Kreatiewe prediking: Die noodsaak van kreatiwiteit in die preekgebeure

Author:
Johan S. Botha[1]

Affiliation:
[1]Department van Praktiese Teologie, Universiteit van Pretoria, Suid-Afrika

Correspondence to:
Johan Botha

email:
johanbot5@absamail.co.za

Postal address:
Lorethastraat 5, Van Riebeeck Park, Kempton Park 1619, Suid-Afrika

Keywords:
denke; kreatiwiteit; prediking; verbeelding; waarneming

Dates:
Received: 31 Aug. 2010
Accepted: 12 Oct. 2010
Published: 22 Nov. 2010

How to cite this article:
Botha, J., 2010, ' Kreatiewe prediking: Die noodsaak van kreatiwiteit in die preekgebeure', *Verbum et Ecclesia* 31(1), Art. #429, 7 pages. DOI:10.4102/ve.v31i1.429

This article is available at:
http://www.ve.org.za

Note:
Die nood van prediking kan beskryf word as 'n gebrek aan kreatiewe prediking. Hierdie navorsing ontgin die betekenis van kreatiwiteit vir die prediking as kreatiewe prediking. Die bestudering van kreatiewe prediking vorm deel van 'n PhD proefskrif wat onder leiding van Professore C.J.A. Vos en H.J.C. Pieterse, Departement Praktiese Teologie, Universiteit van Pretoria gedoen is. In die oorspronklike navorsing is kreatiewe prediking vanuit die invalshoek van Kreatiwiteit in diens van die Heilige Gees in die preekingewing benader.

© 2010. The Authors. Licensee: OpenJournals Publishing. This work is licensed under the Creative Commons Attribution License.

ABSTRACT

Creative preaching: The importance of creativity in the preaching process

Using the limited resources for proclaiming the gospel of Jesus Christ in a rapidly changing world presents problems for preachers. Preaching in the reformed tradition is based primarily upon the Bible and the tradition of the church. Given the limitations of the age of the source, the preacher runs the risk of boring the congregation with sermons irrelevant to their living conditions, by repeating the same basic message. Preachers may run out of ideas and ways of presenting a fresh, relevant message on a weekly basis. They start employing all kinds of tricks and gimmicks in order to stay relevant. Creative preaching is suggested as an answer to this dilemma. Creative preaching is developed and described as a process in which the preacher, with the guidance of the Holy Spirit, employs creative methods like observation, association, imagination and creative thinking when creating a sermon. The sermon is structured to be creative and to stimulate the creativity of the listeners. Creative preaching could be described as stimulating preaching based on Scripture, imagination and the inspiration of the Holy Spirit.

INLEIDING

Die prediking word as een van die belangrikste gebeurtenisse in die kerk beskou (vgl. Cooper & McClure 2003:2). Dit is een van die sentrale momente in die Reformatoriese tradisie (vgl. Vos 1996:217). Die feit dat nuwe navorsing in die veld van die homiletiek steeds gepubliseer word, bevestig hierdie beskouing (vgl. Long & Tisdale 2008; Grözinger 2008; Wepener & Van der Merwe 2009). Die belangrike rol van die prediking, asook die 'beperkte' primêre bron daarvoor lei tot enkele vrae: Raak predikers en hoorders nie een of ander tyd met preke verveeld nie? Bestaan die gevaar nie dat die prediking bloot 'n herhaling van dieselfde boodskap is wat net in ander woorde oorvertel word nie? Raak predikers nie een of ander tyd *leeg* gepreek nie?

PROBLEEMSTELLING

Die Bybel, as bron vir die prediking, het (vertaling uitgesluit) basies onveranderd gebly. Tegnologiese vooruitgang en die ontwikkeling van die wetenskap is 'n daaglikse proses waar kennis en insig op 'n daaglikse basis vergroot. Dit lei daartoe dat mense se beskouing van die wêreld verander (vgl. Pieterse 2005a:411; Stiller 2005:6 e.v.). Pieterse (2005a) verwys na die erfenis van die Verligting en die Kantiaanse epistemologie wat die vertrekpunt dat Skrifkennis ware kennis is, onder druk plaas. Hy verwys ook na die invloede van die postmoderne filosofie. Predikers moet in hierdie nuwe omstandighede steeds met dieselfde '*ou bron*' om die boodskap van die evangelie te bring klaarkom. Prediking raak gevolglik lewensvreemd en vervelig namate die wêreld verander, kennis vooruitgaan en die lewensfilosofie aanpas by die nuwe omstandighede.

Predikers waag nie alleen om weekliks te preek nie, maar lidmate daag steeds op om 'n preek te hoor (Pieterse 2004:72; Vos 2007:11). Preke wat nie 'n verrassende nuwe perspektief vanuit God se oë op die huidige situasie open nie, sal die gemeente verveel (vgl. Pieterse 2004:115; De Roest 2006:178 e.v.). Die krisis van die prediking is '... extremely dull and boring' prediking, wat mense laat belangstelling verloor (vlg. Runia 2000:101).

Lischer (2005:5) verwys na 'The silence of the Words'; 'n stilte wat teweeg gebring word deur die traumatiese gebeurtenisse van die 20ste eeu. Hierdie traumatiese gebeurtenisse vorm 'n hindernis wat God se geregtigheid en liefde in die mond van die prediker sowel as in die ore van die hoorder stilmaak. Dit is gevolglik nie alleen predikers wat vervelig of herhalend is, of die luisteraars wat belangstelling verloor nie, maar ook die lewensomstandighede wat die gang van die Woord verhinder. Die prediker verkeer in 'n buitengewone dilemma waar hy op die kansel klim met die bedoeling om die evangelie te verkondig terwyl dit 'nie in ons natuur sit nie' (Cilliers 1996:4). Cilliers beskryf prediking as iets wat menslik onmoontlik is, terwyl Lischer (2005:12) die beeld gebruik van die prediker wat desperaat is om die regte frekwensie vir die oordrag van die boodskap te vind. Daar bestaan 'n behoefte aan prediking wat die hoop van God in Christus en die Gees aan mense kan verkondig, sodat hulle verbeelding aangegryp en hulle lewens verander kan word (vgl. Troeger 2007:59 e.v.).

Die kerklike praktyk van die verkondiging van die boodskap van die Bybel deur middel van prediking in omstandighede van radikale verandering, is in die lig van hierdie inleidende paragrawe, sentraal in die formulering van die navorsingsprobleem. Dit is die taak van die prediker om die lig van God se Woord, wat in ou bronne en geykte tradisies geklee is, in 'n nuwe wêreld aan nuwe mense, op 'n nuwe manier te bring. Die uitvoering van hierdie taak binne 'n veranderende wêreld, vereis nuwe denke, benaderinge en verwoording deur die prediker. Dit stel besondere eise aan die kreatiewe vermoëns van die prediker in die voortbring van 'n preek, sodat die behoefte van die prediking in die huidige tyd as 'n behoefte aan kreatiewe prediking beskou kan word.

