel lid te zijn van een kerkgenootschap. In het kwantitatieve onderzoek hadden we vooral ingezoomd op mensen die aangeven geen lid te zijn van een kerkgenootschap. Tegelijk blijkt ook dat de kerkelijke betrokkenheid van de meeste deelnemers aan de focusgroepen gering is. Strikt genomen zaten er bij de focusgroepen dus andere mensen aan tafel dan in het eerste deel van dit rapport zijn beschreven, feitelijk zullen ze veel op elkaar lijken. Dat zal ook blijken uit deze rapportage van de focusgroepen. Wel geeft de inbreng in de focusgroepen aanleiding te veronderstellen dat de deelnemers zich toch net wat nauwer verbonden voelen met de christelijke traditie en de kerk, dan veel van de niet-kerkelijk sterk gelovigen zoals die in deel 1 naar voren komen.

2 Religieuze positionering

De eerste onderzoeksvraag luidt: “Hoe is het religieuze profiel van Nederlanders tussen 30 en 50 jaar te beschrijven en welke subcategorieën zijn te beschrijven?” Deze vraag is in het kwantitatieve onderzoek aan de orde geweest. Vanuit de focusgroepen zijn de kwantitatieve gegevens aan te vullen met meer kwalitatieve gegevens: meningen, opvattingen en beschrijvingen van de groep mensen die aan de gesprekken deelnamen.

Daarbij worden drie ontwerpen beschreven die het religieuze profiel nader inkleuren: kerkgang en kerkelijke betrokkenheid van de deelnemers, zoekgedrag en – ten derde – bidden. Ze komen in de volgende paragrafen aan bod.

2.1 Kerkgang en kerkelijke betrokkenheid

De meeste deelnemers gaan niet vaak (meer) naar de kerk. Desgevraagd kan een aantal van hen wel aangeven wat interessant en inspirerend kan zijn aan een kerkdienst of hoe een ideale kerkdienst eruit zou moeten zien. Tijdens de focusgroepen is eveneens besproken wat kerkdiensten inspirerend kan maken. Dus zowel de vraag naar de feitelijke situatie als naar de gewenste situatie kwam aan bod.

De deelnemers gaven vervolgens aan wat hen weerhoudt om naar de kerk te gaan. Dat zijn als het ware de contra-argumenten bij goede en inspirerende diensten

Hoewel ze zelf dus niet vaak gaan, vindt een aantal dat je eigenlijk wel zou moeten; ze geven daar hun argumenten voor. Daarmee komt in beeld wat volgens de deelnemers de zin van kerkgang zou kunnen zijn.

Inspiratie in de dienst

Wat diensten inspirerend maakt kan heel divers zijn, maar een aantal trefwoorden komen geregeld terug: de muziek, het samenzijn en de uitleg of preek. Van de preek geldt wel dat het niet te hoogdravend of te zwaar moet zijn, maar eigentijds, persoonlijk en herkenbaar. De deelnemers worden geraakt wanneer ze het gevoel hebben dat ze persoonlijk worden aangesproken. Dat is voor hen belangrijker dan de vraag of het wel over God gaat. Blijkbaar willen de deelnemers iets van bemoediging voor het leven en die vinden ze in een verdiepende reflectie.

Tevens worden kerkdiensten gewaardeerd als momenten van rust.



- “Wat ik gezellig vond was de muziek, met name pianomuziek. Verder de uitleg naar aanleiding van het Bijbelgedeelte (...) het gezellig samenzijn, met elkaar de mensen gelijkgestemd als het ware.”
- “Vaderliefde (...) ik heb zelf ook twee kinderen dus dat spreekt me dan natuurlijk ook aan. Maar met name natuurlijk dat stukje diepgang dat daarnaast ook een God bestaat die een vader voor ons wil zijn, die echt te allen tijde ons lief heeft.”
- “Het is vaak een stukje ontspanning.”
- “Een stukje bezinning en niet het zwaarwegende, niet het lezen uit de Bijbel maar gewoon een manier van vertellen zoals jij ook met twee benen in de huidige wereld staat.”
- “Als voor jou God helemaal niks is, dan lees jij een gedicht voor, of je maakt een gedicht en dat gaat dan over het goede, en dan noem je die hele God helemaal niet. Dus het blijft heel dicht bij jezelf.”
- “En je voert dus het gesprek met elkaar en dat kan af en toe heel basaal zijn, maar dat kan ook heel erg diep gaan. En iedereen kan daar op z’n eigen punt op aanhaken (...). Nou, je ziet wel dat je mensen heel erg kunt uitnodigen om te praten (...). Tegelijkertijd heb je een aantal rituelen, met de kaarsen, gebed en zegen, die wel maken dat het een kerkdienst is. (waarop een ander antwoordt:) “het klinkt heel goed, vind ik. Ja. (als Kerk zonder Grenzen dit zou organiseren) ... dat het dan prettiger is om dan een dienst bij te wonen. Dit is veel persoonlijker”
- “Nou, sommige concerten van religieuze artiesten. Daar zijn we ook wel eens een keer geweest en dat vonden we allebei ook heel inspirerend. Dat is weer iets heel anders en het is nog eigentijdser natuurlijk, echt een setting van een popconcert maar dan wel heel erg eerlijk en ook met een dialoog erin. Dat is heel mooi, dat is heel verrassend ook.”

Problemen met de dienst

Men heeft vaak het idee dat een kerkdienst te veel eenrichtingverkeer is en er te weinig ruimte is voor dialoog en interactie. Daarnaast zijn de teksten van de liederen voor de deelnemers niet echt aansprekend; het weerhoudt hen om naar de kerk te gaan, zeggen ze. ‘Zware’ preken waarin het over schuld en verzoening gaat, spreken eveneens niet aan. De geringe kerkgang van de deelnemers hangt eveneens samen met de levensloop, mensen veranderen en daarmee wordt een patroon van vaste kerkgang uit de jeugd doorbroken.

- “(De muziek weerhoudt je om te gaan?) De teksten van de muziek met name.”
- “Dan houd je mij ook uit de kerk, als je alleen met onbekende liederen aan komt zetten.”
- “Dan is het altijd zo’n buigen of barsten preek.”

- “Ik mis eigenlijk in alle doorsnee kerkmissen, mis ik dialoog. Het is input en dan mag je gaan.”
- “Ik ging studeren en je gaat op jezelf wonen en dan wordt het ook anders. Maar ik merkte het al in mijn jeugd hoor, het was ook gewoon zeker niet aantrekkelijk meer om erheen te gaan.”

Zin van kerkgang

Hoewel de meeste deelnemers dus geen trouwe kerkgangers zijn, kunnen ze wel argumenten geven waarom regelmatig naar de kerk gaan zinvol is. En daarmee geven ze dus impliciet argumenten voor kerkgang. Niemand noemt overigens enig schuldgevoel over het feit dat men niet ter kerke gaat. Een aantal noemt dat een kerkdienst hen aan het denken zet of overwegingen aanreikt. Dat zijn dan blijkbaar zaken waar men in het dagelijks leven aan voorbij kan gaan.

- “Het is soms wel erg vrijblijvend, zeg maar.”
- “Anders versloft het toch soms heel gauw als je andere dingen gaat plannen en doen.”
- “Geloof in mijn leven (...) dat is zo belangrijk (...) geweest. (...) Dat is wel iets wat ik op zich mijn kind mee wil geven (...) en daar heb je ook zoveel aan in je leven, ook al ben je niet meer een actief kerkganger. Maar dat vraagt nu een bijna pedagogische keus of zo, dat je denkt, het is goed om nu weer naar de kerk te gaan, en dan niet eens zozeer voor mij, voor hier en nu misschien, maar meer dat je denkt, voor de opvoeding. En dat is wel iets waar wij echt over nadenken, hoe gaan we dat nu vorm geven.”

Samenvattend blijkt dat de deelnemers het belang van momenten van inspiratie zien. Die doen ze op als ze verdiepende gedachten krijgen aangereikt die aansluiten bij hun leven. De toon is dan van belang. Het moet niet belerend zijn of te zwaar, zo lijken ze te willen zeggen.

2.2 Zoekgedrag

De deelnemers noemen zichzelf niet zozeer zoekers; alleen een enkeling zou zo'n term expliciet voor zichzelf gebruiken. Daarnaast geeft een deelnemer aan helemaal geen behoefte te hebben om te zoeken, omdat hij zijn zekerheid in het geloof wel gevonden lijkt te hebben. Hij heeft het plaatje helder en nieuwe ervaringen kunnen daaraan worden getoetst (het moet Bijbelgetrouw zijn).

De term zoeker is voor de deelnemers dus blijkbaar geen gangbare term. Desgevraagd zouden ze mensen uit hun omgeving misschien wel als zoeker omschrijven. Met de



term ‘zoeker’ hebben we dus blijkbaar geen term waarmee de deelnemers zichzelf karakteriseren, maar desgevraagd wel anderen.

De meeste deelnemers blijken mensen te zijn die zich enerzijds betrokken voelen bij het christelijke geloof en dat waardevol vinden, maar anderzijds niet echt een plek hebben gevonden waar ze daar concreet vorm aan geven. Als ze zich al zoeker noemen, is het dan ook eerder in de zin van op zoek gaan naar een kerk die bij hen past. Daarvoor gebruiken ze de term ‘hoppen’ (overspringen van de ene kerk naar de andere).

Dat deze mensen zich geen zoekers noemen, heeft er mede mee te maken dat ze niet actief op zoek zijn. Het zijn geen mensen die boeken lezen over geloof en levensbeschouwing. Althans, niemand meldt dit expliciet. Hun band met het christelijk geloof lijkt toch vooral te bestaan uit het incidenteel bezoeken van kerkdiensten en het luisteren naar Kerk zonder Grenzen, naast een gevoel van verbondenheid met een traditie die ze waardevol vinden.

