Szabó Lajos

A liturgia, az egyházi rítusok, a szimbolikus funkciók és a tömegkommunikáció kapcsolata

Az egyházak és a média kapcsolatát elemzi a dolgozat, egyházi, illetve gyakorlati teológiai nézőpontból. Az utóbbi években megnőtt a média szerepe az egyház kommunikációjában. Ma már nem csupán eszköz az egyházi élet mindennapjaiban, hanem olyan új érintkezési forma, amelyen keresztül létrejöhet a találkozás az isteni és az emberi, a most és az eljövendő között. Mit kell tenniük az egyházaknak azért, hogy nagyobb érdeklődést tudjanak generálni környezetükben az általuk képviselt és közvetített tartalom iránt? Hogyan nyilatkozhat meg Isten titka a különféle kommunikációs csatornák közvetítésében? Mit jelent a modern kor virtuális gyülekezete? Mennyire válik átélhetővé az istenélmény a médiában megjelenő vallási műsorok közvetítésében? A témában megjelent kommunikációtudományi és teológiai irodalom segítségével azt kutatja a dolgozat, hogy a médián át mi juthat el a nézőhöz és mi nem, az egyházi cselekményekből. A misztériumot, a titkot, a szenttel való találkozást, még ha csupán töredékesen is, csak a közvetített kép egyszerűsége, tisztasága és alázata viheti tovább.

Találkozás a vallásos adásokkal

A rádióban vagy a televízióban közvetített istentiszteletek után keresztény közösségek összejövetelein gyakran hallunk ilyen megnyilvánulásokat: „csodálatos volt!", „olyan jó volt látni", „mintha mi is ott lettünk volna a templomban ezen a délelőttön", „mélyen megérintett", „egészen más volt, mint amit vasárnaponként átélhetünk a mi helyi templomunkban".
És ilyeneket: „Ez nem az igazi! Borzasztó nézni az oltárt, a szent helyet vagy az embereket, ahogy kimennek úrvacsorát venni az oltárhoz. A legszemélyesebb, az intim kerül a kamerák elé, kell ez?" „Ez nem az igazi istentisztelet, megrendezett műként hatott rám, elveszítette a természetességét így minden…"

Meg ilyeneket: „Zavar, amikor imádság közben látom az arcokat közelről." „Hiteles volt az áhítatos, elmélyült arcokkal." „Milyen jók voltak a prédikáció alatti vágóképek!" „Közben képeket mutogatnak? Ez már nem is istentisztelet volt, hanem valami show-műsor."

Ezek a megnyilatkozások csak töredékei a lehetségeseknek. Olyan emberek véleményei közül valók, akik nem kapcsolják ki azonnal a készüléket, ha egy-egy istentisztelet közvetítése – vagy általában „vallásos műsor" – következik televízióban, rádióban. Ott maradnak a készülék előtt, amikor képernyőre kerül a vallásos műsorra történő félreérthetetlen jelzés a magyar közszolgálati televízióban. Ünnepélyes, emelkedett ez a jelzés – felirat és hanghordozás egyaránt –, jelzi, hogy valami sajátos, más közeg kap most szót.

Érdemes ezt összehasonlítani az egyik német közszolgálati televízió, a ZDF felfogásával. Itt minden vasárnap azonos időpontban kezdődik az istentisztelet-közvetítés. Előtte egy 30 másodperces, pozitív életérzést sugárzó, vidám és magával ragadó bejátszás jelzi a vallási műsor közeledtét. A német verzióban fiatalok és idősebbek, egymásra néző és egymás kezét fogó emberek igyekeznek egy közös cél felé. Abszolút mai a kép és a hanganyag. Ügyes, igényes a kompozíció. Nem indulunk speciális, „másik" világba. A bejátszás nyitott és hívogató, közvetlen és barátságos. A Magyar Televízió vallási műsorainak felvezetése egy önmagában üres, rideg, bár ünnepélyes felirat, a német beharangozó alapjaiban szintén semleges helyzetű, de minden szempontból nyitott és vonzó képsor.