Verbum et Ecclesia
Article #429

Hantering van die probleem

Die bestudering van kreatiewe prediking vorm deel van 'n PhD proefskrif met die titel *Kreatiewe prediking: Kreatiwiteit in diens van die Heilige Gees in die ingewing van die preek,* wat onder leiding van Professore C.J.A Vos en H.J.C Pieterse, Departement Praktiese Teologie aan die Universiteit van Pretoria, gedoen is. In die proefskrif word kreatiewe prediking benader vanuit die invalshoek van *kreatiwiteit in diens van die Heilige Gees in die preekingewing*. 'n Omvattende literatuurondersoek is in die velde van die pneumatologie en kreatiwiteit gedoen ter verheldering van die konsepte en teorieë in die onderskeie velde. Die resultate van die literatuurondersoek is in die praktyk getoets deur middel van van empiriese navorsing. Ondersoek is gedoen na die preekverhale van predikers in die Nederduitse Gereformeerde Kerk met besondere verwysing na hulle verstaan en ervaring van kreatiwiteit en die werk van die Heilige Gees in die preekgebeure.

In hierdie artikel val die klem op predikers se verstaan van kreatiwiteit en die toepassing daarvan in kreatiewe prediking. Die bevindinge van die literatuuranalise word met die inhoud van die preekverhale in verband gebring ten einde die relevansie van kreatiwiteit in kreatiewe prediking aan te toon.

NAVORSINGSRESULTATE

Kreatiwiteit

Die teorieë van kreatiwiteit vertoon konsensus dat kreatiwiteit aangeleer en deur tegnieke en metodes aangewakker en verhoog kan word (vgl. Baer 1993:17 e.v.; De Bono 1996:53; Torrance 1999:44,45; Buzan 2001:7; Neethling 2004:8; Lanser 2007:67).

Die ondersoek na die konsep kreatiwiteit lei tot die gevolgtrekking dat 'n enkelvoudige definisie vir kreatiwiteit nie geformuleer kan word nie (vgl. Neethling 2001:9). Kreatiwiteit kan gevolglik saamgevat word as handelinge van waarneming, denke en insig. Hierdie handelinge word omskryf deur woorde wat 'n karakter van kreatiewe dinamika daaraan verleen, woorde soos: transformeer, ontdek, konnekteer, assosieer, kombineer, manipuleer en integreer. Elk van die dinamiese beskrywings verraai iets van die kompleksiteit van kreatiwiteit as konsep (vgl. Neethling 2005:12).

In die onderskeie definisies kom daar 'n aantal beskrywende begrippe voor wat die uitkoms of kwaliteite van kreatiewe handelinge en resultate beskryf. Woorde soos 'nuut', 'oorspronklik', 'betekenisvol', 'onverwags', 'andersoortig', 'verrassend', 'waardevol' en 'uniek' dra daartoe by om iets van die uiteenlopendheid van die onverwagte uitkomste van kreatiwiteit te snap. Kreatiwiteit is 'n *doelgerigte* optrede of handeling. Kreatiewe resultate word nie deur terloopse of toevallige sameloop van optredes bereik nie alhoewel dit soms vir die eksterne waarnemer so mag voorkom.

Die elemente van kreatiwiteit

Verkenning van die verskillende teorieë oor die konsep 'kreatiwiteit', gee aanleiding tot die onderskeiding van die elemente van waarneming, denke, insig en verbeelding.

Kreatiwiteit en waarneming

Kreatiwiteit en waarneming is nou aan mekaar verwant. Om kreatief te wees behels 'n nuwe manier van sien, 'n doelgerigte waarneming met die oog op die onderskeiding van iets wat nog nie raakgesien is nie (vgl. Neethling 2005:189 e.v.) asook die sigbaarmaking van die onsigbare (vgl. Adair 2007:29). Kreatiwiteit handel oor die onderskeiding van die oorspronklike (vgl. Bohm 1998:1–3) en die waarneming van bestaande patrone van organisasie en ordening (vgl. De Bono 1996:12 e.v.).

Waarneming is 'n doelgerigte handeling wat iets nuut en oorspronklik (Bohm 1998:41 e.v.) voortbring. Nuwe patrone word geskep deur die *kombinasie* van ou en nuwe interessante idees en invalshoeke, die *verbreking* van gevestigde patrone, die *manipulasie* (vgl. Amabile 1996:88 e.v.) van die bestaande en die *assosiëring* van uiteenlopend verskillende elemente. Die nuwe idees, as uitvloeisel van waarneming, het die potensiaal om produkte wat 'n karakter van andersoortigheid en onverwagsheid vertoon, voort te bring. Die produkte kan konkreet of abstrak wees, verbaal of nie-verbaal van geaardheid of produkte van waarde en betekenis. Die waarnemingsproses wat tot die totstandkoming van die nuwe lei, geskied met sensitiwiteit, intuïsie, openheid en verbeelding.

Kreatiwiteit en denke

Kreatiwiteit is 'n visioenêre proses wat fyn en diep waarneming verwag (vgl. Cilliers 1998:99). Waarneming sluit 'n bepaalde manier van dink in. Die waarnemer moet in die proses aandagtig betrokke, wakker, nugter, bewus en sensitief wees (vgl. Bohm 1998:23 e.v.) om wat werklik nuut is te kan onderskei. Die waarskuwing dat 'n verslaafdheid aan die bekende drome en idees kan versmoor lei daartoe dat mens op die onverwagse voorbereid en ingestel moet wees (vgl. Adair 2007:19 e.v.). Diegene wat kreatiwiteit nastreef moet sensitief bly om nie net die nuwe waar te neem nie, maar om ook in die denkprosesse op die nuwe bedag te wees. Hierdie bedagsaamheid vereis 'n ingesteldheid van nuuskierigheid as noodsaaklike deel van sensitiwiteit, aangesien mense geneig is om bloot dit te sien wat hulle reeds gesien het en ken (vgl. Adair 2007:34).

Kreatiewe denke word in noue verband met idees en persepsies gestel. Die fokus van die kreatiewe denkproses is verandering (vgl De Bono 1996:240). Binne hierdie proses is die vermoë tot refleksie en abstrakte denke 'n noodsaaklikheid. Refleksie help om nuutheid wat verandering steun, te onthul (vgl. Feldman *et al.* 1994:28 e.v.). Abstrakte denke kan met die denke van 'n jong kind, wat oop is om die nuwe te ontdek en te leer, verskille en ooreenkomste te sien en nuwe ordes en strukture te aanvaar, vergelyk word. Geykte patrone van dink en verstaan word uitgedaag om aangepas te word ten einde op nuwe maniere te kan waarneem.