Daarmee wordt impliciet hun positie bepaald: ze hebben weet van, of herinnering aan waardevolle elementen uit het christelijk geloof, maar ze hebben nog geen modus gevonden om hun behoefte aan verdieping regelmatig te voeden. Ze zijn hun plekje in de kerk van hun jeugd kwijt – lijken daar ook niet meer naar terug te willen – maar hebben nog niet een goede plek gevonden waar ze zich thuis voelen.

Hier moet nog wel expliciet vermeld worden dat Kerk zonder Grenzen voor een aantal deelnemers passend aanbod levert. Men luistert naar de uitzendingen of leest de bijdragen via internet.

- “Veel van mijn vrienden geloven in principe niet, maar die denken wel dat er wat is, maar ze weten niet wat. Dus ja, dat zullen dan de zoekers zijn.”
- “Je gelooft nog steeds wel dat er iets is, maar hoe dat nou precies zit weet je niet. Dus je gaat wat meer met andere mensen erover praten, kijken hoe zij erover denken, kan je het daarmee vinden.”
- “Ik zou mijzelf absoluut niet als zoeker typeren, maar ik heb op een heleboel dingen geen antwoord, dat is voor mij heel eigen aan geloof.”
- “Ik ben wel zo’n type, denk ik. Maar niet dat ik actief ga kerkhoppen. Het is meer dat mijn vrouw meer gelovig is en dat ik dan af en toe mee moet.”
- “Ik ben wel op zoek naar wat nou mijn gemeenschap is.”
- “Nou ja, je gaat er wat meer vragen bij stellen en op zo’n punt zit je dan nu, dat je denkt van, nou wat is het nou eigenlijk. Dus is ook, op welke manier is God er voor ons?”
- “Ik vind het wel altijd leuk om naar de dienst van Aart te luisteren (...). En je kan het nu ook natuurlijk via internet beluisteren, dus dat doen we dan nog wel eens op ons eigen moment.”

- (op de vraag of men naar een programma luistert) “Ik lees ‘m gewoon nog na.”

2.3 Bidden

Volgens diverse onderzoeken bidden veel mensen met enige regelmaat. Uit het kwantitatieve onderzoek bleek bijvoorbeeld dat zowel binnen de groep kerkelijken als binnen de groep niet-kerkelijk sterk gelovigen, ruim driekwart één keer per week of vaker bidt.

Tijdens de focusgroepen is gesproken over bidden aan de hand van een aantal uitspraken uit het onderzoek *God in Nederland*. De deelnemers is allereerst gevraagd een eigen positie ten opzichte van de stellingen in te nemen. Ze scoorden daarbij op een vijfpuntsschaal van helemaal eens (1) naar helemaal oneens (5).

<i>bidden is voor mij ...</i>	<i>gemiddelde scores</i>
contact hebben met God	1,9
mijn gevoelens uiten	2,1
een soort van overdenken van mijn leven	2,2
kracht op doen om dingen te veranderen	2,6
een vorm van mediteren	2,6
een manier om je te verzoenen met de omstandigheden	2,8
mijn geloof uitdrukken	3,1
mij bewust worden van mezelf	3,1
vragen aan God of een hogere macht om een oplossing voor problemen	3,3
praten met mijzelf	3,4
leren accepteren van de situatie waarin ik mij bevind	3,4
een manier om zelfvertrouwen op te doen	3,7

Het blijkt dat contact hebben met God op de meeste instemming kan rekenen, terwijl ‘een manier om zelfvertrouwen op te doen’ op de minste instemming kan rekenen.

Nu is deze peiling niet bedoeld als enquête (en dus moeten we er geen vergaande kwantitatieve conclusies uit trekken), maar een opstap voor het gesprek. In dat gesprek bleek dat niet iedereen even vaak bidt: sommigen geven aan regelmatig te bidden, anderen juist helemaal niet.

Bidden heeft voor de deelnemers vooral met God te maken. De een stelt zich dit concreter (en wellicht theïstischer) voor dan de ander. Veel deelnemers kennen wel momenten van overdenking of van zelfreflectie. Enkelen willen dat desgevraagd wel bidden noemen. De meesten staan aarzelend tegenover meditatie, of ze zien bidden en mediteren als te onderscheiden zaken, voor anderen liggen bidden en mediteren meer in elkaars verlengde.



- “Bidden is niet voor mij iets naar anderen toe, dat gaat tussen mij en God.
- “Als ik ga bidden dan wil ik heel graag mijn geloof juist uitspreken (...): ‘God, hier ben ik en ik geloof in U en ik heb U lief.’”
- “Je kunt zelf keuzes maken, daarvoor ben je mensen. Ik moet me ook niet maar blind ergens door laten leiden, maar bidden is dan voor mij wel de manier om dat helder te krijgen.”
- “Het is misschien een beetje te vergelijken met mediteren, waarin je jezelf een beetje loslaat en je eigen alledaagse gedachtes een beetje probeert weg te drukken.”
- “Mediteren zoekt wel heel erg rust op en dat overkomt me niet als ik aan het bidden ben.”
- “Nou ja, ik herken wel het stil worden, even de rust in jezelf, de balans vinden. Dat klinkt wel een beetje zweverig, maar zo ervaar ik bidden wel. En dan wel in gesprek met God, maar uiteindelijk neem je jezelf daarin mee dus je moet ook echt tot jezelf komen.”
- “Ik bid zeer zelden, ook weer vanuit de gedachte dat ik beter gewoon wat kan doen.”
- “Mediteren klinkt me te zweverig, dat ik niks voor mij.”
- “Dan zit je op de fiets en dan kijk je naar de lucht en dan gaat er het één en ander door je heen. Dat zou ik niet echt bidden willen noemen, maar dat is wel de vorm die er het dichtst bijkomt.”

Centrale notie lijkt te zijn dat men behoefte heeft aan zelfreflectie, nadenken over wie je bent en wat te doen. Dat kan in de vorm van mediteren, of in de vorm van bidden. Maar beide termen zijn niet de woorden die de deelnemers zelf snel zullen gebruiken.

3 Programmering

Dit onderzoek geeft een beschrijving welke levensbeschouwelijke programmering de interesse heeft en voorziet in de behoefte van de groep waar dit onderzoek zich op richt. Die beschrijving gebeurt allereerst evaluatief: tijdens de focusgroepen lieten we bestaand materiaal van Kerk zonder Grenzen horen, waar de deelnemers op konden reageren.

Vervolgens vond een verkennend deel plaats, waarin bestaand en verzonnen religieus aanbod werd besproken vanuit de vraag in hoeverre Kerk zonder Grenzen hier nieuwe activiteiten en programma's uit kan halen.

3.1 Evaluatie

In beide focusgroepen werden twee geluidsfragmenten beluisterd; een zogenoemde *Tuimeltekst* en een fragment uit het Kerk zonder Grenzen-programma *Capsule*. In totaal zijn dus vier fragmenten beluisterd. Telkens werd eerst het fragment beluisterd, terwijl de deelnemers op konden schrijven wat ze aan dit fragment positief vonden, wat negatief en wat interessant. Daarna werd een aantal reacties besproken in de groep.

In deze rapportage geven we eerst de weergave van de eigen aantekeningen, daarna een samenvatting van de gesprekken, geïllustreerd met citaten.

3.1.1 Tuimelteksten

De website van Tuimelteksten beschrijft het fenomeen als volgt: “Er is een veelheid aan programma's op de radio met muziek, gepraat en spelletjes. Sinds kort worden deze programma's soms zomaar even onderbroken door een tuimeltekst: een kort audiofragmentje waardoor u even op het verkeerde been wordt gezet, even uitgedaagd wordt om na te denken over de vragen van het leven, over spiritualiteit, over God.”

Rond de fragmentjes is er een muzikale omlijsting, soms is er een expliciete verwijzing naar de website.

God is dood

De Tuimeltekst *God is dood (Graffiti)* luidt als volgt:



“God is dood! Groot stond het op een muur geschreven. God las het en hij lachte even. Toen schreef hij er bescheiden onder: Vergeef mij dat ik mij verwonder, de schrijver die dit heeft bedacht ligt in zijn graf. Hij ruste zacht...”

De positieve reacties die de deelnemers bij het luisteren naar dit fragment opschreven zijn:

- inhoud;
- het gaat over liefde;
- tekst is kernachtig;
- niet zwartdenken dat uit de tekst naar voren komt;
- (piano)muziek;
- het gaat over vergeving;
- “er is geen positief element in dit fragment”.

De negatieve reacties bij dit fragment zijn:

- het komt abstract over;
- neutrale mening, weinig zeggende tekst;
- het is zo maar een kreet. Wat is het doel van deze tekst?
- het is radio, als ik de tekst geschreven zou zien staan is de zeggingskracht beter;
- muziek en het geluid;
- “er is niets negatiefs in dit stuk”.

In dit fragment werd door een aantal deelnemers interessant gevonden:

- inhoud van de tekst;
- manier van vertellen (van negatief naar positief);
- “Ik vroeg me af: hoe komt iemand tot zo’n uitspraak?”
- overdenking over de aanwezigheid van God.

Bij een aantal deelnemers stemde de tekst tot nadenken; ze zouden deze nog eens willen horen of willen nalezen. Anderen vonden de insteek juist te negatief. En hoewel ‘de ontknoping’ in de tweede zin kwam, was de inzet zodanig dat ze al weggezapt zouden zijn.

Over de muziek wordt eveneens wisselend gedacht. Een aantal geeft aan dat het afleidt, maar anderen zeggen juist dat dit interessant is.

Opvallend is ook dat mensen zaken in de fragmenten horen die er (ons inziens) niet expliciet in zitten: het woord ‘vergeef’ valt weliswaar, maar het thema is niet vergeving. Evenmin lijkt de tekst over liefde te gaan.

De Tuimelteksten zullen de deelnemers niet massaal naar de website lokken om het daar nog eens terug te lezen of luisteren. Anderzijds vraagt de tekst wel om heroverweging en dus zou een bezoek aan de website voor de hand liggen. Wat mensen weerhoudt lijkt te zijn dat ze lastig kunnen traceren waar de Tuimeltekst vandaan komt. Als ze weten dat het van Kerk zonder Grenzen komt – en dat is voor hen een vertrouwde en betrouwbare bron – zouden ze het eerder nalezen op de site.

