

# Stifler Zoltánné: „Semper Refromanda” a digitális kor keretei között német és magyar nyelvterületeken

## Bevezetés

A téma aktualitását mi sem bizonyítja jobban, mint a 2019-ben megjelent koronavírus és annak hatása az egyházak, a gyülekezetek és a közösségek életére. A járvány kihívást jelent az egyház fő tevékenységeit illetően; az istentiszteleti alkalmak, a szentségek kiszolgáltatása és egyéb diakóniai tevékenységek eddig nem ismert formáira kellett szinte egyik napról a másikra nyitottá és naprakésszé válni.<sup>[1]</sup> A legfontosabb változást az istentiszteletek digitális formákra való átállása hozta el.<sup>[2]</sup> Az európai egyházak mellett a magyarországi református közösségek is hamar megértették, hogy a templom látogatásától független a prédikálás alkalma. Ez azonban számos, addig nem ismert, vagy csak nem használt kommunikációs eszközök és médiumok bevonását jelentette.<sup>[3]</sup> „A prédikálás mindig is médiumok által jutott el a hallgatókhoz, illetve a tömegekhez.”<sup>[4]</sup> Az élő beszéd, a levél, majd a 16. századtól kezdve a könyvnyomtatás, a 20. század elejétől pedig felgyorsult tempóban hódított teret magának a médiumok különböző formája: a gramofon, a rádió, a televízió, és az internet.<sup>[5]</sup> Nem újkeletű tehát, hogy az egyház használja és használnia is kell a médiumokat.

## A posztmodern ember és a médiumok hatása az egyházi szolgálatokra

Már egy 2008-as publikációjában Dr. Fodorné Nagy Sarolta többek között arról beszélt, hogy a posztmodern korban az internet nevelő funkcióval bír. Kitért arra, hogy a posztmodern ember kapcsolatai virtuálisak, látszólagosak. A televízió és az internet helyettesítik a mély, bensőséges emberközi kapcsolatokat, miközben azt a benyomást keltik, hogy az ember részese az őt körülvevő világnak. Mindezek a kommunikációs eszközök (paradox módon) teljesen megbénítják az emberi kommunikációt. A posztmodern ember mindig siet, nem részesedik igazán a másik ember életében, és bár magát mindenben informálnak és naprakésznek tartja, leginkább jellemző rá, hogy elmagányosodott és gyakran depresszióval küzd. Fogyasztói társadalmában tökéletesen megvalósítja a „fogyasztói embertípust”, hiszen erre neveli a média, a korszellem és a közvetlen környezete is.<sup>[6]</sup> A posztmodern korban egyre elfogadottabbá válik az a gondolkozásmód, amely szerint nincs objektív igazság. Minden relativizálódik, minden viszonylagossá válik. Ennek következménye többek között az is, hogy olyan alapvető értékek kérdőjeleződtek meg és kerültek a társadalmi együttélés perifériájára, amelyek minden hitvallásos meggyőződés nélkül is eleddig az emberi élet kereteit adták.

Megjelent az úgynevezett „bricolage-” vagy „patchwork” vallásosság, amely teret biztosít arra, hogy ki-ki maga állítsa össze saját spiritualitását.<sup>[7]</sup> Gerhard Schultze német szociológus a posztmodern kor társadalmát élmény-társadalomként jellemzi. Ezzel utal arra a jelenségre, hogy a posztmodern ember az életnek értelmét az élmények milyenségében, intenzitásában értékeli. Ez vezet oda, hogy mindig új élményforrás után nézzen, ezért úgynevezett élményhajsza veszi kezdetét.<sup>[8]</sup> „Az élmény-társadalom korában rendkívül fontos megállapítás, hogy a valóság igazi, és igazán gyönyörködtető észlelése az, amikor a túlnanit vesszük észre az itt és most-ban. Az egyháznak azon kell munkálkodnia, hogy a posztmodern embert ráébressze, hogy az élmény nem cél, hanem a cél felé tartás kísérőjelensége. Aki a cél felé halad, az él át szép élményeket. A hívő ember nem az élményeket, hanem Istent keresi, és közben rátalál a világban, és a saját lelkében is az Isten keze munkájára. Ez tölti el gyönyörűséggel.<sup>[9]</sup>” – mondja Németh Dávid egyetemi oktató, ezzel rámutatva arra, hogy az egyház munkája, szolgálata sosem lehet élmény-evangéliumhirdetés. S hogy ne azzá váljon, nagyon fontos jól és helyesen élni a médiumok adta a lehetőségekkel.