Kreatiewe denke word deur kreatiwiteitsvaardighede gedra (vgl. Amabile 1996:88). Om kreatief te wees moet mens anders *sien*, nuut *dink* en *oop* wees om nuwe komplekse idees te verstaan en aanvaar. Mens behoort nie te gou te oordeel oor wat aanvaarbaar of reg sou wees nie, maar so wyd as moontlik dink en akkuraat onthou. Kreatiewe denke kan herken word aan die openheid en verwagting vir dit wat nuut, oorspronklik en anders is. Dit vra 'n ingesteldheid van waagmoed om nie alleen die onbekende te sien of te bedink nie, maar dit ook as die nuwe te onthul.

Kreatiwiteit en insig

Om die waarnemings en die denkprosesse wat nuutheid verwag met mekaar te integreer, verlang insig. Insig kom volgens De Bono (1996:12;111) deur die integrasie van nuwe informasie in nuwe patrone. Assosiasies tussen onverwagte gedagtes vanuit verskillende kontekste dra ook tot die vergroting van insig by (vgl. Amabile 1996:20; Lanser 2007:67 e.v.). Kreatiewe insig gaan dus om die raaksien van die onverwagse en die onwaarskynlike, asook die onderskeiding en kombinering van idees uit verskillende kontekste. Moontlikhede en kombinasies wat vir ander onsigbaar is, moet onderskei en sigbaar gemaak kan word.

Kreatiwiteit en verbeelding

Verbeelding as essensiële menslike eienskap is die vermoë om komplekse gedagtebeelde en simbole te skep en met die werklikheid te kombineer (vgl. Bohm 1998:41). Verbeelding is derhalwe diensbaar aan die verstaan en verklaring van abstrakte en moeilike verskynsels. Dit werk deur die integrasie van die

verbeeldingsvermoë van die brein wat abstrakte konsepte deur middel van kreatiwiteit sigbaar en verstaanbaar maak. Verbeelding word beskryf as die kontakpunt waar die onsigbare God ontmoet kan word (vgl. Vos 2005:323).

Die begrip 'verbeelding' as iets wat onwerklik of blote illusie is, dra 'n negatiewe konnotasie wat tot 'n skeptiese ingesteldheid oor die aanwending daarvan lei. Die uitdaging vir die prediker is om die skatkamers van die verbeelding te ontsluit en nie net die skatte daarin self te ontdek nie, maar ook mense in staat te stel om verbeeldingryk te kan glo en lewe. Die menslike verbeeldingsirkel moet geaktiveer word om die werklikheid deur verskillende lense te kan herdefinieer. Dit moet die verbeelding opnuut stimuleer om tot nuwe beskouings en ervarings van die werklikheid te lei (vgl. Vos 2005:323; 2007:23; Van Huysteen 2006:190; Florence 2008:117 e.v.).

Meetbaarheid van kreatiwiteit

Kreatiwiteit word as 'n meetbare konsep voorgestel. Die beoordeling van kreatiwiteit word as 'n aangeleentheid vir *gepaste waarnemers* beskryf (vgl. Amabile 1996:35). Adair (2007:24 e.v.) beskryf die eienskap in terme van kreatiewe produkte, waar kreatiewe produkte as bruikbaar, mooi of betekenisvol beskryf word deur die *waarnemers*. 'n Bepaalde gemeenskap bepaal dus wat kreatief is of nie (vgl. Boden 1994:75).

Kreatiwiteit is meer as 'n teoretiese konsep. Vanuit die kreatiwiteitsliteratuur word dit as 'n duidelik meetbare entiteit aangedui (vgl. Baer 1993:14; Torrance 1994:36; Neethling 2004:28). 'n Aantal eienskappe, aan die hand waarvan dit gemeet kan word, word onderskei.

Die eienskappe wat in meeste teorieë voorkom om die resultate of produkte te meet, word beskryf as 'Fluency, flexibility, originality, elaboration' (vgl. Baer 1993:14; Torrance 1994:36; Neethling 2004:28):

- *Fluency* word as 'smooth and agile thinking' omskryf. Dit kan vergelyk word met 'n stroom water wat vloei of iemand wat vlot en flink kan lees. Vlotheid of vloeiendheid handel oor die hoeveelheid uiteenlopende idees en die spoed waarmee die nuwe ontdek word.
- *Flexibility* handel oor die die ryke verskeidenheid van resultate. Die denker openbaar 'n soepelheid van denke wat 'n variasie van anderse resultate tot gevolg het.
- *Originality* dui op andersoortige, unieke of ongewone resultate, wat verrassend anders, ongewoon en nuut is.
- *Elaboration* dui op die uitbreiding van idees. Die daarstelling van 'n unieke resultaat is nie die einde van die kreatiewe pad nie. Dit wat uit die waarnemings, denke en insig voortvloei, moet verder uitgebrei en verfyn word ten einde nog nuwe vlakke van oorspronklikheid te ontsluit.

Die meetbaarheid van kreatiwiteit word ook beskryf in terme van die persoon wat dit beoefen, die produkte wat voortgebring word, die prosesse in die bereiking van die resultate asook die reaksie van ander daarop (vgl. Amabile 1996:35). Kreatiwiteit word beoordeel na gelang van die vaardigheid sowel as die kreatiewe vermoëns wat daarvoor benodig word.

Kreatiwiteit kan opgesom word as 'n doelgerigte dinamiese gebeure wat met behulp van waarneming, denke en insig, heelbreindenke en verbeelding, nuwe, onverwagte betekenisvolle resultate oplewer.

Kreatiwiteit is meetbaar aan die teenwoordigheid van die volgende elemente:

- opinie van gepaste waarnemers
- vloeiendheid van idees
- oorspronklikheid
- fokus op die essensie
- uitbreiding
- verfyning van idees en openheid van denke.

Kreatiwiteit in teologiese raamwerk

Teologie en kreatiwiteit is ten nouste aan mekaar en aan die werk van die Heilige Gees verbind (vgl. Lanser 2007:69). Dit is 'n noodsaaklikheid vir die teologie wat voortspruit uit die aard van teologie as die verkryging van kennis van God in die lewens- en geloofswerklikheid. In die konteks vervul dit 'n noodsaaklike rol in die hantering van vrae sonder antwoorde en die werklikheid van radikale vernuwing en verandering. Die teologiese beroep het die taak om mense te help om 'n nuwe lewensmoontlikheid te aanvaar en te beoefen; dit maak uiteindelik kreatiwiteit vir die beroep onontbeerlik (vgl. Firet 1987:48).