Eén van de deelnemers draagt een aanvullend idee aan: open 's morgens met een korte (Tuimel)tekst ter overdenking. Die kun je gedurende de dag dan door je heen laten gaan. 's Avonds wordt daarop teruggekomen in een andere uitzending of op de website.

- “(...), maar om het even helder te hebben moet ik het eigenlijk nog een keer terughoren.”
- “Ja, het zet je wel even aan het denken.”
- “Nou ja, ik zou zappen, hoor.”
- “Ik zou niet naar de website gaan, maar als je toevallig op de website bent en je ziet het, dan zou het misschien iets beter nog binnenkomen.”

Twee wolven

De Tuimeltekst *Twee wolven* luidt als volgt:

“Een oude man zegt tegen zijn kleinzoon: ‘In ieder mens is een gevecht gaande tussen twee wolven. De ene wolf is slecht – hij bestaat uit woede, jaloezie, verwaandheid. De andere wolf is goed – hij is vreugde en vriendelijkheid.’ Dan vraagt de kleinzoon: ‘Welke wolf zal het gevecht winnen?’ De oude man antwoordt: ‘Degene die je voedt.’”

De positieve reacties die de deelnemers bij het luisteren naar dit fragment opschreven zijn:

- vraagt om na te denken (voor kinderen);
- stevige kost;
- snelheid.

De negatieve reacties bij dit fragment zijn:

- het fragment is ineens klaar en afgelopen;
- het is niet echt diepzinnig, daar is het ook te kort voor;
- irritant belletje (als intro);
- als je het kent spreekt het aan, maar het blijft waarschijnlijk niet hangen als je het voor het eerst hoort.

In dit fragment werden geen interessante zaken gevonden.



Binnen de (kleine) groep waar dit fragment werd beluisterd, waren de reacties wisselend. Sommigen vonden het interessant: de interesse werd gewekt, het zet je aan het denken en het is bruikbaar materiaal voor bijvoorbeeld school.

Een ander vond het te zweverig, het geheel riep bij haar zo veel negatieve associaties op dat ze de tekst niet meer positief kon benaderen.

Een van de deelnemers merkte, los van het specifieke fragment, op dat ze de opzet van de Tuimelteksten waardeert.

- “Je aandacht wordt meteen gewekt vind ik door de tekst. (...) het spreekt mij ook meteen aan. Je wordt er nieuwsgierig door, wat gaat dit worden, wat is dit voor verhaal.”
- “Ik zat te denken, wat kan ik er zelf mee.”
- “Ik vond de toon een beetje zalvend en ik vond dat ‘tuimeltekst’, daarmee werd het in één keer in de hoek van het zweverige, in de zweefhoek gezet.”
- “Ik vind in principe het idee, zeker omdat het zo kort is, heel erg leuk. En zeker als ze het voor elkaar krijgen dat je het op een gewoon radiostation hoort tussen de wasmiddelenreclames door. Ik denk dat dat een hele originele vorm is.”

3.1.2 Capsule

Capsule is een wekelijks radioprogramma van Kerk zonder Grenzen. Het wordt op de website omschreven als: “Capsule is een kort, krachtig en heilzaam programma van twintig minuten. Elke week cirkelen muziek en teksten rond een bepaald thema.”

Aan de deelnemers zijn de eerste twee of drie minuten van twee uitzendingen voorgelegd. Ook hier is hun gevraagd op te schrijven wat ze aan dit fragment positief vonden, wat negatief en wat interessant. Daarna werden reacties besproken in de groep.

Troost

De positieve reacties die de deelnemers bij het luisteren naar dit fragment opschreven zijn:

- begrijpelijke taal, kort, interessant. Hier denk je nog eens over verder;
- muziek en onderwerp;
- kort en krachtig;
- het geheel wordt rustig verteld;
- naam ‘capsule’ is mooi;
- vrolijk begin;
- inhoud en muziek passen goed bij elkaar; het geheel is beeldend verteld en praktisch.

De negatieve reacties bij dit fragment zijn:

- muziek duurt (iets) te lang;
- muziek is mooi, maar leidt af;
- muziek is te zwaar bij het thema ‘troost’;
- het geheel komt abstract over.

In dit fragment werd interessant gevonden:

- de inhoud;
- het onderwerp ‘troost’;
- de bewustwording dat emotie niet zwaar hoeft te zijn;
- mooi beeld van de rivier: verdriet kan wegstromen in de bedding van troost;
- inhoud zeer positief;
- onderwerp is herkenbaar.

De deelnemers waarderen aan het Capsulefragment Troost de herkenbaarheid en de beelden die worden aangereikt. Die beelden roepen veel instemming op. Maar de presentatie van het geheel wordt aanmerkelijk slechter gewaardeerd. De vaart is eruit (en dat beoogt Capsule toch wel te bieden: ‘kort, krachtig’). Daarnaast is de muziek te zwaar en wordt het geheel als soft en zweverig getypeerd.

Vorm en inhoud lijken niet te passen, terwijl die inhoud wel de moeite waard is. Eén deelnemer doet daarbij de suggestie om de tekst in een magazine uit te geven. Je kunt het dan teruglezen als je er voor in de stemming of de gelegenheid bent.

- (over de muziek) “Ja, vreselijk (...) het leek wel een crematie waar je zat.”
- “Ik vond het wat te lang in ieder geval.”
- “Ook niet krachtig. Ja, soft inderdaad.”
- “Dan struikel je over de snelheid die er niet is.”
- “Ik vond het een heel mooi beeld (...)”
- “... het onderwerp, herkenbaar.”

Loslaten

De positieve reacties die de deelnemers bij het luisteren naar het fragment *Loslaten* opschreven zijn:

- snelheid, herkenning en oplossing;
- het is een kort verhaal met een boodschap.

De negatieve reacties bij dit fragment zijn:

- het duurt te lang.



In dit fragment werden geen interessante zaken gevonden.

De waardering voor dit fragment is over het algemeen vrij positief, hoewel men ook aangaf dat het lastig kan zijn om de aandacht erbij te houden. Het mag dus wel korter en krachtiger, en de timing van de muziek kan beter, suggereren de deelnemers. Neemt niet weg dat het stof tot nadenken en overdenken geeft. En dat komt weer mede door de herkenbaarheid van de thematiek en de wijze waarop het thema wordt behandeld.

Ook blijkt dat de vorm belangrijk is: het moet niet te lang zijn, niet te soft, de muziek moet passen. De verschillen in reactie laten daarbij zien dat het bijna ondoenlijk is, om het voor iedereen passend en aansprekend te maken. Maar dat neemt niet weg dat zowel de inhoud als de vorm van essentieel belang zijn.

Het wordt op prijs gesteld dat Capsule kan worden teruggeluisterd en -gelezen via internet. Tegelijk geldt ook dat de mogelijkheid aanbieden nog geen garantie is dat dit ook daadwerkelijk (vaak) zal gebeuren.

De deelnemers gaven nog suggesties voor andere vormen. Kerk zonder Grenzen zou kunnen overwegen om niet met gesproken tekst met muziek te werken, maar met interviews, waarbij één persoon als het ware de rol van je eigen gedachten speelt.

- “Het had wat krachtiger en korter gemogen.”
- “Als hij dit doet en hij begint met een introetje en zet er dan een stukje muziek onder, kan hij beter zorgen dat je iets hebt om over na te denken tijdens dat muziekje. En nu, op een gegeven moment zei hij iets waar ik over na wilde gaan denken, maar toen miste ik de rest en toen dwaalden mijn gedachten af.”
- (over het terugluisteren) “Er is nog zo gigantisch veel wat ik wil doen. Het zou er misschien wel bijkomen op één of ander lijstje, maar of het ook echt zou gaan gebeuren kan ik je niet beloven.”
- “Hij begon met een herkenning in het verhaal, ik denk dat iedereen dat wel heeft, dus dan ben je meteen ook, dan denk je van, hé hier ga ik even verder naar luisteren, waar gaat hij naartoe, wat wil hij ons vertellen.”

3.2 Verkenning

In het verkennende deel werd levenbeschouwelijk aanbod met de deelnemers besproken. Een deel daarvan bestond uit het aanbod zoals dat in de advertentierubriek van Happeez wordt aangeboden: is dit nu het aanbod dat aansluit bij de deelnemers en op welke wijze zou Kerk zonder Grenzen daar een eigen invulling aan kunnen geven?

Het andere deel van de verkenning bestond uit de bespreking van vooraf bedachte mogelijkheden voor levensbeschouwelijke programmering.

3.2.1 Spiritueel aanbod uit Happinez

Wanneer over moderne spiritualiteit wordt gesproken, wordt al snel het tijdschrift Happinez genoemd. Happinez weet met haar blad een groot aantal mensen te interesseren die belangstelling hebben voor spiritualiteit en zingeving. Uit ander onderzoek van het Kaski blijkt een groot deel van de Happinezlezeressen (vrouwen zijn oververtegenwoordigd) geen lid te zijn van de kerk, maar zichzelf wel gelovig te noemen. De overeenkomst met de groep niet-kerkelijk sterk gelovigen ligt dan snel voor de hand.

Om die reden legden we een aantal advertenties aan de deelnemers voor. Strikt genomen vallen die advertenties buiten de redactie van Happinez, maar de adverteerders zelf zien wel verwantschap. Hoe zit dat nu met de deelnemers van de focusgroepen? Voelen zij zich aangesproken door de advertenties? Zit er aanbod tussen dat voor hen interessant is en waarvan we dan mogen veronderstellen dat het aansluit bij hun spirituele behoeftes?

Dit alles blijkt niet vaak het geval te zijn. De deelnemers is gevraagd hun belangstelling uit te drukken in een cijfer (1: 'zeer belangstellend, gaat men zeker naar toe' tot 5: 'absoluut geen belangstelling, zou ik nooit naar toe gaan'). Vaak werd een vijf gegeven; een aantal malen werd een 1 of een 2 gegeven. Ook in het gesprek naar aanleiding van de advertenties werd vaak afwijzend gereageerd.