Lovas András Marwa J. Dawn munkájára hivatkozva megállapítja, hogy három fontos szempontot kell figyelembe venni és átgondolni az igehirdetés és a médiumok összefüggésében. Először arra megállapításra jut, hogy a nehezen fogyasztható tartalmak, vagy amelyek nem elementáris hatással bírnak, gyakorta egyáltalán nem ragadják meg az ember figyelmét. Másodszor a közvetített üzenet és a jobb esetben befogadott információ konkrét és tetten érhető változást idéz elő a hallgató, néző életében. Harmadszor arról beszél, hogy a televízió és az internet is a kapcsolatok minőségi romlásához vezet.<sup>[10]</sup> Erre a fontos tényre hívja fel a figyelmet összegzésében Dr. Fodorné Nagy Sarolta is, amikor kritikai vizsgálat alá vonja a „virtuális létezés” jelenséget. Bár tisztában van a jelenkori egyház az egyén kiszolgáltatott helyzetével (a televízió és az internet által a posztmodern ember a mesterségesen készített helyzetekben él, azok szerint gondolkodik, a médiumok célpontja stb.), fontos hogy ő maga is lássa saját helyzetét: csak úgy, mint az egyén, az egyház is ki van téve ugyanezen hatásoknak. Kiemelendő a média jótékony hatása, de ugyanilyen fontos beszélni a káros hatásáról is. Ma már nem kérdés, hogy az egyházi életet mennyiben megkönnyítik a technikai forradalom eredményei.<sup>[11]</sup> Azonban „a média által gerjesztett agressziók, sztárvonzás, a képernyőfüggőség okozta testi deformitások, mentális szegényedés, beszédkultúra hanyatlása mind jelentkezik korunk egyháztagságában, így gyermekeinkben is.”- írja Fodorné Nagy Sarolta.<sup>[12]</sup>

A megújuló egyházak és a médiumok

Az északnyugat-svájci egyetem eredményei

2019. július 4-i tartotta a „Think-Thank” névre keresztelt eseménysorozatát az Északnyugat-svájci Egyetem, amely a svájci református egyház előtt álló digitális kor kihívásaival, lehetőségeivel és fontos kérdéseivel foglalkozott. A következő kérdések kerültek megvitatásra: Meg kell-e újulnia az egyháznak, és ha igen hogyan? Milyen kihívásokkal kell szembenézni és ezek hogyan győzhetők le? Milyen konkrét megoldási javaslatok és ajánlások vannak? Milyen nagy hatása, befolyása van a digitális kornak a gyülekezetre vagy a gyülekezeti közösségre?

A téma megvitatása azzal a megállapítással kezdődött, hogy a svájci református egyház létszámában évről-évre folyamatos csökkenés mérhető. Ahhoz, hogy ez a folyamat lassuljon (a gazdaság nyelvén megfogalmazva) piacképesé és versenyképesé<sup>[13]</sup> kell válnia. Stephan Hagenow és Alex Kurz lelkészek úgy vélik, hogy a református egyháznak folyamatosan meg kell újulnia, de az egyház marketingje és „transzformálása” kihívás elé állítja. A legnagyobb megmérettetést az jelenti, hogy a református egyháznak meg kell őriznie az értékeit úgy, hogy közben halad a korrallal. Meg kell mozdulni az emberek felé és ez a digitális világba való belépést is jelenti. Azonban hangsúlyozza Kurz, hogy a református egyház erőssége az „analóg” kapcsolatokban, a találkozásokban van, és a digitális felületek pusztán alternatívát jelenthetnek.<sup>[14]</sup> Elvi és gyakorlati okok is meghúzódnak annak hátterében, hogy a svájci református egyház nem, vagy még nem volt képes teljesen alkalmazkodni a digitális kor adta lehetőségekhez. Elvi oka többek között az, hogy Isten és az evangélium, így pedig maga az egyház nem válhat árucikké. Míg a neokarizmatikus kiségyházak sokkal agresszívabban mennek előre ezeken a területeken, hiszen megértették (sőt használják), hogy miként működik a „piac”, addig a református egyház próbál a népegyházi keretek között megmaradni. A gyakorlati okok között pedig leginkább a szakértelemhiány áll. Ez egyrészt az erőforrásokat (alkalmazottakat, informatikai infrastruktúrát), másrészt a „know-how”-t (a szükséges tudást) jelenti. A digitalizálás ma nem kérdés a lelkészképzésben. A fiatal teológusok, lelkészek, akik elindulnak ebben a szolgálatban inkább „rendszerstabilizátorok”, semmint újítók.<sup>[15]</sup> Fontosnak tűnik megtalálni a módját annak, hogy hogyan lehet hűnek maradni a református egyház hagyományához és egyben bekapcsolódni a jelenkor vérkeringésébe. Megvalósítandó cél tehát a személyes, „analóg” jelenlétben alapú közösségorientált egyházi élet, de digitális folyamatokkal és kommunikációs csatornákkal a háttérben.<sup>[16]</sup>