Om die teologiese tradisie en eietydse kultuur nader aan mekaar te bring, word kreatiwiteit as vereiste vir alle teoloë gestel. Die verwantskap tussen skepping en kreatiwiteit word gebruik om die teologie en kreatiwiteit in verband met mekaar te bring (vgl. Lanser 2007:68). Kreatiwiteit word in teologiese verband as interaktief van aard beskou. Interaksie tussen mense lei tot die skepping van betekenis, wat 'n kreatiewe gebeure is. Die interaksie tussen die reeds ervaarde situasie en die ervaring van nuwe uitdagings, is nog 'n kreatiewe gebeure wat deel is van teologiese kreatiwiteit (vgl. Lanser 2007:71).

Verbeelding as die basis van kreatiwiteit vind plek in die teologie as menslike vermoë wat in diens van die Gees aangewend word ten einde nuwe moontlikhede en ervarings op die onsigbare vlak van menswees te verbeeld, sodat dit in die interaksie met medemense in die konkrete werklikheid sigbaar gemaak kan word. Kreatiwiteit dien om te help met die skepping van nuwe verbande tussen die geloofstradisie en die eietydse kultuur, verbande waarsonder tradisie dood sal wees.

Kreatiwiteit kan in teologiese terme opgesom word as daardie noodsaaklike deel van die teologie waar antwoordlose vrae en radikale lewensveranderinge op verbeeldingryke wyse hanteer word. Kreatiwiteit is, op 'n interaktiewe wyse, gerig op vryheid, heil en die lewe in verhouding met God en medemens, waar dit dien om die onsigbare, onder leiding van die Gees sigbaar te maak. Deur die lens van die praktiese teologie is die kreatiewe proses 'n hermeneutiese gebeure wat nuwe verbeeldingryke verstaansmoontlikhede in die ontmoeting tussen teologie en tyd open.

PREDIKERS SE VERSTAAN VAN KREATIWITEIT

Die volgende paragrawe word geformuleer aan die hand van die navorsing, wat as deel van die oorspronklike studie onder 'n groep predikers gedoen is oor hulle verstaan van kreatiwiteit en die toepassing daarvan in die prediking. Predikers verstaan kreatiwiteit in terme van voorwerpe, ervaringe en handelinge wat aangewend word met die doel om aan 'n preek lewe te gee, nuwe moontlikhede te vind, die erediens nuut te laat gebeur, gedagtes visueel voor te stel en doelbewuste alternatiewe te skep. Hierdie verstaan van kreatiwiteit kan in terme van subjektiewe en objektiewe eienskappe beskryf word.

Objektief gesproke kan kreatiwiteit beskou word as vernuwende denke oor prediking en die inhoud daarvan. Dit lei tot die assosiëring van verskillende kontekste met mekaar, die ontdekking van onontginde potensiaal asook die skepping van nuwe ervaringe. Kreatiwiteit behels onder meer visuele uitbeeldings, die byvoeging van unieke interessanthede wat 'n karakter van vernuwing dra en waarde toevoeg tot 'n gebeure. Kreatiwiteit as doelbewuste aktiwiteit kan aangeleer en ontwikkel word. Binne die konteks van die prediking kan dit funksionele byvoegsels wat die prediking bevorder en verryk, behels. Kreatiwiteit vind volgens predikers plaas waar hulpmiddels wat die prediking kreatief verryk, aangewend word.

Verbum et Ecclesia Article #429

Subjektief gesproke word kreatiwiteit uitgedruk in terme van die prediker se eie betrokkenheid by die kreatiewe gebeure. Predikers beskryf kreatiwiteit in terme van hul eie waagmoed om vars en nuut te wees sonder om die Woord in gedrang te bring. Kreatiwiteit kan volgens deelnemers se standpunte as die benutting en aanraking van menslike sintuie en ervarings van onverwagte onvoorspelbare momente van insig verwoord word. Dit word as 'n 'a-ha'-ervaring beskryf.

Kreatiewe prediking

Die opinies van deelnemers aan die navorsing met die teorie van kreatiwiteit en kreatiewe prediking word nou met mekaar in verband gebring.

Die predikers het oor die algemeen 'n objektiewe beskouing van kreatiwiteit. Dit kom na vore in die stelling dat kreatiwiteit die doelbewuste gebruik van unieke, interessante, illustratiewe en funksionele *voorwerpe* in die prediking is. Kreatiwiteit is vir predikers die laaste fase van die preekproses waar iets uniek of nuut tot die preek bygevoeg word. Die siening van predikers staan teenoor die beskrywing van kreatiwiteit as proses van waarneming en denke wat onverwagte nuwe, waardevolle produkte oplewer. Die objektivering van kreatiwiteit in die vorm van die resultate, dui daarop dat 'n noodsaaklike verstelling in die verstaan van kreatiwiteit nodig is alvorens kreatiwiteit deel van die volle preekproses kan word. Solank die kreatiewe 'n byvoegsel is wat agterna tot die prediking gevoeg word, sal dit weinig meer as 'n dekoratiewe funksie vervul wat net sporadiese nuwe insigte oplewer.

Kreatiwiteit is voorts geobjektiveer in die beskrywing as ervaringe, denke of maniere van doen. Volgens predikers is dit handelinge wat woordkuns en formulering van idees wat vry van clichés is, insluit. Die verbruikersamelewing se klem op produkte en resultate kan as waarskynlike oorsaak van die beskouing aanvaar word. Volgens die predikers se beskouing is kreatiwiteit bedoel om aan 'n preek lewe te gee, nuwe moontlikhede te vind, die erediens nuut te laat gebeur, gedagtes visueel voor te stel en doelbewuste alternatiewe te skep. Teenoor die standpunt van predikers is kreatiwiteit, volgens die teoretiese verkenning daarvan, eerder 'n leefstyl (vgl. Buzan 2001:6; Neethling 2004:8). Kreatiwiteit is 'n aanleerbare, ontwikkelbare vaardigheid, 'n leefstyl waardeur lewenspotensiaal gerealiseer word. Dit word gekenmerk deur die vermoë tot vloeiende denke, buigsaamheid, oorspronklikheid en die uitbouing van idees en gedagtes. Dit behels denkvaardighede wat aangeleer en ontwikkel kan word deur nuut te sien en dink, byvoorbeeld sensitiwiteit vir probleme of gapings, die vermoë tot vloeiende denke wat generering van die maksimum aantal idees aanmoedig, buigsaamheid of variasie om verskeidenheid van idees te bewerk, oorspronklikheid wat lei tot nuwe en innoverende idees, uitbreiding en uitbouing van gedagtes asook die vermoë tot herdefiniëring van die bestaande. Kreatiwiteit is gevolglik meer as *blote dekorasie*, dit is eerder 'n *leefstyl* wat aangeleer en ontwikkel kan word en hou groot waarde vir die prediking in.