De reacties zijn dus over het algemeen afhoudend tot negatief. Dat heeft verschillende oorzaken. Allereerst is veel van het aanbod onbekend. Men kent de zaken zelf niet (enkelen weten bijvoorbeeld niet wat reiki of een retraite is). Enkelen vragen zich daarbij af of het wel voldoende bijbels is. Daarnaast komt het geheel soms zweverig en te commercieel over.

Ten tweede betreft het soms 'gevoelige' onderwerpen. Als mensen geloof hechten of baat hebben bij bepaalde activiteiten, zeggen ze het niet snel tegen anderen. Dat een zekere terughoudendheid daarom optreedt, lijkt zeker niet ongegrond, gezien het feit dat tijdens de focusgroepen soms negatief tot spottend over bepaald aanbod werd gepraat.

Maar voor zover men als het ware door de concrete advertenties kan heen kijken, ziet men ook meer positieve dingen. De gelegenheid voor rust en bezinning en van daaruit verdieping aan het eigen leven en zelfreflectie.

- “Met geloof kan ik dat ook niet rijmen. Inderdaad ook zweverig en ja, verkeerde machten voor mijn gevoel.”
- “Nee, ik weet niet wat het is maar het nodigt niet uit om me daarin te verdiepen en daarom vind ik het helemaal niks.”
- “Ik had ook een vijf (wat staat voor 'helemaal niets voor mij' - GdJ). Als ik die plaatjes alleen al zo zie van dat boven je uitstijgen of zo. Ik weet het niet.”



- “Dat zingeving en dat soort dingen ineens commercieel uitgebuit wordt. Dat vind ik echt, daar krijg ik gewoon jeuk van.”
- “Ik heb zelf een keer een cursus gehad over transactionele analyse en dat heeft mij heel veel over mijzelf geleerd.”
- “Die (reis), dat is het enige dat ik zeg: ‘Ik kom hier door ontspanning tot mezelf’.”
- “Ja, nou ja het is toch een beetje het mediteren maar ik herken het een beetje van als ik aan het sporten ben. Als ik lekker een eind hard aan het fietsen ben, dan is dat voor mij ook een soort bewustwording van de kracht en de mooiheid van de Schepping. Daarom heb ik wel zoiets: ‘Nou, dat is wel interessant’.”
- “Ja. En op zich het principe van een retraite of in een klooster, niet te lang maar een paar dagen een beetje in een soort stilte tot rust komen spreekt me best wel aan in het hectisch leven, maar als ik dit dan zo zie dan heb ik zoiets van: ‘Meditatie en wat zit er allemaal omheen?’ Daar zou ik ook niet zo gauw op ingaan.”(Wanneer wordt gevraagd hoe het aanbod wordt beoordeeld als het van Kerk zonder Grenzen uit zou gaan) “(...) dan zou het vertrouwer voelen en dan zou ik het eerder doen.”
- “Je vertelt dit ook niet aan iedereen, omdat heel veel mensen dit toch heel apart vinden en daar niets mee kunnen.”
- (over kloosterbezoek:) “Ja, ik heb dat wel eens gedaan en het is wel mooi, vind ik, als je gedwongen wordt om even uit de wereld te treden, uit de waan van alledag en echt bewust even bezig te zijn met hele andere dingen in het leven. En dat je daar best toe gedwongen kan worden, dat er een moment in je agenda staat van, dan ga ik dat doen. En dat dat heel prettig is.”
- “Omdat ik het zelf ervaren heb (reiki – GdJ), dus ik weet dat het ook heel fijn kan zijn en ik heb daar ook wel wat positieve dingen uitgekregen toen. (...). Dus ik geloof daar wel in en ik zou een 1 of een 2 geven.”

3.2.2 Nieuwe ideeën voor Kerk zonder Grenzen

Vervolgens werden nieuwe bedachte activiteiten aan de deelnemers voorgelegd. Allereerst werd echter een aantal mogelijke nieuwe radioprogramma's kort besproken.

Radioprogramma's

De deelnemers verwijzen naar bestaande programma's van Kerk zonder Grenzen (en Radio Bloemendaal?) als het om ideeën voor radioprogramma's gaat. *Een goed begin en Aartse zaken* zijn dan goede programma's. Belangrijk is dat programma's moeten aansluiten bij de actualiteit, dat er verdieping is en dat men graag iets wil leren. Tevens wordt genoemd dat er bemoediging in zou moeten zitten. Programma's hoeven niet altijd expliciet over christelijk geloof te gaan, maar wel is een 'basis van spiritualiteit' noodzakelijk.

Een van de deelnemers doet de suggestie om een ‘RSS-punt’ in te richten. Daarmee kan men zich abonneren op programma’s die dan automatisch worden gedownload voor de iPod (of soortgelijke apparatuur).

Kerkdiensten op de radio zouden in fragmenten op internet beschikbaar moeten zijn. Dat geeft de mogelijkheid om diverse onderdelen los van elkaar te kunnen beluisteren (enkele geven aan alleen de preek te willen horen).

Pelgrimage

Wandelen is in, en de belangstelling voor spirituele wandeltochten en pelgrimages lijkt toe te nemen. Blijkbaar gaat het hier om een vorm die voor veel mensen aansprekend is. Vanuit die overweging is aan de deelnemers gevraagd hun voorkeuren aan te geven voor pelgrimages die eventueel door Kerk zonder Grenzen worden georganiseerd.

Niemand van de deelnemers stond afwijzend tegenover een dergelijke activiteit, zodat alle deelnemers verschillende afwegingen konden inbrengen.

Er blijkt dat pelgrimages zowel dicht bij huis als ver weg kunnen plaatsvinden. Er is een sterke voorkeur om in groepsverband zo’n pelgrimage te houden. Slechts een enkeling loopt liever alleen.

Daarnaast zou men ook wel graag enige aanbod aan activiteiten zien. Dat kan op een bijzondere plaats, maar eveneens zo maar ergens in de open lucht. Eén deelnemer vermeldt uitdrukkelijk dat er een predikant zou moeten zijn om dat aanbod te verzorgen.

De meeste informanten lopen liever een kort stuk, dan een lang stuk (bijvoorbeeld naar Santiago de Compostella in Spanje). Als een langer traject wordt gelopen, dan bij voorkeur in een geheel en niet opgedeeld in stukjes.

- “In principe maakt mij dat niet zoveel uit, ver weg of dichtbij.”
- (Zou Kerk zonder Grenzen van die pelgrimages moeten organiseren?) “Ja, dat lijkt me wel gezellig en goed.”
- “Het maakt niet zoveel uit of het voor mezelf is of met een groep en het maakt ook niet uit of het ergens in de open lucht is of op een bijzondere plaats, maar ik zou het wel prettig vinden als er wat gebeurt.” (“Dus niet alleen maar wandelen?”)
- “Nee, precies.”

Uit de antwoorden blijkt dat de voorkeur uitgaat naar een fysieke wandeling met begeleiding in een groep. Experimentele vormen als pelgrimages in SecondLife-achtige omgevingen op internet of pelgrimages met ICT-ondersteuning krijgen weinig positieve bijval.



Digitaal altaar

De KRO is een initiatief gestart met de titel digitaal altaar (<http://altaar.kro.nl/>). Dat is een soort virtuele gedenkplek die mensen naar eigen inzicht kunnen inrichten.

Bij ingrijpende gebeurtenissen worden soortgelijke initiatieven soms opgezet, zoals condoleanceregisters op internet. Voor dit onderzoek legden we het volgende idee voor, dat geënt is op zulke initiatieven.

‘Op de internetsite van Kerk zonder Grenzen kun je een eigen digitaal altaar inrichten. Je krijgt een eigen site waar je verschillende attributen in je altaar kunt zetten. Er zijn daarbij een aantal voorgegeven achtergronden, zoals een altaar dat lijkt op een r.-k. kerk, een meer oosters boeddhistisch altaar of iets in de natuur. Je mag ook eigen foto’s gebruiken.

In het altaar kun je verschillende dingen zetten: kaarsjes, foto’s, andere plaatjes. Ook kun je teksten achter laten in je altaar. Het altaar is soms toegankelijk voor iedereen: iedereen mag er kijken en wat bij schrijven. Soms is het strikt persoonlijk. Je stelt zelf in hoe openbaar het is en wat mensen aan jouw altaar kunnen bijdragen.’

De deelnemers kunnen zich slecht een voorstelling van een dergelijk idee maken. Ze zien het eerder in termen van een digitale ontmoetingsplaats binnen de sociaal netwerk op internet (zie volgend item) dan als gedachtenisplek of plek van bezinning op internet.

Daarbij komt dat het als ontmoetingsplaats ondersteunend moet zijn aan activiteiten in de reële wereld; louter een virtueel fenomeen kan op weinig bijval rekenen.

Sommigen aarzelen omdat het nutteloos is of alleen iets dat je voor de aardigheid doet. Je begint er misschien enthousiast aan, maar daarna blijft het ongebruikt.

- “Nee, voor mij is het niks. Ik heb er helemaal niks mee met dit soort dingen.”
- “Je gaat niet naar internet om even te bezinnen.”
- “Nou ja, als je het verder zou trekken naar een communicatiemiddel, interactief, social meeting; dan zou het interessant zijn, maar zoals hier staat niet.”
- “Maar hoe inhoudsloos is dat eigenlijk?”
- “Mensen op Hyves die krabbelen met elkaar met nutteloze boodschappen.”

Spiritueel netwerk

Omdat bij de beschrijving van het digitale altaar al snel in termen van een spiritueel netwerk werd gedacht, is een deel van de opmerkingen reeds in het voorgaande verwerkt.

Ook wanneer het expliciet ter sprake komt, spreekt men over ondersteuning van activiteiten in de reële wereld en van beginnersenthousiasme dat snel zal afnemen.

Anderen zouden het idee graag een kans willen geven. Als er goede input (*content*) wordt verzorgd kan het best de moeite van het proberen waard zijn. Belangrijk is wel dat er goede begeleiding plaatsvindt. Er moet iemand zijn die leiding geeft aan het netwerk, zo zeggen de deelnemers.