## A katolikus egyház lépései

Andreas Büsch a mainzi katolikus egyetem oktatója 2011-es publikációjában azt a megállapítást teszi, hogy a szociális média, mint kommunikációs felület használandó az

egyházak számára.<sup>[17]</sup> E kijelentés mögött nem csak XVI. Benedek 2010-es nyilatkozata áll, amelyben a digitális világ adta lehetőségek megragadására bátorítja egyházát<sup>[18]</sup>, hanem az úgynevezett Web.2.0-ra való átállás is.<sup>[19]</sup> Micaci Christian újságíró, a Nagyváradi Római Katolikus Püspökség referense és médiafelelőse a „Vallásos kommunikáció a közösségi médiában” című publikációjában nagyon pontosan adja elénk, hogy mit is jelent ez:

„A Web 1.0-ról áttértünk a Web 2.0-ra, más szóval az egyéni tartalomalkotásról a közösségi tartalomalkotásra. Ennek a második alkotási formának fő jellemzője a felhasználó által létrehozott tartalom (user generated content). Az egyén annál inkább érzi magáénak a médiatartalmat, minél nagyobb szinten kap rá lehetőséget, hogy részt vegyen a megalkotásában és terjesztésében. A szociális jelenlét elmélet (social presence theory) szerint a médiaeszközök társadalmi hatásának szintjei abban különböznek egymástól, hogy mennyi emberi érzéket tudnak egyszerre megcélozni és igénybe venni. Ugyanakkor az eszköz társadalmi hatásszintje függ az intimitástól (személyes vagy tömegkommunikáció) és a közvetlenségtől (azonnali vagy időzített kommunikáció, más szóval szinkron vagy aszinkron). Egyértelművé válik, hogy egy eszköznek a társadalmi hatásszintje egyenes arányban van a társadalmi jelenlét szintjével. Ez az elmélet is alátámasztja és megerősíti a társadalmi média hatékonyságát.”<sup>[20]</sup>

Micaci abban látja egyháza lehetőségét, hogy ragaszkodjon és alkalmazkodjon azokhoz a médiafogyasztási modellekhez, amelyeket a társadalom és saját hívei körében tapasztal.<sup>[21]</sup> Bognár Bulcsú szociológus, a Pázmány Péter Katolikus Egyetem docense a tömegmédiá hármas dimenziójáról és annak hatásáról ír. Megfogalmazza, hogy tömegmédiá mindhárom dimenziója (tárgyi, idő, társadalmi) erősen szelekciós hatással bírnak, éppen ezért nem kedveznek a vallási tartalmú információk megjelenítésének. Az Evangélium egyedi, egyszeri és általános érvényességű, változatlan üzenete áll a középpontban, vagyis olyan információ, amely a tömegmédiá szelekciós folyamatában nem rendelkezik hírértékkel.<sup>[22]</sup>

A tömegmédiá működési elvei tehát kétségtelenül szűk keretet adnak az egyházi kommunikáció sikerességének a média rendszerén belül. Mindezek a jellemzők azonban egyáltalán nem zárják ki, hogy az egyházi kommunikáció a megfogalmazott üzenetet az emberekhez eljuttathassa. Sőt, a tömegmédiá sajátos racionalitása olyan jegyekkel rendelkezik, amelyek áttételesen változatlanul komoly lehetőséget kínálnak a vallási üzenet számára a modernitás alapvetően megváltozott viszonyai között is.