Die visuele medium is een van die mees algemene vorme waarin die verstaan van kreatiwiteit uitgeleef kan word. Die predikers se verhale fokus deurlopend op die visuele elemente. Hierdie aspek word grootliks bepaal deur die beskikbaarheid en benutting van elektroniese projeksie apparaat. Kreatiwiteit is egter meer as *Powerpoint* aanbiedings en visuele uitbeeldings (vgl. Lischer 2005:10 e.v.). Alhoewel ander media soos digkuns, musiek en verskillende vorme van illustrasies deur predikers genoem is, val die klem egter deurlopend op die visuele. Predikers het wel self kritiek uitgespreek teen die verabsolutering van die visuele as kreatiewe hulpmiddel. Dit blyk meesal egter dat die kritiek veral met die hoeveelheid werk wat met visuele uitbeeldings gepaard gaan te doen het, sowel as met die tegnologiese uitdagings daaraan verbonde.

Die benutting en stimulering van verbeelding het nêrens in die preekverhale na vore gekom nie. Kreatiwiteit is meer as net visuele aanbiedings, dit behels ook die stimulering van die verbeelding van mense. Die vermoë om iets in die gedagte wêreld te skep is wesentlik aan verbeelding as proses. Van Huysteen (2006:187 e.v.) se hantering van die pre-historiese rotskuns as konkretisering van mense se verbeeldingswêreld, lei tot die gevolgtrekking dat verbeelding 'n noodsaaklikheid in die verstaan van komplekse aangeleenthede is. Verbeeldingskrag is 'n vereiste om die beeldryke taal van die Bybel te kan verstaan (vgl. Florence 2008:116 e.v.). Van Huysteen (2006:267) se uitdaging aan teoloë om die menslike vermoë tot verbeelding ernstig op te neem, kan in die konteks van kreatiewe prediking ook op predikers van toepassing gemaak word. Kreatiwiteit is meer as visuele uitbeelding, dit is die vermoë om dit wat in die verbeelding ontstaan, op 'n manier wat nuwe verbeelding by die hoorder aanmoedig, gestalte te gee. Kreatiwiteit is om met nuwe oë te kyk en dieper te sien as net dit wat voor oë is. Kreatiwiteit *benut* en *stimuleer* die verbeelding, as kragtige kreatiewe vermoë van die prediker en die hoorder.

Predikers het insig getoon in die noodsaak van vernuwende denke. Volgens die deelnemers benut predikers, materiaal uit kontekste soos die rolprentwese, digkuns en musiek in die prediking. Hierdie benutting spreek van vernuwende denke aan die kant van predikers. Vernuwende denke behels die ontginning van onontginde moontlikhede sodat vars woorde, beelde en ervaringe geskep kan word. Die noodsaak aan vinnige, vernuwende denke vir kreatiwiteit word deur Bohm (1998:23) aangetoon deur die voorbeeld van die perderuiter. Die ruiter moet vinniger as die perd kan dink om nie te gaan waarheen die perd wil gaan nie. Die noodsaak van die bewussyn van denke word ook deur Senge (2006:163) aangetoon, met verwysing na die invloed van onbewuste denkmodelle op die daaglikse handel en wandel.

Die noodsaak van vernuwende denke kan as denke omskryf word wat predikers in staat stel om nuut na ander kontekste te kyk en denke wat bydra tot die ontdekking en ontginning van dit wat nog verborge is. Predikers behoort gevolglik vernuwend te kan dink oor die preek en die inhoud, asook oor die benadering tot die voorbereiding daarvan.

Vernuwende denke as kreatiewe vermoë, behels ook die kuns om tussen verskillende kontekste assosiasies te maak met die oog op die ontsluiting van nuwe moontlikhede. Die onontginde moontlikhede moet ontgin en bedink word met die oog op skepping van nuwe ervaringe vir die hoorder, om so die uitkoms van die preekgebeure diensbaar te wees.

Faktore wat kreatiwiteit bevorder of belemmer

Die predikers het 'n aantal faktore wat kreatiwiteit belemmer geïdentifiseer. Voorbeelde sluit onder andere persoonlike of interne faktore soos die gesinsomstandighede, persoonlike gesondheid en motivering van die prediker in. Hierdie faktore beïnvloed veral kreatiwiteit as lewens- en denkwyse. Die afleiding kan gemaak word dat goeie selfsorg, sowel as versorging deur die gemeenskap van gelowiges, tot die bevordering van die prediker se kreatiwiteit en welsyn sal bydra.

Eksterne faktore wat kreatiwiteit belemmer is die faktore wat met tyd en programme verband hou. Dit blyk dat predikers aan die een kant met vol programme oorlaai is, maar aan die ander kant bloot slegte beplanning toepas. Meeste deelnemers aan die navorsing het vol programme vir die gebrek aan kreatiwiteit blameer.

Kreatiwiteit word deur die stimulering van die prediker se sintuie op 'n verskeidenheid maniere bevorder. Dit blyk uit die preekverhale dat predikers self die belangrikste invloed op die bevordering van hul kreatiwiteit uitoefen. Predikers poog inderdaad om deur doelgerigte blootstelling aan ander mense

Article #429 Verbum et Ecclesia

se kreatiwiteit deur die vorme van musiek, rolprent, digkuns en humor meer kreatief te wees. Insette van ander persone, soos kollegas en familie, is deur die deelnemers as positiewe invloede aangedui. Positiewe verhoudinge met ander kreatiewe mense asook 'n positiewe omgewing blyk van kardinale belang te wees. 'n Laaste belangrike stimulus vir kreatiwiteit is aangedui as predikers se sensitiwiteit vir die wyses waarop hulle die werking van die Gees ervaar en glo. Predikers glo dat God deur die Heilige Gees hulle kreatiwiteit stimuleer.

Kreatiwiteit en prediking

Die vraag na die verband tussen kreatiwiteit en prediking is 'n vraag wat in die empiriese navorsing ondersoek is na aanleiding van die teoretiese aanduidings van die noodsaak daarvan (vgl Achtemeier 1980; Skinner 1990; Han 1996; Cilliers 1998; Joubert 2007; Niemandt 2007; Van Dam 2007; Lanser 2008).