- “Als je nagaat wat de ervaring leert: mensen beginnen ermee, dat houden ze twee weken vol en dan is het over. Dus dat zet geen zoden aan de dijk mijns inziens.”
- “(...) dialoog kan dan daar plaatsvinden. Het is een internetkerkgemeenschapje. (...) Stel dat iedereen een Podcast krijgt met ‘Een goed begin’. Iedereen luistert ‘m op zijn eigen moment in de week, maar je spreekt wel af dat we op zaterdagavond tussen zeven en acht allemaal inloggen en dan gaan we er even over kletsen. Dat spreekt mij aan.”
- “Maar ben je het ermee eens dat het input nodig heeft? Want alleen ontmoeten, dan heb je net zoals met een pelgrimage, je hebt een gespreksleider nodig. En dat kan dan input zijn van een programma, het kan ook wat anders zijn, maar ik bedoel als ik daar ga zitten en ik heb niks te bespreken dan weet ik ook niet wat ik moet bespreken.”

Kerkdienst gemist

Op dit moment zijn de radio-uitzendingen van de kerkdiensten van Kerk zonder Grenzen terug te luisteren op internet. Dit volgende idee breidt dit uit met de mogelijkheid de diensten terug te kijken. De diensten worden dan met een camera opgenomen. Het idee sluit aan bij *Uitzending gemist*, maar nu voor kerkdiensten van Kerk zonder Grenzen. Via de eigen computer thuis kijkt men naar de kerkdienst en kan zo mee beleven wat er op een andere zondag gebeurd is.

Het idee wordt niet met veel enthousiasme ontvangen. Kerkdiensten lenen zich nu eenmaal niet zo voor het visuele. Bij een kerkdienst gaat het bij veel deelnemers toch om de preek en die kun je beter nalezen dan terugkijken. Daarbij zou het een optie zijn om een kerkdienst in onderdelen terug te kunnen luisteren.

Er zijn ook deelnemers die denken dat zo iets een kleine moeite is: je zet een webcam neer en registreert de dienst. Dat is zeker de moeite van het experiment waard.

Overigens komt impliciet weer ter sprake dat er niet zo heel veel gebeurt bij een kerkdienst. Je zit meestal naar een pratende figuur te luisteren, er wordt gezongen en is een collecte. Dat is allemaal te weinig interessant om terug te kijken. Als je in een dienst bent, kun je het geheel nog wel meebeleven, maar terugkijken biedt te weinig.



- “Ja kijk, bij bijzondere diensten is dat mooi denk ik, doopdiensten enzovoorts, dat is iets moois als je dat nog een keer kunt beleven, maar een gewone traditionele dienst volstaat voor mij in ieder geval met een uitdraai van de preek.”
- “Ik denk eerder aan luisteren.”
- “Maar je kunt het ook alle twee proberen, want een webcam kost niets en je hebt het er waarschijnlijk zo, a la You Tube, heb je het erop gezet. Het schijnt allemaal heel makkelijk te zijn, dus je kunt het allicht eens een keer uitproberen een jaar.”
- “Als een kerkdienst visueler zou zijn, zou ik het wel interessant vinden.
- “Maar dan moet eerst de kerkdienst veranderen. Ik zou niet weten hoe hoor, dat vind ik nog lastig.”

4 Conclusie en aanbevelingen

In de vorige hoofdstukken is een samenvatting gegeven van de belangrijkste uitkomsten van de focusgroepen. In dit hoofdstuk hernemen we de vraagstelling weer. Het gaat daarbij om vraag 1 en in sterkere mate om vraag 3:

1. Hoe is het religieuze profiel van Nederlanders tussen 30 en 50 jaar te beschrijven en welke subcategorieën zijn te beschrijven?
3. Welke levensbeschouwelijke programmering heeft de interesse en voorziet in de behoefte van deze subcategorieën?

Zoals in de inleiding is aangegeven, is een groot deel van vraag 1 in het kwantitatieve deel van dit onderzoek beantwoord en gaat het hier om een nadere kwalitatieve invulling van de resultaten; dat gebeurt in de komende paragraaf. In de tweede paragraaf (4.2) wordt stilgestaan bij de levensbeschouwelijke programmering.

4.1 Religieus profiel van de doelgroep

Voor we de nadere kwalitatieve invulling van het religieuze profiel beschrijven, kijken we naar literatuur die over deze doelgroep is verschenen in een nadere theoretische verkenning.

Ten tijde van dit onderzoek verscheen de afstudeerscriptie van Tim van Iersel (2010)¹. Via literatuuronderzoek en empirisch onderzoek beschrijft hij het belang van spiritualiteit in het zogenoemde dertigersdilemma. Dat thema raakt dit onderzoek zo sterk dat het niet ongenoemd mag blijken.

Daarnaast blikken we terug op de publicatie *God in Nederland*, het verslag van het onderzoek waarvan we de gegevens voor ons kwantitatieve onderzoek hebben gebruikt. Beide studies reiken termen en gedachten aan die helpen om de resultaten van de focusgroepen verder te begrijpen en op abstracter niveau te beschrijven.

4.1.1 Belang van spiritualiteit binnen het dertigersdilemma

De term dertigersdilemma is uitgewerkt door de psychologe Nienke Wijnants. Ze nam waar dat dertigers vaak gebukt gaan onder keuzestress: de samenleving heeft op dit

¹ Van Iersel, T. (2010). Het belang van spiritualiteit in het dertigersdilemma. Een godsdienstpsychologisch onderzoek. Unpublished afstudeerscriptie, Vrije Universiteit, Amsterdam.



moment zoveel te bieden dat het voor mensen lastig wordt keuzes te maken. Dat geldt zeker voor mensen die in hun leven op het punt staan hun carrière verder te ontwikkelen, hun gezin op te bouwen en lijnen voor hun toekomst uit te zetten. Wijnants schetst zeven aspecten van het dertigersdilemma, waarbij de drang tot zelfverwezenlijking de grootste opgave van de dertigers is.

Van Iersel laat in zijn scriptie echter zien dat het niet zozeer zelfverwezenlijking is waar de dertigers op uit zijn, als wel spiritualiteit; dat blijkt als hij het empirische onderzoek van Wijnants nader analyseert.

Spiritualiteit zo laat hij vanuit de literatuur zien, is een breder begrip dan religie. Religie is een specifieke vorm van spiritualiteit waarbij religie meer het organisationele of institutionele aspect in zich draagt.

Van Iersel stelt (in navolging van C. Taylor 2002²) dat authenticiteit en autonomie nastrevenswaardige idealen zijn. Het gaat er immers om dat uit de veelheid van keuzemogelijkheden van de huidige cultuur, dertigers eigen keuzes maken, zonder door interne of externe druk te worden bepaald.

Er is echter wel een zekere betekenis horizon van belang om autonome en authentieke keuzes richting te geven. Geluk is daarbij het uiteindelijke doel. “Zo kunnen we stellen dat autonomie, authenticiteit en geluk centrale begrippen zijn in de huidige cultuur in het algemeen en voor dertigers in het bijzonder, omdat zij deze juist aan het ontwikkelingen zijn” (Van Iersel, 2010, p. 54). Deze drie thema’s hebben alles te maken met spiritualiteit zoals van Iersel dat definieert. Of anders gezegd: “De spiritualiteit van dertigers kenmerkt zich dus door de ontwikkeling van autonomie en daarmee authenticiteit, wat vervolgens tot individueel geluk leidt” (pagina 55).

Uit deze studie van Van Iersel valt allereerst af te leiden dat spiritualiteit de passende term is waar het in dit onderzoek om gaat. We willen immers breder kijken dan het institutionele en ook de deelnemers van de focusgroepen geven aan zich niet (meer /volledig) thuis te voelen bij het institutionele.

Daarnaast reikt de studie drie centrale begrippen aan: autonomie, authenticiteit en geluk. Het is dat waarnaar de deelnemers van de focusgroepen lijken te streven; zonder overigens die termen te noemen.

² Taylor, C. (2002). *Varieties of religion today: William James revisited*. Cambridge: Harvard University Press.

4.1.2 Postmoderne spiritualiteit

Voor het kwantitatieve deel van dit onderzoek hebben we gebruik gemaakt van de onderzoeksgegevens van *God in Nederland*. In het boek waarin verslag gedaan wordt van dit onderzoek beschrijft een van de auteurs, Joep de Hart, de groep die het dichtst bij onze onderzoeksgroep ligt. Hij gebruikt dan de term *postmoderne spiritualiteit*. Dat beschrijft hij als volgt:

“Daartoe behoren een crisis in de geloofwaardigheid van grote ideologieën of levensbeschouwelijke systemen, een eclecticische houding tegenover tradities en overgeleverde wereldbeeld, naast het verdwijnen van de statusverschillen tussen elite en massa, tussen high culture en low culture. Verder: een grondig relativisme en het niet langer redeneren vanuit universele principes, categorische imperatieven en officieel bekrachtigde canons, maar het eerder willen handelen vanuit het gevoel, de emotie, de concrete situatie. Tegelijk lijkt er sprake van een voortdurende zelfbespiegeling (...) die in de plaats komt van het leven vanuit sleur, groepsdruk of dictaten van leiders en voorgangers. Ook is er een huiver voor definitieve waarheden en luchtdicht afgesloten denksystemen, die vervangen worden door voorlopige inzichten, tijdelijke waarheden en poreuze scheidslijnen tussen ervaringen op uiteenlopende levensdomeinen” (Bernts, Dekker & De Hart, 2007)³.