- mondja Bognár.

## A Magyarországi Református Egyház és a médiumok

Ahogy a fenti példák is mutatják, ma már nem kérdés, hogy az egyháznak feladata a médiaplatformok lehetőségeivel való élés. A kérdés ott válik nehezzé, hogy hogyan tudja ezt úgy megtenni, hogy közben nem sérül az az üzenet, amelyet kommunikálni, megosztani kíván. A református közösségek, ahogy a svájci példa is mutatja, küzdenek ezzel. Talán az első és egyben legnehezebb feladat az, hogy saját kereteinken kell túllépni. „A »reformáció egyházának « nevezzük magunkat, vagyis az átalakulás és az újjászerveződés egyházának, úgy tűnik azonban, hogy semmitől nem tartunk annyira, mint hogy az egyházunk átalakuljon és újjászerveződjön. [...] Megdöböntően konzervatív egyházzá váltunk, ami a külső formákat illeti.”<sup>[23]</sup> – mondja Douglass.

A Magyarországi Református Egyház egyházi törvényében a következőket fogalmazza meg:

Az egyház tájékoztatási szolgálatának feladata Isten igei üzenetének közvetítése, hiteles tájékoztatás hitünk tartalmáról, egyházunk életéről és szolgálatáról. Feladata a református egyházon belüli kapcsolattartás, az információhoz jutás és az információadás biztosítása, továbbá, hogy egyházunkon kívülre is eljuttassa a református egyház véleményét a világban történő eseményekről, eszmékről, társadalmi folyamatokról.<sup>[24]</sup>

Vitán felül áll tehát, hogy az egyház élni kíván a lehetőségekkel.

Napjainkban a média szerepe kiemelkedő. Az egyház is ráébredt arra, hogy ez a leghatékonyabb terület számára, hogy a figyelem középpontjába kerüljön. Az egyház életéről, eseményeiről a legtöbb ember a médiumok közvetítése által tájékozódik. A kompetens tájékoztatás ezért az egyház feladata. A médiumok uralta világban csak a médiumokban való jelenlét által lehet ezt megtenni. Az élő közvetítések a médiumplatformok által sok kérdést hoznak magukkal: mennyiben vész el a valódi átélése az istentiszteleti alkalomnak, ha egy képernyő előtt ülve vagyunk részesei az istentiszteletnek? Az biztosnak mondható, hogy az intimitás sérül. Felmerül az a kérdés is, hogy mennyire válik „előadásszagúvá” egy kamerával rögzített istentisztelet. Nem lesz színésszé a szolgálattelvő, és a gyülekezet? És nem lesz színházzá (vagy ahogyan Szabó Lajos fogalmazza stúdióvá) a templom? A képernyőn átadott üzenet akkor válik „sikeressé”, ha a prédikáció, a hallott Ige életélménnyé válik, befolyásoló hatással lesz a hallgató életében. Megvalósulhat-e ez? <sup>[25]</sup>

Hatalmas kiterjedésű lett az egyházak belső és külső kommunikációja. Ma már nem

lehet kérdés, hogy a média a legszélesebb rétegeket éri el az evangélium közvetítésével és az egyházi híradásnak is a leghatékonyabb és egyben leggyorsabb eszköze. A kommunikációs formák fejlesztése nem elhanyagolható mellékkérdés, hanem döntő az egyház élete szempontjából. A médiumok szakszerű megismerése is alapvető feladat, de a velük való élés szabályainak teológiai vizsgálata ma már nem kerülhető meg.<sup>[26]</sup>