Kreatiwiteit is beskryf as noodsaaklike geloofspraktyk vir die kerk (Niemandt 2007:62). Die praktiese teologie en die homiletiek is reeds besig met kreatiwiteit en verbeelding (vgl Ballard & Couture 2001). Die logiese afleiding kan gemaak word dat teologie en kreatiwiteit saam hoort. Daar is ook 'n noue band tussen die prediking as teologiese aktiwiteit en kreatiwiteit (Cooper & McClure 2003:1 e.v.). Hierdie verwantskap word verder verryk deurdat die werk van die Gees ten nouste aan die teologiese aktiwiteite verbonde is (vgl. Noller 2002:111).

In die loop van die navorsing is verskeie konsepdefinisies vir kreatiewe prediking versamel en geformuleer wat tot die verheldering van die konsep bydra. Volgens Skinner (1990:37) lei kreatiwiteit in die preekgebeure tot 'n vars uitdagende interpretasie van die Bybelse waarhede en 'n aantreklike nuwe aanbieding daarvan. Engemann (2002:38 e.v.) beskryf 'n kreatiewe erediens as 'n ruimteskeppende gebeure waarin die toekoms op so wyse geantisipeer kan word dat die hede kan verander. Rossow (1983:8 e.v.) het reeds gewys op die gebruik van nie-teologiese taal en eietydse konsepte wat die onveranderlike gedagtes van die boodskap in veranderlike vorme kan weergee. Van Dam (2007:85) formuleer hierdie gebeure as prediking wat 'n nuwe woord spreek. Die nuwe woord word deur De Klerk en Nagel (2004:141) verwoord in terme van die gebruik van treffende beelde en metaforiese taalgebruik.

In die proefskrif wat aanleiding gee tot hierdie artikel, bevind die outeur dat kreatiwiteit as menslike gawe in diens van die Heilige Gees, tot kreatiewe prediking sal lei. Kreatiwiteit behoort aangemoedig en ontwikkel te word sodat die prediker met vars oë na die bekende boodskap van die Bybel kan kyk en dit so te kan formuleer dat die hoorder begelei sal word om die boodskap nuut vir die huidige lewensomstandighede te kan verbeeld.

Geykte patrone van prediking word verbreek wanneer nuwe assosiasies tussen die teks en die werklikheid gelê word om ander invalshoeke te ontdek wat beide die prediker en die hoorder se geloofsperspektiewe vernuwe.

GEVOLGTREKKINGS

Kreatiewe prediking is 'n proses

Kreatiewe prediking is beskryf as 'n proses waarin die prediker deur harde werk en die gebruik van hulpmiddels, ou waarhede op nuwe maniere sigbaar maak. In die preekverhale is die nuwe en die buitengewone as hulpmiddels aan die einde van die preekgebeure bygevoeg. Om kreatiewe prediking as proses te beskryf, hou in dat die kreatiewe reeds aan die begin van die preekproses aanwesig moet wees. Wanneer die prediker oor die tema en teks besluit is die kreatiewe proses reeds aan die gang. De Bono (1996) se denke oor kreatiwiteit gee aanleiding tot die idee dat kreatiwiteit in die denkprosesse waar vasgelegde patrone van informasie reeds bestaan en uitgedaag word begin.

In die proses van kreatiewe prediking sou die eerste stap die uitdaging van die bestaande roetine wees. Prediking kan vir die prediker 'n gewoontehandeling word wat volgens die leesrooster of die kerklike jaar voorberei word. Die uitdaging is om die bestaande gewoontes te verbreek sodat nuwe potensiaal ontdek kan word. Die kreatiewe ingesteldheid vereis dat niks in droë roetine sal verval wat uiteindelik tot stagnering kan lei nie. Kreatiewe prediking streef na doelbewuste ontdekking van nuwe alternatiewe sieninge en insigte wat as funksionele verskeidenheid verdere stagnering teëwerk. Kreatiewe prediking daag die prediker uit om grense van die gebruiklike oor te steek en deur middel van kreatiewe waarneming, denke en insig asook beskikbare kuns, tegniek en tegnologie, die verkondiging van die evangelie op 'n nuwe wyse aan te pak en uit te voer.

Die beskrywing van kreatiwiteit as proses impliseer dat dit nie 'n byvoegsel is wat aan die einde van 'n ander proses gebeur nie. Kreatiwiteit as proses hoort verweef te wees met die proses van preekvoorbereiding, wat reeds begin by die keuse van 'n teks en tema en voortgaan deur die hoorder se ontvangs en uitlewing daarvan.

Kreatiewe prediking is stimulerende prediking

Kreatiewe prediking stimuleer die entoesiasme van prediker en hoorder. Die ontdekking van iets nuut en anders is 'n stimulerende gebeure wat die een wat dit ervaar, positief stimuleer tot nuwe denke en dade. Kreatiewe prediking stimuleer die hoorder om die boodskap van die preek op nuwe kreatiewe maniere in eie lewe en bediening van die gemeente te laat realiseer. Hierdie stimulus berus in die feit dat kreatiewe prediking in staat is om dit wat reeds gesê is, op 'n nuwe wyse ter sprake te bring sodat dit 'n verskil maak aan die hede. Kreatiewe prediking is gevolglik iets wat beide deur die ontvangers en beoefenaars daarvan beleef kan word. Die belewenis rus nie net in die briljante aanbieding of die skerp innoverings nie, maar veral ook in die langtermyn gevolge van die prediking. Deur die kreatiwiteit van die prediker en die hoorder word die ruimtes waarbinne die Gees aktief werksaam kan wees, vergroot.

Kreatiewe prediking vertoon eienskappe soos 'nuutheid', 'oorspronklikheid', 'harde werk' en die 'gebruik van hulpmiddels'. Kreatiewe prediking is die resultaat van die doelbewuste toepassing van kreatiwiteit in die preekproses. Dit wek nuwe opwinding vir die boodskap en breek weg uit die groewe van die alledaagse, terwyl die sentrale plek van die evangelie steeds gehandhaaf word. In 'n wyer sin kan die eienskappe van kreatiwiteit op hierdie verstaan van kreatiewe prediking toegepas word om dit te verbreed. Die eienskappe van vlotheid of vloeiendheid van idees, buigsaamheid, oorspronklikheid en uitbreiding kan die prediking as kreatiewe prediking verryk.

Ander eienskappe wat relevant is raak die prediker as persoon. In die verband noem Adair (2007:34 e.v.) eienskappe soos 'nuuskierigheid' en 'waarnemingsvermoëns' wat nie net die bestaande kan sien nie, maar ook dit wat nog onbekend is.