Dit is als het ware een ideaaltypische beschrijving van de groep die we in het kwantitatieve deel van dit onderzoek tegenkwamen als de niet-kerkelijk sterk gelovigen. De deelnemers van de focusgroepen passen in redelijke mate in dit profiel, hoewel de beschrijving van De Hart het geheel iets sterker lijkt aan te zetten dan we het in de focusgroepen tegenkwamen⁴. Het is immers maar de vraag of de deelnemers aan de focusgroepen zich kenmerken door een *grondig* relativisme en een *voortdurende* zelfbespiegeling. Wat zeker wel herkenbaar is, is dat de deelnemers aan de focusgroepen zelf hun keuzes maken en zich sterker door het gevoel dan door de principes en de leer laten leiden. Ze stellen zich de vraag in hoeverre het levensbeschouwelijk aanbod hen persoonlijk raakt (‘wat heb ik er zelf aan?’). Daarbij maken ze geen blijvende keuzen: men gaat actieve betrokkenheid aan voor zover dat zinvol en nuttig is. De deelnemers zijn dus veel meer afnemers van de producten (in dit geval van Kerk zonder Grenzen) dan gemeenteleden die mede de geloofsgemeenschap vormen.

³ Bernts, T., Dekker, G., & de Hart, J. J. M. (2007). *God in Nederland, 1996-2006*. Kampen: Ten Have.

⁴ Overigens is het natuurlijk eigen aan ideaaltypische beschrijvingen dat men dit niet als zodanig in de werkelijkheid aantreft. Ideaaltypische beschrijvingen geven als het ware uitvergrottingen van zaken te zien.



Wanneer we De Hart zo verstaan, helpen de termen eclectische houding, relativisme, handelen vanuit gevoel, emotie en concrete situatie, zelfbespiegeling en voorlopige inzichten ons verder bij de duiding van wat in de focusgroepen naar voren komt.

4.1.3 Samenvattend: religieus profiel van dertigers en veertigers

De theoretische verkenning levert ons, zoals gezegd, begrippen en perspectieven op die helpen om de onderzoeksgroep nader te beschrijven. Tegelijk nuanceren de uitkomsten van de focusgroepen op hun beurt die theoretische beschrijvingen.

We zagen dat de term spiritualiteit wellicht de meest passende term is als we over levensbeschouwing, zingeving of religiositeit van onze doelgroep spreken. Volgens De Hart gaat het daarbij om een specifieke vorm van spiritualiteit, namelijk postmoderne spiritualiteit. Vooralsnog lijkt ons de term spiritualiteit passend. Daarmee is gezegd dat de blikrichting breder is dan religie dat als meer organisatorisch ingekaderd kan worden gezien. Tegelijk blijken de deelnemers van de focusgroepen zich verbonden te voelen met het christelijk geloof. Wanneer spiritueel aanbod te ver van het christelijk gedachtegoed af staat, bleken de deelnemers immers terughoudender te worden. Het geheel laat zien dat zij de traditie nog steeds waardevol vinden, maar er functioneel mee omgaan. Het is de traditionele vormgeving die ze achter zich hebben gelaten.

Daarbij zagen we dat die spiritualiteit de doelgroep kan helpen om richting te geven aan hun leven, of een leidraad kan vormen bij de keuzes die ze hebben te maken.

De deelnemers gebruiken daarbij overigens de term spiritualiteit zelf niet geregeld, noch vragen ze om leidraden bij de keuzes in hun leven. Maar wat Van Iersel en De Hart beschrijven, kunnen we als het ware teruglezen in de verslagen van de focusgroepen wanneer de deelnemers aangeven eigen keuzes willen maken in het religieuze aanbod, behoefte hebben aan spirituele input dat past bij hun leven.

Op de vraag wat hen inspireert en interesseert in kerk en geloof antwoorden ze niet met leer en geloofsvoorstellingen, maar geven ze aan dat zij behoefte hebben aan aansprekende vormen, persoonlijke georiënteerd aanbod, praktisch, concreet, recht tot het hart. Of globaler gesteld: niet de dogmatiek maar de ervaring telt. Of in de woorden van De Hart: niet vanuit universele principes, maar vanuit het gevoel, de emotie, de concrete situatie. In termen van Van Iersel heet dat: het gaat om authenticiteit.

Tegelijk laten de resultaten van de focusgroepen ook zien dat scherpe afbakening van groepen lastig is. In het kwantitatieve deel konden we op grond van enquête-uitkomsten vier groepen onderscheiden en de indruk kan ontstaan dat het vier homoge-

ne en duidelijk te onderscheiden groepen betreft. Dat bleek genuanceerder te liggen. Onder de deelnemers bevonden zich mensen met verschillende wijzen van betrokkenheid bij kerk en geloof. Zo zagen we deelnemers die, vanuit hun gereformeerde achtergrond, zich inzetten voor aan kerken gelieerd werk en zich vooral doener voelen. Daarnaast zagen we mensen in de groep die zich laten aanspreken door pinksterdiensten. Vaak meer door de uitbundige wijze waarop de diensten (en dan weer met name de muziek) wordt vormgegeven, dan door de 'pinkstertheologie'. En evenzo bevonden zich onder de deelnemers mensen die positief staan tegenover meer alternatieve en/of psychologisch georiënteerde vormen van spiritualiteit en zingeving. Kortom: de ene niet-kerkelijk sterk gelovige is de andere niet.

Maar wat de beschrijvingen van De Hart, Van Iersel en de deelnemers van de focusgroepen leren, is dat er behoefte lijkt te zijn aan een spiritueel aanbod voor mensen die meer of mindere afstand tot het traditionele kerkelijke aanbod hebben. Anders gezegd: wanneer Kerk zonder Grenzen haar aanbod ook wil richten op de dertigers en veertigers zoals die in dit onderzoek naar voren komen, zal dat expliciet moeten bijdragen aan hun levensgeluk en zal dit rekening moeten houden met de behoefte aan autonomie en authenticiteit van deze doelgroep. Wanneer dat het geval is, mogen de bronnen divers zijn (maar volgens de deelnemers aan de focusgroepen niet al te ver weglopen van het christelijk gedachtegoed), zal de inhoud een zekere voorlopigheid hebben, maar lijkt er zeker een markt te zijn.

4.2 Levensbeschouwelijk aanbod

Wanneer nagedacht gaat worden over levensbeschouwelijk aanbod voor verdere programmering van Kerk zonder Grenzen, zal dat moeten aansluiten bij het religieuze profiel zoals dat in het voorgaande beschreven is. Tegelijk ligt het ook voor de hand dat dit aanbod passend moet zijn voor Kerk zonder Grenzen. Deze organisatie is allereerst een radiozender. Vanuit die hoedanigheid kan zij haar activiteiten uitbreiden tot via internet ondersteunde activiteiten en zo mogelijk tot fysieke, reëel bestaande activiteiten (tegenover activiteiten in de virtuele werkelijkheid).

Allereerst denken we bij dat aanbod door Kerk zonder Grenzen dan aan de radiokerkdiensten; daarover gaat dan ook de eerste subparagraaf. Welke rol kunnen kerkdiensten spelen bij het aanbod voor de doelgroep van dit onderzoek en wat kan dit betekenen voor Kerk zonder Grenzen?

Daarnaast zien we mogelijkheden voor ander aanbod via de radio en aansluitend aanbod buiten het kader van de radio.



We zien door dit aanbod ook een specifieke rol voor Kerk zonder Grenzen, namelijk een kerkelijke instantie die zich als tertiaire en niet als secundaire organisatie gedraagt. Ook dat wordt in een aparte subparagraaf uitgewerkt, inclusief de implicatie dat hier een eigen relatiebeheer bij hoort.

4.2.1 Radiokerkdiensten

Allereerst blijkt voor de doelgroep de rol van kerkdiensten grotendeels uitgespeeld voor wat betreft het fysiek aanwezig zijn in het kerkgebouw. Men luistert wel naar de uitzendingen van Kerk zonder Grenzen, rechtstreeks of naderhand, of men leest de uitgeschreven tekst van de preek na, maar slechts bij uitzondering zal men een gewone kerkdienst bijwonen.

Nu veronderstellen uitzendingen van kerkdiensten wel dat er feitelijke kerkdiensten zijn: er zullen dus nog steeds mensen nodig zijn die met elkaar de kerkdienst vormen met het oog op de uitzendingen. Dat is volgens ons een ander perspectief dan wat thans gebruikelijk is bij kerkdiensten via de radio. Daar lijkt het perspectief toch vooral te zijn dat de luisteraar mag meeluisteren bij wat een kerkelijke gemeente doet. Vanuit dat nieuwe perspectief ontstaat een situatie van veel radio- en tv-programma's: het grootste deel van de luisteraars en de kijkers is niet aanwezig bij de opnames, maar om de uitzendingen een goede sfeer te geven zijn er wel mensen aanwezig bij die opnames in de studio.

De kans is groot dat dit het voorland gaat worden van Kerk zonder Grenzen. We adviseren dan ook dat Kerk zonder Grenzen zich hierop gaat toeleggen. Dit betekent onder andere dat Kerk zonder Grenzen mensen kan aanbieden af en toe een opname van een kerkdienst bij te wonen, eventueel omlijst met voorzieningen (ontvangst vooraf, napraten naderhand, wellicht een kleine rondleiding in de studio).

De deelnemers gaven aan om af en toe betrokken te willen zijn bij het organiseren van een kerkdienst. Dit zou een soortgelijk initiatief kunnen zijn: relaties van Kerk zonder Grenzen wordt eens in de zo veel tijd de gelegenheid geboden om mee te werken met de voorbereiding van een radiokerkdienst.

Bij de radiokerkdiensten hoort het gevraagde 'RSS-punt': de mogelijkheid je te abonneren op podcasts die Kerk zonder Grenzen beschikbaar moet stellen. Geabonneerden kunnen dan op hun computer (via zogenoemde podcastgrabbers) telkens het actuele aanbod ontvangen.

De deelnemers vragen daarbij om aanbod in fragmenten: men hoeft geen hele kerkdienst te horen, maar wil alleen kennisnemen van de preek. De diensten moeten dus in

delen beschikbaar zijn zodat men alleen de preek kan beluisteren (of eventueel alleen de gebeden, gezangen of zegen).

Aanbod van diensten via podcast zouden thematisch gerubriceerd moeten worden, zodat men gericht kan zoeken en inzichtelijk wordt wat men kan verwachten. Terug te luisteren kerkdiensten moeten dus niet (uitsluitend) op datum gesorteerd zijn, maar vooral op thema en trefwoorden. Zo ontstaat de mogelijkheid om een overdenking over een specifiek thema terug te luisteren of te lezen dat precies past bij wat op dat moment aansprekend lijkt.