Valószínű, hogy Magyarországon a legtöbben olyanok nézik a vallási szerkesztőségek műsorait, akik már valamilyen, a gyakorlati életet is érintő kapcsolatban állnak egy vallási közösség életével. Ez lehet akár egyetlen átélt egyházi esemény a családban vagy egy templomi alkalom. Hiszen nagyon nagy azoknak a száma a magyar társadalomban, akik nem túl szorosan, de azért szimpátiával viseltetnek az egyházak iránt. Alkalmanként kapcsolódnak csak az

egyházi élethez, főként ünnepek vagy családi események alkalmával. A legaktívabb, „bennfentes", gyakorló egyháztagok azért is nézik és hallgatják ezeket a műsorokat, hogy többletinformációhoz jussanak, és legyen alapjuk összehasonlítani a különböző múltú, jelenlegi gyakorlatukban pedig nagyon eltérő hívő közösségek alkalmait, eseményeit. Miben tér el a másik felekezet rítusa? Miben más a prédikáció ott, mint nálunk? Mitől vonzóbb az a közösség, mint a mienk? Időszerűbb-e, aktuálisabb-e, vagy sokkal inkább őrzi a régi hagyományokat és liturgiai formákat, mint az, ahova tartozom? Az ökumenikus érdeklődés számára is jó lehetőség az, ahogyan a különböző felekezetek és közösségek műsorai elérhetőek napjainkban.[1]

Egy kisebb fogyasztói kör, de egyáltalán nem elhanyagolható réteg azokból tevődik össze, akik aktív, nyilvános vallási kötődés nélkül, de belső lelki igénnyel keresik a spirituális tartalmat és formát az ilyen jellegű műsorokban. Szinte minden vallásos jellegű műsort megnéznek. Igényelnek egy héten legalább egy napot lelki tartalommal és formával.

Nagy mozgató ereje van az így megnyilvánuló, vallás utáni vágynak. Vannak emberek, akik alapvetően szeretnek találkozni a lelki tartalmakkal, anélkül, hogy konkrét kötődéssel kapcsolódnának egy felekezethez. Ez a réteg előszeretettel keresi a média által közvetített vallásos tartalmat. Nem a vallási előismeretek motiválják, hanem egy, az emberi lélek mélyéről feltörő belső vágy az anyagi, fizikai világon túli értékek után. A másféle hangot és a másféle valóságot keresi így. Legalábbis azt reméli, ezt a mindennapin túli hangot találja meg a vallási adásokon keresztül. Különösen a kultuszi események képernyőre kerülése izgalmas ebből a megközelítésből. Nagy elvárással fordul ezek felé a műsorok felé az, aki a különlegeset, az egészen mást szeretné megtapasztalni a média eszköze által. Így bárki számára elérhetővé válik a vallásos ember által féltettként kezelt érték. Sokan élnek is ezzel, hiszen egyáltalán nem mondható alacsonynak a vallási műsorok, különösen a szent cselekmények és istentiszteletek közvetítésének nézettsége.

Mit érhet el egy istentisztelet közvetítése?

Megdöbbentő élményem volt, amikor a napokban egy felnőtt férfi beszélt arról, hogy számára az élet legnehezebb helyzeteiben milyen fontos a fizikai részvétel és jelenlét az élő szertartáson, a templomban. Csak így képes arra, hogy erőt és energiát merítsen a szertartásból súlyos betegséggel küzdő felesége ápolásához. Ezt az Istennel való templomi találkozást, a templomtér valóságát nem tudja pótolni semmi. Neki mindenképpen meg kell érkeznie ide ahhoz, hogy az átélés mélységét megtalálja. Úgy gondolja, beteg feleségének bizonyára nagy erőt ad a televízió által sugárzott istentisztelet is, de neki csak itt, a templom légterében teljes a találkozás, ezt ő képtelen nélkülözni. A vasárnap lelki energiája csak így éri el az életét. Ezt nem lehet mással pótolni! – fejezte be mondatait.

Ez a beszélgetés érlelte meg bennem a kérdést: egyáltalán mit is érhet el egy istentisztelet közvetítése? Mit nyújthat a vallást gyakorló ember számára a televízió és a rádió akkor, amikor a szent cselekményeket sugározza, továbbítja? Hogyan lehet jelen a szent, a szentségi tartalom ebben a folyamatban?