## Összegzés

A fenti megállapításokat figyelembe véve látható, hogy talán sosem volt annyira fontos, mint napjainkban, hogy egyre többet, egyre mélyebben foglalkozzunk az egyház és a médiumok kapcsolatával, a médiumok nyújtotta kommunikációs lehetőségekkel komoly, teológiai és egyben kritikai vizsgálatok alá vonva. A legszebb feladat, amit Krisztus egyháza kapott, hogy hirdetheti az örömhírt, az evangéliumot, de ezt oly módon kell tennie, hogy annak szentsége, „gyöngy” volta ne értéktelenedjen el. Akár svájci testvéregyházunkra gondolunk, akár a katolikus egyház törekvéseit figyeljük meg, vagy a Magyarországi Református Egyház álláspontját vizsgáljuk, láthatjuk, hogy egyértelmű bizalom még mindig nincsen a médiumok használhatóságát illetően. Ennek oka (egyre inkább ez világlik ki), hogy nincsen megfelelő erőforrása az egyháznak ahhoz, hogy ezeket a felületeket úgy tudja használni, hogy az átadni kívánt üzenet ne sérüljön. Érezhető tehát, hogy a közeljövőben a lelkész-, hitoktató-, vagy gyülekezeti munkatárs képzéseken ezekre is kell lehetőséget biztosítani. A már szolgálatban lévők esetében pedig továbbképzések formájában lehetőséget kell biztosítani arra, hogy tanulhassanak, képezhessék magukat. Szükséges, fontos élnünk és használnunk a médiaplatformokat, de felelősséggel, szakértelemmel, és Szentlélek bölcsességével.

## Bibliográfia

### Irodalom

Douglass, Klaus: Az új reformáció. Ford. Szabó Csaba. Budapest: Kálvin Kiadó, 2002

Elek, Noémi: A Tiszántúli Református Egyház társadalmi kommunikációja a 21. század elején – szakdolgozat, Debreceni Egyetem BTK, Debrecen, 2019.

Literáty, Zoltán: Prédikáció az online térben, in Igehirdetők kézikönyve, szerk. Fekete K. Steinbach J. Literáty Z. Budapest, Kálvin Kiadó 2021.

Lovas, András: AZ életmód és életforma in: Igehirdetők kézikönyve, szerk. Fekete K. Steinbach J. Literáty Z. Budapest, Kálvin Kiadó 2021.

Németh, Dávid.: Pasztorálintropológia I. Budapes, L'Harmattan, 2012.

Szabó, Lajos: Alapozó ismeretek a gyakorlati teológiában. Budapest: Luther Kiadó, 2004.

#### Internetes források

Bognár, Bulcsú: Vallás, egyház és a média kapcsolata, in Vigilia 78.évfolyam, 2008. online: [https://vigilia.hu/pdfs/Vigilia\\_2008\\_09\\_facsimile.pdf#page=15](https://vigilia.hu/pdfs/Vigilia_2008_09_facsimile.pdf#page=15)

Büsch, Andreas: Das Soziale Netz...in Communicatio Socialis (2011) online: <https://www.researchgate.net/publication/313283055>

Fodorné, Nagy Sarolta: Igehirdetés a posztmodern korban - szószéken és katedrán in:Szolgatárs 18.évf. 3.sz.. 2008.

online:

[http://www.epa.hu/03500/03556/00013/pdf/EPA03556\\_szolgatars\\_2008\\_03\\_020-026.pdf](http://www.epa.hu/03500/03556/00013/pdf/EPA03556_szolgatars_2008_03_020-026.pdf)

Micaci, Cristian: Vallásos kommunikáció a közösségi médiában, 2014. online: <https://keresztenszo.verbumkiado.ro/archivum/2014/majus/3.html>

Monjencs, Ingrid: GEKE focus, „Egyházak együtt a járványban” - protestáns nézőpontok, 2021. online: [https://reformatus.hu/documents/1013/HU\\_GEKE\\_focus\\_29\\_FIN.pdf](https://reformatus.hu/documents/1013/HU_GEKE_focus_29_FIN.pdf)

Marc K. Peter, Corin Kraft, Thomas Josi: Die reformierte Kirche im digitalen Zeitalter 2019, in Fachhochschule Nordwestweitz online: <https://digitale-transformation-artikel.ch/wp-content/uploads/2020/07/FHNW-Think-Tank-2019-09-Kirchentransformation.pdf>

#### Hivatkozások

1. Ingrid Monjencs: Geke focus, „Egyházak együtt a járványban” - protestáns nézőpontok, 2021, 8. ([https://reformatus.hu/documents/1013/HU\\_GEKE\\_focus\\_29\\_FIN.pdf](https://reformatus.hu/documents/1013/HU_GEKE_focus_29_FIN.pdf) utolsó letöltés 2022.02.23.) ↑
2. Uo.12. ↑