Die teks as basis vir kreatiwiteit

Die teks is die bron van kreatiwiteit en maak van kreatiewe prediking egte Skrifgefundeerde prediking. Kreatiewe prediking word deur die teks, wat ook as basis vir die res van die erediens dien, gedra en gevorm. Die teks dien as stimulus vir die kreatiwiteit van die prediker onder leiding van die Heilige Gees. Kreatiewe prediking dien die gestuurde roeping van die gemeente deur die teks, konteks en lewe met mekaar in gesprek te bring met die oog op die realisering van die evangelie boodskap op 'n nuwe en verrassende wyse. Hierdie 'tot-gesprek-bring' van die verskillende elemente, vereis kreatiwiteit en verbeelding van die prediker waar assosiasies tussen uiteenlopende temas en komponente vereis word.

Article #429 Verbum et Ecclesia

Kreatiewe prediking is verbeeldingryke prediking

Slimmighede, streke en toertjies is deel van 'n spel wat volgens die reëls van die verbruikerskultuur gespeel word wat nie as deel van kreatiewe prediking gereken behoort te word nie. Kreatiewe prediking gaan nie om skouspelagtige of fantastiese visuele uitbeeldings nie, maar om 'n benadering waar daar nuut oor die prediking, met die oog op die realisering van die doelwitte daarvan, gedink en gedroom word. Kreatiewe pogings opsigself is nie die sentrum van die erediens nie. Om kreatief te wees beteken nie dat predikers soos kulkunstenaars, elke week 'n ander 'haas uit die hoed' moet haal nie. Onoordeelkundige kreatiewe pogings kan die gemeente die karakter van die erediens as aanbiddings- en bedieningsmoment skade aandoen.

Kreatiewe prediking gaan eerder om die benutting van die verbeeldingsvermoë van die prediker en die hoorder as bron vir die nuwe ver-*beeld*-ing van die boodskap. Die vorming van denk-beelde en rasionele insig is deel van die kreatiewe proses (vgl. Bohm 1998:41). Die kreatiewe verbeelding is 'n gebeure waarin die nuwe as gedagtebeeld in die gedagtewêreld geskep word. Hierdie gedagtebeelde is die resultaat van die fyn waarneming en vinnige denke in die kreatiewe proses. Gedagtebeelde kan egter nie net in die gedagtes bly waar dit niks meer as dagdromery is nie. Die verbeeldingswêreld moet dus dieper verken en bedink word met die oog op die realisering en die toepassing van nuwe gedagtebeelde binne die huidige werklikheid.

Verbeelding lei na 'n herkenning van die werklikheid (Troeger 1990:28). Hierdie herkenning is nie die gevolg van verbeelding alleen nie, maar wel verbeelding wat deur die Gees aangewakker word, deur die Skrifte georden word, deur homiletiese wysheid verryk word en deur die nood van die wêreld bekragtig word. Eslinger (2002:30) skryf dat beelde in staat is om die werklikheid te *recreate*. Dit impliseer dat die prediker in die herroeping van die werklikheid met 'n empatiese verbeeldingskrag in die prediking teenwoordig moet wees. Die prediker moet sensitief wees vir die soort beelde wat in die gedagtes van lidmate tydens die prediking in herinnering geroep kan word. Dit behoort die lidmaat op verbeeldingryke wyse te begelei om 'n nuwe werklikheid te verbeeld. Die essensie van verbeelding as vermoë om iets te kan sien wat nog nie bestaan of teenwoordig is nie, is die bron van kreatiwiteit. Kreatiewe prediking, as verbeeldingryke prediking, is prediking wat die krag van die herdefiniëring van die werklikheid deur alternatiewe lense kan benut om die ervaring van 'n nuwe realiteit aan te moedig.

SAMEVATTING

Die nood van die prediking is beskryf as 'n gebrek aan kreatiewe prediking. Kreatiwiteit is ontdek as aanleerbare, doelgerigte aktiwiteit wat deur middel van waarneming, denke, insig en verbeelding nuwe onverwagse en betekenisvolle resultate oplewer. Dit is 'n teologies relevante gebeurtenis wat bydra om die preekgebeure daadwerklik te verryk.

Kreatiewe prediking is 'n proses waarin alternatiewe nuwe insigte, wat deur kreatiewe prosesse onthul word, stagnering teëwerk deur uitgedaag te word om betekenisvolle grense oor te steek. Hierdeur word die ruimtes waarin die werking van die Gees plaasvind, vergroot en die onbekende en onsigbare ontsluit om die prediking te verryk.

Kreatiewe prediking is 'n benadering wat nuut dink en droom oor die prediking deur die benutting en ontwikkeling van menslike verbeelding en kreatiewe vermoëns. Hierdie vermoëns se nut strek verder as die prediking en die praktiese teologie. Kreatiwiteit is 'n verryking van die teologie as wetenskaplike geloofsbesinning.

LITERATUURVERWYSINGS

Achtemeier, E., 1980, *Creative preaching. Finding the words*, [Kreatiewe prediking. Om die regte woorde te vind], Abingdon, Nashille.

Adair, J.E., 2007, *The art of creative thinking: How to be innovative and develop great* ideas [Die kuns van kreatiewe denke: Hoe om innoverend te wees en goeie idees te ontwikkel], Kogan Page, London/Philadelphia.

Amabile, T.M., 1996, *Creativity in context* [Die konteks van kreatiwiteit], Westview, Oxford.

Ballard, P. & Couture, P., (eds.) 2001, *Creativity, imagination and criticism: The expressive dimensions in practical theology* [Kreatiwiteit, verbeelding en kritiek. Ekspressiewe dimensies in die praktiese teologie], Cardiff academic press, Cardiff.

Baer, J., 1993, *Creativity and divergent thinking: A task specific approach* [Kreatiwiteit en divergente denke. ´n Taakbepaalde benadering], Lawrence Erlbaum associates publishers, Hillsdale/New Jersey.

Bohm, D., 1998, *On Creativity*. [Kreatiwiteit], Routledge, London/New York.

Buzan, T., 2001, *The power of creative intelligence* [Die krag van kreatiewe intelligensie], Thorsons, London.

Cilliers, J., 1996, *Die uitwissing van God op die kansel*, Lux Verbi, Kaapstad.

Cilliers, J., 1998, *Die uitwysing van God op die* kansel, Lux Verbi, Kaapstad.

Cooper, B.Z. & McClure, J.S., 2003, *Claiming theology in the pulpit* [Teologie op die kansel], Westminster John Knox press, Louisville.

De Bono, E., 1996, *Serious* creativity [Die erns van kreatiwiteit], Harper Collins Business, Londen.

De Klerk, B.J., 2007, 'Preaching hope within a societal context of hunger and affluence' [Hoopvolle prediking binne ´n konteks van armoede en oorvloed], in C.J.A. Vos, L.L. Hogan & J.J. Cilliers (eds.), *Preaching as a language of hope. Studia Homiletica 6*, 177–202.