A szent megközelíthetőségének a határa egészen más a képernyőn, mint a konkrét szakrális térben. A *kinyilatkoztatott* és a *titok* egyaránt hozzátartozik a keresztény rítushoz. Hihetetlen mélységet is átélhet valaki a virtuális térben, de maradhat minden a felszínen, a felületen is. A misztérium azonban mindenképpen titok marad, ahogyan ez alapvetően hozzátartozik a keresztény üzenet kommunikációjához. A végidőre vonatkoztatott üzenet őrzése is az egyházra bízatott kincs és küldetés. A *most* és az *eljövendő* is. A mai és az egykor érkező is.

Így speciális kettőssége van a keresztény üzenet mozgásának a médiában, ahogyan magának a médiának is megvan ez a kettőssége:

> „A tömegmédia kettős mozgása nem különbözik Isten és ember megmutatkozása kettősként észlelt tapasztalatától: megnyilatkozik és fenntart.
>
> A média híreket fog, osztályoz, minősít, majd közöl, illetve elhallgatja azokat – saját gyehennájára küldve őket. Ebben a kettős mozgásban éli életét a bűnében megsebzett ember, aki a médiát működteti.

1 A vallási műsorok nézettségéről, nézői összetételéről lásd: http://www.mediamixonline.hu/index.php?pg=news_15_76, http://www.vigilia.hu/1998/9/9809hor.html és www.origo.hu/teve/20080801-vallasi-musorok-a-teveben.html (utolsó letöltés: 2010. július 15.).

> A kereszténység megnyilvánulásai, legyenek azok a média világában megszólalóak, szintén nem mondhatnak le erről a kettős mozgásról: a kimondás és az elhallgatás egyidejűségéről. Elhallgatásuk azonban inkább fenntartás, mintsem megtartás. Nem tartja meg, hanem a fenntartásban nyilatkoztatja meg a titkot, a jó hírt. E titok nem azonos a titok őrzőjével – Isten nem az egyház, de az egyház Isten titkát őrzi.
>
> E titok »kinyilvánítása« és tiszteletben tartása (fenntartása) adhatná a keresztény (egyházias) ember (média)megnyilvánulásainak erejét is. Kimondhatná, amit lehet, és paradox módon akár képpel, szóval, filmmel beszédesen hallgatna arról, ami már most is az övé. Üdvösség és ítélet alatt vagyunk – ennek a fenntartásnak, ennek az eszkatológikus fenntartásnak előterében játszódik a média-játék is" (Lázár Kovács, 2008: 662).

Ahogyan a reformátori teológia egyik alapvető gondolata az, hogy egyszerre vagyunk megigazultak és bűnösök, ennek az állapotnak a megmutatása játszódik le a képernyőre vitt keresztény istentiszteletek alkalmával is. Erre a tevékenységre is igaz az, hogy a teljesség igénye nélküli, a töredékes az, ami kikerül a kezünkből. De amerre mutat, és ahová vezetni szeretne, az a távoli és a teljes.

Az istentiszteleti kommunikáció abban az értelemben is kettős, hogy benne, hitvallásos meggyőződésünk szerint, egyrészt Isten kommunikációja folyik az emberrel, az emberért. Másrészt pedig az emberek kommunikációja teljesedik ki a dicsőítésben, a hálaadásban, a kérésben, a megérkezésben és az egymással való közösségben.

Nehéz lenne határozottan megállapítani, hogy mit érhet el egy közvetített rítus vagy istentisztelet. Nagyon széles skálán mozog a hatása, hiszen az függ a néző lelkiállapotától, pillanatnyi élethelyzetétől, a közvetített alkalom spirituális erejétől, teológiai mondanivalójától, tartalmától és kommunikációs technikáitól.