3. Literáty Zoltán: Prédikáció az online térben, in Fekete K. Steinbach J. Literáty Z (szerk.): Igehirdetők kézikönyve Budapest, Kálvin Kiadó 2021, 539-540. ↑
4. Uo.541. ↑
5. Ua. ↑
6. Fodorné Nagy Sarolta: Igehirdetés a posztmodern korban – szószéken és katedrán in: Szolgatárs 18.évf. 3.sz.. 2008.  
([http://www.epa.hu/03500/03556/00013/pdf/EPA03556\\_szolgatars\\_2008\\_03\\_020-026.pdf](http://www.epa.hu/03500/03556/00013/pdf/EPA03556_szolgatars_2008_03_020-026.pdf) utolsó letöltés: 2022. 01. 22.20-22.) ↑
7. Lovas András: Az életmód és életforma változásának kihívásai, in Fekete K. Steinbach J. Literáty Z (szerk.): Igehirdetők kézikönyve Budapest, Kálvin Kiadó 2021, 557-559. ↑
8. Németh Dávid: Pasztorálintropológia I. Budapest, L'Harmattan, 2012, 134-135. ↑
9. Uo.138. ↑
10. Lovasi: Az életmód és életforma, 558-559. ↑
11. Fodorné Nagy: Igehirdetés a posztmodern korban 26. ↑
12. Ua. ↑
13. versenyképes: ezt arra érti, hogy a kisebb, karizmatikus egyházak (lásd püNKöSDi egyház) mennyivel könnyebben tud alkalmazkodni a digitalizált világhoz ↑
14. Marc K. Peter, Corin Kraft, Thomas Josi: Die reformierte Kirche im digitalen Zeitalter in Fachhochschule Nordwestschweitz 2019, 2-3. (<https://digitale-transformation-artikel.ch/wp-content/uploads/2020/07/FHNW-Think-Tank-2019-09-Kirchentransformation.pdf> utolsó letöltés: 2022.02.23.) ↑
15. Uo.6. ↑
16. Uo.7. ↑
17. Andreas Büsch: Das Soziale Netz als Kommunikationsplaform in Communicatio Socialis 2011, 5. (<https://www.researchgate.net/publication/313283055> utolsó letöltés: 2022.02.23.) ↑
18. a magyar fordítás itt olvasható: <https://regi.katolikus.hu/cikk.php?h=1485> ↑
19. Andreas Büsch: Das Soziale Netz 5-6. ↑
20. Micaci Cristian: Vallásos kommunikáció  
(<https://keresztenszo.verbumkiado.ro/archivum/2014/majus/3.html> utolsó letöltés: 2022. 02. 23.) ↑
21. Ua. ↑
22. Bognár Bulcsú: Vallás, egyház és a média kapcsolata, in Vigilia 78.évf. 2008/9 658-660.  
([https://vigilia.hu/pdfs/Vigilia\\_2008\\_09\\_facsimile.pdf#page=15](https://vigilia.hu/pdfs/Vigilia_2008_09_facsimile.pdf#page=15) utolsó letöltés: 2022.02.23.) ↑
23. Klaus Douglass: Az új reformáció. Ford. Szabó Csaba. Budapest: Kálvin Kiadó 2002, 62.o. ↑
24. 2005. ÉVI III. TÖRVÉNY A Magyarországi Református Egyház tájékoztatási szolgálatáról 1 §.  
([http://regi.reformatus.hu/data/documents/2014/03/12/2005\\_evi\\_III\\_tv\\_TAJEKOZTATAS.pdf](http://regi.reformatus.hu/data/documents/2014/03/12/2005_evi_III_tv_TAJEKOZTATAS.pdf) utolsó letöltés: 2022. 02. 23.) ↑

25. Elek Noémi: A Tiszántúli Református egyház társadalmi kommunikációja a 21. század elején, kézirat 2019, 9. ↑
26. Szabó Lajos: Alapozó ismeretek a gyakorlati teológiában, Budapest Luther Kiadó (2004.) 22. ↑