4.2.2 Aanvullend aanbod via radio

De deelnemers gaven aan dat nadenken over jezelf, zelfreflectie, als wezenlijk wordt ervaren. In die zelfreflectie moet het dan gaan om de vraag: hoe wordt of blijf ik authentiek en/of hoe wordt of blijf ik gelukkig? Dat zou telkens de insteek moeten zijn.

Uit de focusgroepen blijkt daarbij dat Kerk zonder Grenzen op het goede spoor zit, want de bijdragen van de pastor (zowel zijn preken als zijn andere radioprogramma's) worden door de deelnemers gewaardeerd, juist omdat ze zo aansprekend zijn. Bij de volgende suggesties en adviezen zal het dus veel meer gaan om het continueren en aanscherpen van de gevolgde benadering, dan dat geheel andere wegen worden ingeslagen; die meer innovatieve wegen worden in paragraaf 4.2.3 aangestipt.

Tuimelteksten

De *Tuimelteksten* kunnen wellicht de gevraagde zelfreflectie stimuleren. De beluisterde fragmenten werden weliswaar wisselend ontvangen, maar de grondtoon was positief. Er zullen tegenwoordig trouwens weinig initiatieven zijn die door iedereen positief worden ontvangen, dus wat dat betreft hoeven de kritische opmerkingen verdere initiatieven rond de *Tuimelteksten* niet te blokkeren.

Wel moet de vorm opnieuw worden overwogen: de muziek moet worden herzien en als aanvullende idee valt te overwegen om 's avonds overwegingen bij de tekst van de dag aan te bieden.

Capsule

Ook *Capsule* werd wisselend ontvangen. Men waardeerde de inhoud, maar de vorm oogste meer kritiek. Voor zover *Capsule* kort en krachtig wil zijn, lijkt het daar niet in te slagen; het was juist te traag en de muziek niet passend. Wat wel gelijk werd



herkend is de aansprekendheid, de concrete en herkenbare benadering. Blijkbaar zit daar een groot deel van de kracht van dit programma.

Een deelnemer merkte nog op dat bij bezinnende en beschouwende programma's niet altijd gebruik hoeft te worden gemaakt van een overweging. Ook een interview is denkbaar, waarbij een van de twee figuren in het interview als het ware de gedachten van de luisteraars verwoord. Dat maakt de presentatie levendiger en dus interessanter om te volgen. Het maakt daarbij niet uit of er met reële interviews wordt gewerkt, of dat het interview als het ware als hoorspel fungeert.

Voor Capsule en alle programma's van Kerk zonder Grenzen geldt wat hiervoor al is opgemerkt over podcast: de uitzendingen moeten beschikbaar zijn voor podcast en RSS.

Reportages

In de volgende paragraaf wordt een aantal activiteiten aangedragen die ontplooid kunnen worden naast de radio-uitzendingen. Ons inziens geven de focusgroepen alle aanleiding om die wegen in te slaan. Maar voordat Kerk zonder Grenzen daadwerkelijk dergelijke activiteiten gaat ontplooiën, is het denkbaar dat de zender radioreportage van dergelijke activiteiten maakt, terwijl de activiteiten zelf door anderen worden georganiseerd. Zo is het denkbaar om reportages te maken van kloosterbezoeken of over mensen die pelgrimage-achtige wandelingen maken. Evenzo kunnen reportages worden gemaakt waarin mensen vertellen over de manier waarop zij vorm geven aan hun eigen spiritualiteit via het lezen van boeken en bladen, het volgen van cursussen, of het onderhouden van hun huisaltaar (zie de rapportage van het kwantitatieve onderzoek, het hoofdstuk over religieus gedrag en bidden).

Daarnaast past het bij Kerk zonder Grenzen om interviews te houden met mensen over hun spiritualiteit. Wellicht is het zelfs zo dat de faciliteiten van Kerk zonder Grenzen het mogelijk maken om daar langere interviews van te maken waarbij rustig de tijd genomen wordt om mensen aan het woord te laten.

4.2.3 Nieuwe activiteiten

Kerk zonder Grenzen is een radiozender, daar ligt de hoofdactiviteit. Een uitbreiding naar internet is een kleine stap. Activiteiten buiten deze media liggen op het eerste gezicht niet binnen het werkgebied van de organisatie, maar toch is er in de focusgroepen over gesproken.

Er is namelijk alle aanleiding om experimenten en nieuwe activiteiten te ontplooiën op andere terreinen. Immers, de doelgroep waar we ons in de onderzoek op richten omschreven we als eclectisch. Deze kiest het aanbod dat hij passend vindt. Daarnaast

heeft Kerk zonder Grenzen veel goodwill. Tevens blijkt Kerk zonder Grenzen een instantie te zijn die interessant aanbod heeft voor mensen met religieuze interesse en geringe kerkelijke betrokkenheid (de groep niet-kerkelijk sterk gelovig). Het ligt daarmee voor de hand dat de organisatie met haar ervaringen met andere vormen van kerkzijn en met haar opgebouwde vertrouwen, experimenten onderneemt en nieuwe mogelijkheden onderzoekt en aanbiedt.

Van de proefballonnetjes die werden opgelaten tijdens de focusgroepen, lijkt een *pelgrimage* zeker de moeite van het organiseren waard. Daarbij is de invulling van belang: er wordt gewandeld, er is ruimte voor overdenking en een mogelijkheid voor ontmoeting van geïndividualiseerde mensen. Soms lopen die even met elkaar op, daarna gaan ze weer uit elkaar. Soms ontstaat daar een band die langer stand houdt, soms blijven alleen de herinneringen. Wat centraal staat is een activiteit waarin mensen zich tijdelijk in een andere omgeving bevinden om daar na te denken over zichzelf en hun plek in het leven.

Dat geldt ook voor de *kloosterretraites*. Een aantal deelnemers was daar wel voor te interesseren. Voorwaarde bleek wel dat de organiserende instantie een vertrouwde organisatie is. En dat blijkt Kerk zonder Grenzen voor veel mensen te zijn. Daarmee is deze activiteit het experiment waard.

Het *digitale altaar* kon op aanmerkelijk minder bijval rekenen, evenmin '*kerkdienst gemist*' of het *spiritueel netwerk*. Dat laatste idee vond men niet zo heel slecht, alleen bestond de vrees dat iets dergelijks niet actueel blijft en daarmee zijn kracht verliest (en op den duur zelfs een farce wordt).

Het valt op dat de initiatieven die niet veel bijval kregen, initiatieven op internet zijn. Het is dus helemaal maar de vraag of de veronderstelde onbegrensde mogelijkheden van dit medium op veel belangstelling kunnen rekenen. Wellicht heeft dat ermee te maken, dat het lastig is om iets toe te voegen aan het aanbod dat er al is. Er zijn immers al sociale netwerken, er is zat te vinden op internet over religie en de toevoegde waarde van beeld bij een kerkdienst wordt niet gezien (men wilde immers liever minder – namelijk alleen de preek – dan meer).

Een mogelijkheid die niet is onderzocht, maar wel het overdenken waard is, is een eigen *tijdschrift* van Kerk zonder Grenzen. Daarmee grijpen we gedeeltelijk terug op wat we als onderzoeksmateriaal hebben gebruikt: het tijdschrift *Happinez* en vooruit op wat we hierna naar voren brengen over relatiebeheer.

Kerk zonder Grenzen heeft wel een eigen maandblad, maar dat is niet het magazine waar we hier op doelen. Het magazine dat we hier bedoelen bestaat uit overdenkingen, reportages, interviews, allemaal zo geschetst dat het herkenbaar is voor de doelgroep



die gericht is op autonomie, authenticiteit en geluk. De doelgroep moet als het ware interviews met zichzelf lezen, of een reportage lezen over wat hen zelf raakt in hun geloof en spiritualiteit.

4.2.4 Relatiebeheer: Kerk zonder Grenzen als tertiaire organisatie

Kerk zonder Grenzen heeft bij de deelnemers een goed en vertrouwd imago (en met name werd pastor Aart Mak genoemd). Initiatieven van vertrouwde instanties geven meer krediet. Zo zien de deelnemers zichzelf niet zo snel inschrijven voor een retraite in een klooster, maar zullen ze mogelijk wel mee gaan als Kerk zonder Grenzen een kloosterweekend organiseert.

Hiermee hebben we een belangrijk item: de organiserende instantie moet bekend en vertrouwd zijn. Dat betekent dus ook dat er grenzen aan het eclecticisme zijn en dat men hierin wegwijzers op prijs stelt. Voor de deelnemers van de focusgroepen is (onder andere!) Kerk zonder Grenzen zo'n wegwijzer en dus kan de organisatie dat ook voor andere mensen zijn.

Zo'n wegwijzer bleek van belang, omdat de deelnemers weliswaar geïnteresseerd zijn in spiritualiteit, maar ze verhouden zich ook kritisch tot het aanbod. Een item waarop men selecteert is dat het niet 'te zweverig' mag overkomen. En spiritueel aanbod kan dat snel worden. Juist daarom is het van belang dat mensen de afzender kunnen inschatten.

Dit imago en deze wegwijzerfunctie moeten in stand worden gehouden en aan anderen gecommuniceerd. Voor Kerk zonder Grenzen is het daarom van belang aan relatiebeheer te doen. Bestaande verbanden moeten onderhouden worden en nieuwe moeten worden gecreëerd.

Relatiebeheer

Relatiebeheer begint met een bestand met gegevens van de achterban en dat bestand moet actueel worden gehouden. Dat bestand bevat de gegevens van mensen die op alle mogelijke manieren contact met Kerk zonder Grenzen hebben gehad, bij voorkeur met daarbij vermeld in welke (relevante) relatie men tot Kerk zonder Grenzen staat: luisteraar, bezoeker website, pastoraal contact, zakelijk contact, en dergelijke.