De Roest, H., 2006, *En de wind steekt op. Kleine ecclesiologie van de hoop* [Die wind steek op. ´n Ekklesiologie van hoop], Meinema, Zoetemeer.

Engemann, W., 2002, 'On man's re-entry into his future. The sermon as a creative act' [Die erediens as kreatiewe handeling. ´n Hertoetrede tot die toekoms], in G. Immink & C. Stark (eds.), *Preaching creating perspective*, Societas Homiletica, Utrecht.

Firet, J., 1987, *Spreken als een leerling* [Praat soos 'n leerling], Kok, Kampen.

Florence, A.C., 2007, 'The preaching imagination' [Verbeeldingryke prediking], in T.G. Long & L.T. Tisdale (eds.), *Teaching preaching as a Christian practise. A new approach to homiletical pedagogy*, pp. 116–133, Westminster John Knox press, Louisville/ London.

Grözinger, A., 2008, *Homiletik* [Homiletiek], Güntersloher Verlag, Gütersloh.

Han, J.H., 1996, 'How does the Holy Spirit enter into preaching?' [Die toetrede van die Heilige Gees tot die prediking], *The living* pulpit, 5(1), 24–25.

Heyns, L.M. & Pieterse, H.J.C., 1990, *Eerste tree in die praktiese teologie*, Gnosis, Pretoria.

Joubert, S. (ed.), 2007, *Die perfekte storm*, CUM, Vereeniging.

Lanser, A., 2007, 'Die lange achtste dag. Creativiteit en theologie'[Kreatiwiteit en teologie], *Praktische theologie. Nederlands tijdschrift voor pastorale wetenschappen*, 34(1), 65–81.

Lemons, G., 2005, 'When the horse drinks: enhancing everyday creativity using elements of improvisation' [Die bevordering van kreatiwiteit deur die aanwending van improvisasiebeginsels], *Creativity Research Journal*, 17(1), 25–36.

Lischer, R., 2005, *The end of words* [Die einde van die woord], Wm.B. Eerdmans, Grand Rapids.

Long, T.G. & Tisdale, L.T. (eds.), 2008, *Teaching preaching as a Christian practise. A new approach to homiletical pedagogy* [Die onderrig van prediking as Christelike praxis. ´n Nuwe benadering tot homiletiese pedagogiek], Westminster John Knox press, Louisville/London.

Neethling, K. & Rutherford, R., 2001, *Creative people can perform miracles* [Kreatiewe mense kan wondere verrig], Carpe Diem, Vanderbijlpark.

Neethling, K., 2004, *Am I clever or am I stupid* [Is ek slim of is ek dom?] Solutionsfinding, Halfway House.

Neethling, K., 2005, *Creativity uncovered* [Die ontdekking van kreatiwiteit], Solutionsfinding, Halfway House.

Niemandt, N., 2007, *Nuwe drome vir nuwe werklikhede*, Lux Verbi. BM., Wellington.

Noller, A., 2002, 'A feminist perspective' [Prediking. ´n Feministiese perspektief], in G. Immink & C. Stark (eds.), *Preaching: Creating perspective*, pp. 95–111, Societas Homiletica, Utrecht.

Pieterse, H.J.C., 2004, *Preaching in a context of poverty* [Prediking in die konteks van armoede], Unisa press, Pretoria.

Pieterse, H.J.C., 2005, 'Hoe kom God aan die woord in die prediking? Die probleem-stelling', *Praktiese Teologie in Suid-Afrika*, 20(1), 77–95.

Pieterse, H.J.C., 2005a, 'Die rol van Godskennis in die ontmoetingsgebeure met God in die prediking', *In die* Skriflig, 39(3), 409−422.

Rossow, F.C., 1983, *Preaching the creative gospel creatively* [Kreatiewe verkondiging van die evangelie], Concordia publishing house, St. Louis.

Runia, K., 2000, 'Preaching and the word of the Holy Spirit. Part 1' [Die prediking en die Heilige Gees. Deel 1], *Reformed theological* review, 59(1), 101–111.

Schweitzer, F., 2001, 'Creativity, imagination and criticism: The expressive dimensions in practical theology' [Kreatiwiteit, verbeelding en kritiek. Die ekspressiewe dimensies van praktiese teologie], in P. Ballard & P. Couture (eds.), *Creativity, imagination and criticism: The expressive dimensions in practical theology*, pp. 3–15, Cardiff academic press, Cardiff.

Senge, P.M., 2006, *The fifth discipline. The art and practice of the learning organization* [Die vyfde dissipline. Die kuns en praktyk van die lerende organisasie], Random House, London.

Skinner, C.P., 1990, 'Creative biblical preaching' [Kreatiewe Bybelse prediking], DTh thesis, Dept. of Practical Theology, University of South Africa, Pretoria.

Stiller, B.C., 2005, *Preaching parables to postmoderns* [Die prediking van gelykenisse aan die postmoderne generasie], Fortress press, Minneapolis.

Torrance, E.P., 1994, *Creativity:Just wanting to know* [Kreatiwiteit. Wat jy nog altyd wou weet], Benedic books, Pretoria.

Troeger, T., 2007, 'Seeing visions and dreaming dreams: The imaginative power of preaching hope' [Om gesigte te sien en drome te droom. Verbeeldingskrag en die verkondiging van hoop], in C.J.A. Vos, L.L. Hogan & J.J. Cilliers (eds.), *Preaching as a language of hope, Studia Homiletica* 6, pp. 59–87, Protea, Pretoria.

Van Dam, G., 2007, 'Creatief schrijven op een oorvolle achtste dag. Over creativiteit in het schrijven van een preek' [Kreatiwiteit en die skrywe van 'n preek te midde van 'n oorvol program], *Praktische theologie. Nederlands tijdschrift voor pastorale* wetenschappen, 34(1), 82–95.

Van Huysteen, J.W., 2006, Alone *in the world? Human uniqueness in science and theology* [Alleen in die wêreld? Menslike uniekheid in wetenskap en teologie], W.B. Eerdmans, Grand Rapids/Cambridge.

Vos, C.J.A., 1996, *Die volheid daarvan. 2. Homiletiek uit 'n hermeneuties-kommunikatiewe perspektief* R.G.N. uitgewers, Pretoria.

Vos, C.J.A, 2005, *Theopoetry of the Psalms* [Die Godsgedigte van die Psalms], Protea Bookhouse, Pretoria.

Vos, C.J.A, 2007, 'Preaching as language of hope' [Prediking as taal van hoop], in C.J.A. Vos, L.L. Hogan & J.J. Cilliers (eds.), *Preaching as a language of hope. Studia Homiletica* 6, pp. 11–28, Protea, Pretoria.

Article #429
Verbum et Ecclesia