Mensen moeten in de gelegenheid gesteld worden om in dat databestand te komen. Dat kan bijvoorbeeld door aanmelding via internet.

Vervolgens moet het relatiebestand worden gebruikt door de mensen uit het bestand iets te bieden. Bij voorkeur op maat, maar algemeen aanbod kan ook. Denk aan een digitale en/of papieren nieuwsbrief, waarin mensen attent worden gemaakt op de komende programmering. Ook het blad van Kerk zonder Grenzen/Radio Bloemendaal behoort bij dat aanbod. En zeker ook het voorgesteld magazine.

Tertiaire organisatie

In zekere zin creëert Kerk zonder Grenzen daarmee een virtuele gemeenschap, waarin de organisatie zelf het centrale punt is. Kerk zonder Grenzen wordt daarmee een kerkelijke gemeente die geen secundaire organisatie is, maar een tertiaire organisatie. Reguliere gemeentes zijn veelal secundaire organisaties.

Met secundaire organisatie worden organisaties of verenigingen bedoeld met veelvuldige face to face-contacten tussen de leden; bij tertiaire organisaties delen de leden slechts gemeenschappelijke interesses of idealen of ontleen individuele voordelen aan hun lidmaatschap, zonder dat de leden elkaar ooit ontmoeten. Dat willen ze ook niet, want het gaat hun om het aanbod, niet om die gemeenschap. Ontmoetingen vinden incidenteel en functioneel plaats.

Binnen de vrijwilligersorganisaties lijkt een verschuiving zichtbaar van lidmaatschap van secundaire organisaties naar betrokkenheid bij tertiaire organisatie. De focusgroepen en de kwantitatieve analyse geven alle aanleiding te vermoeden dat er een groep mensen bestaat die eveneens hun spiritualiteit vorm willen geven in relatie tot een tertiaire organisatie. Op dit moment komen die in kerkelijk Nederland sporadisch voor en daarmee is er een hiaat in het aanbod.

Het lijkt ons dat Kerk zonder Grenzen dat hiaat kan invullen. Zoals al eerder opgemerkt: er ligt voldoende basis bij de organisatie. Tegelijk blijkt dat er ook veel mensen zijn die tot de potentiële doelgroep kunnen worden gerekend. Het vraagt wel dat Kerk zonder Grenzen doorgaat met nieuwe wegen inslaan en bestaande grenzen overschrijdt. Maar grenzen zijn betrekkelijk voor een organisatie die met haar naamgeving die grenzen juist ontkent.



5 Overall samenvatting

In opdracht van Kerk zonder Grenzen onderzocht het Kaski de spiritualiteit van dertigers en veertigers. Drie deelvragen staan in dit onderzoek centraal. De vragen worden beantwoord via kwantitatief en kwalitatief onderzoek.

In het kwantitatieve onderzoek is een secundaire analyse uitgevoerd van de onderzoeksgegevens van God in Nederland 2006. Van een aantal relevante vragen is geanalyseerd hoe een representatieve steekproef van dertigers en veertigers hierover denkt. In deel A van deze rapportage wordt dit beschreven. Deel A beantwoordt de eerste twee onderzoeksvragen.

Voor het kwalitatieve onderzoek werden twee focusgroepen gehouden met mensen die volgens Kerk zonder Grenzen tot de doelgroep van dertigers en veertigers behoren. In deel B wordt hiervan verslag gedaan. Deel B beantwoordt de deelvragen 1 en 3.

Vraag 1

Deze vraag luidt: *Hoe is het religieuze profiel van Nederlanders tussen 30 en 50 jaar te beschrijven en welke subcategorieën zijn te beschrijven?*

Op grond van de kwantitatieve analyse maakten we een onderscheid in vier subcategorieën:

- Kerkelijke mensen voor wie het geloof van belang is (van zeer groot belang, van groot belang of enigszins van belang), we noemen hen *kerkelijk gelovig* – in tabellen vaak afgekort als KG. We zien veel van hen die meer traditionele antwoorden geven, ze gaan relatief vaker naar de kerk, bidden relatief vaak, waarbij bidden vooral een uitdrukking is van hun christelijk geloof is. Ze hebben een theïstisch godsbeeld. Ze nemen slechts in geringe mate deel aan alternatieve vormen van spiritualiteit.
- Niet-kerkelijken voor wie het geloof van (zeer) groot belang is, we noemen hen *niet-kerkelijk sterk gelovig* – in tabellen vaak afgekort als NKSG. Deze groep gaat incidenteel naar de kerk, naar het zich laat aanzien omdat ze slechts in beperkte mate waardering hebben voor het kerkelijk aanbod. De helft van hen bidt dagelijks, een kwart een keer per week. Bidden is voor hen, naast een uitdrukking van het christelijk geloof, ook een vorm van psychotechniek, waarbij bezinning, zelfreflectie en meditatie centraal staan. Een groot deel van hen is actief wat religieus gedrag betreft, ze bezoeken cursussen over spiritualiteit, branden kaarsjes of gaan naar een

We zien deze mensen als doelgroep voor Kerk zonder Grenzen. Zij kunnen daarbij als het ware als opstap dienen om de stap naar de niet-kerkelijk sterk gelovigen te maken. De leden van de focusgroepen (die kerkelijk zijn en christelijke bronnen voor hun zingeving als vertrouwd zien), lijken namelijk inhoudelijk op de groep niet-kerkelijk sterk gelovigen, afgezien dan van het feit dat de leden van de focusgroepen zich iets dichterbij de kerkelijke instituten bevinden.

Vraag 2

Deze vraag luidt: *Hoe groot zijn binnen deze categorie de subcategorieën met enige religieuze interesse?*

Omdat we met een representatieve steekproef werken bij de kwantitatieve analyse, kunnen we een schatting maken van de omvang van de verschillende groepen die in het kwantitatieve onderzoek zijn beschreven.

We schatten de omvang als volgt:

- kerkelijk gelovigen: 1,6 miljoen;
- niet-kerkelijk sterk gelovigen: 700 duizend;
- niet-kerkelijk enigszins gelovig: 645 duizend;
- niet-kerkelijk niet gelovig: 2 miljoen.

Gezien de keuze voor de groep niet-kerkelijk sterk gelovigen zien we een flinke doelgroep voor Kerk zonder Grenzen. Daarbij mag in afgeleide zin een deel van de groep niet-kerkelijk enigszins gelovigen worden gezien, maar hun religieuze profiel biedt te weinig aanknopingspunten om gericht beleid op te voeren. Wanneer uit deze groep mensen worden bereikt, zijn ze als het ware bijvangst bij de groep niet-kerkelijk sterk gelovigen.

Wel veronderstellen we dat zich onder de groep kerkelijk gelovigen mensen bevinden die geïnteresseerd zullen zijn in nieuw aanbod van Kerk zonder Grenzen, namelijk vooral die mensen die afstand hebben tot het reguliere kerkelijk aanbod.

Vraag 3

Deze vraag luidt: *Welke levensbeschouwelijke programmering heeft de interesse en voorziet in de behoefte van deze subcategorieën?*

De onderzochte dertigers en veertigers zijn ontvankelijk voor relevant aanbod voor zover dat bij hen past; ze zijn als eclectisch aan te merken omdat ze hun eigen aanbod bij elkaar kiezen. Daarbij is voor hen van belang dat het aanbod van bekende en betrouwbare bronnen komt.



Kerk zonder Grenzen is zo'n bekende en betrouwbare bron en zou dus een zinvol aanbod aan de doelgroep kunnen doen.

Allereerst door het bestaande aanbod beter toegankelijk te maken. Kerkdiensten moeten via RSS-technieken toegankelijk worden gemaakt, waarbij met name overdenkingen los verkrijgbaar moeten zijn van overige delen van radiokerkdiensten of andere uitzendingen. Naast de mogelijkheid voor terugluisteren, wordt ook de mogelijkheid van teruglezen op prijs gesteld: de preken moeten dus na te lezen zijn.

Andere bezinnende programma's als Tuimelteksten en Capsule worden positief ontvangen. Wel wordt gesuggereerd de vormgeving aan te passen. De directe, persoonlijke teksten die aanzetten tot zelfreflectie en bezinning passen niet goed bij de muzikale omlijsting.

Verder stelt Kaski voor om meer reportages en interviews in de radioprogrammering op te nemen. Daarbij moeten de programma's cirkelen rond de trefwoorden authenticiteit, autonomie en geluk. Of anders gezegd: de programma's moeten bijdragen aan de zelfpositionering van zelfstandige dertigers en veertigers die constant hun positie in het leven moeten bepalen.

Aanvullend ziet Kaski mogelijkheden voor Kerk zonder Grenzen om activiteiten naast radioprogrammering aan te bieden, waarbij kloosterweekends of retraites en pelgrimages als zinvolle mogelijkheden worden gezien. Er lijkt minder interesse voor internet-initiatieven als digitaal altaar of de mogelijkheid om een videoregistratie van kerkdiensten via internet terug te kijken. Tegenover het vormen van zogenoemde *virtual communities* staat men gematigd positief. Vermoedelijk heeft men meer behoefte aan aanbod, dan dat men met andere een *community* wil onderhouden of zelf aanbod wil vormen.

Kerk zonder Grenzen kan zich voor de doelgroep ontwikkelen als een soort multimediale kerkgemeenschap, waarbij de 'leden' niet zo zeer behoefte hebben aan regelmatig persoonlijk contact, maar geïnteresseerden een band hebben met Kerk zonder Grenzen. We omschrijven dit als een doorontwikkelen naar Kerk zonder Grenzen als tertiaire organisatie. Dergelijke organisaties lijken in kerkelijk Nederland te ontbreken en Kerk zonder Grenzen heeft alle mogelijkheden om dat hiaat te vullen.

Dit vraagt wel een andere benadering van de relaties (de term leden is minder gepast) en dat vraagt onder andere een uitgebreid relatiebeheer.

We menen dat Kerk zonder Grenzen innovatieve experimenten moet aangaan om zich sterker te profileren als tertiaire organisaties voor religieus geïnteresseerde dertigers en veertigers.