Teológiai megközelítésben: Isten titka megnyilatkozhat a legkülönbözőbb formákban, és a kommunikációja elérheti az embert a legmodernebb eszközön keresztül épp úgy, mint a leghagyományosabb úton. Persze az ember által embernek kimondott élő szó jelentőségét, amiről szól az egész Szentírás, ez nem veszélyezteti. De figyelemre méltó módon nőtt meg a média szerepe az egyház kommunikációjában. Semmiképpen sem elég ezt csupán technikának tekinteni. Működésében és működtetésében jóval több ennél. Ezért sem pusztán eszköz a média az egyházi élet mindennapjaiban, hanem olyan érintkezési forma, amelyen keresztül ma talán még mindig nem eléggé felbecsült hatásfokkal jön létre találkozás az isteni és az emberi, a kinyilatkoztatott tartalom és a titok, a mostani és az eljövendő között, töredékesen bár, de a teljesre mutatva.

A keresztény üzenet helyzete a médiában

A kereszténység számára az egyik legnagyobb kihívás napjainkban az, hogy miként tudja megtalálni azt a hangot és képet, amellyel eredményesebben kommunikálhat mai környezetében. Odakerül-e a keresztény tartalom a ma élő emberek mindennapi életébe, vagy néhányaknak szóló, exkluzív tartalom marad, valahonnan a múlt ködéből? Esetleg megszólal ugyan, de nagyon távol marad a napi reális kommunikációs területtől? A médiumok bátor használata vagy a tőlük való idegenkedés, esetleg a gyanakvó óvatosság nagyon komoly gyakorlati teológiai kérdéseket vet fel ma számunkra. Az emberek elérésének esélye a modern médiumokon keresztül vagy a hagyományos kommunikációval történő megközelítés ma már nem említhető egy napon.

Veszélyes lehet ez a mai helyzet abban az értelemben, hogy „a XXI. században már nem az ember lelkéért folyik a küzdelem, csupán a lojalitásáért" – ahogyan Harcsa Béla megállapítja egy tanulmányában, amelyben ennek a legújabb kori lojalitáspiacnak az állapotát elemzi (Harcsa, 2004: 77kk).

A mai, média által meghatározott közvéleményben pedig uralkodnak az új, profán mítoszok. A társadalom és a média új rítusainak állandó küzdelme zajlik a nap döntő részében a képernyőn, és sokan ezen keresztül élik át és értelmezik a társadalom morális kérdéseit, problémáit. Ezzel a jelenséggel nem versenyképes a vallási program, de a távolmaradása vagy jelenlétének csökkenése nagymértékben hozzájárulhat a nyilvánvaló értékvesztési folyamat növekedéséhez.

Komoly hatékonyságú lehet a médiumok szüntelenül megújuló világa a keresztény üzenet továbbítása szempontjából. Ennek figyelembe vétele nélkül ma nem tölthető be az egyház küldetésének missziói, segítői, kísérői, tanítói vagy pásztori funkciója. Nem véletlen, hogy XVI. Benedek pápa éppen ezzel a témával fordul felhívásában a papokhoz, és 2010-ben a tömegtájékoztatási világnap témája sem más, mint „A pap a digitális világban: az új médiumok Isten szolgálatában". A pápa kérése konkrétan az, hogy a papok úgy tekintsenek az új médiafajtákra, mint lehetséges erőforrásokra Isten szavának terjesztéséhez. Azzal biztatja őket, hogy bátran nézzenek szembe a digitális kultúrában rejlő kihívásokkal. Eszerint az új médiumok, ha használatuk a technológiában és a kommunikációban jártas szakemberek segítségével történik, hatékony eszközök lehetnek a papok és a lelkipásztori munkatársak kezében az evangelizáláshoz és a közösségteremtéshez. Segítségükkel hozhatók létre az evangélium átadásának valóban új formái (Mértékadó, 2009: 3).

Hasonlóan fontos megállapítást tartalmaznak és egy új korszak nyitányának tekinthetők Wolfgang Huber német evangélikus püspök mondatai, amelyekkel az új évezred elején nagyon határozottan a médiumok fontosságára utalt:

> „Az egyház dolgairól a legtöbb ember a médiumok közvetítésével tájékozódik. A céltudatos és kompetens tájékoztatás ezért az egyház fő feladatai közé tartozik. Alapot ad ahhoz, hogy az emberek egyáltalán tudomásul vegyék az egyház létezését, a médiumok uralta társadalomban csak a médiumokban való jelenlét révén lehet teremteni. Az egyháztagság gondozása lehetetlen a megfelelő egyházi publicisztika nélkül" (Huber, 2002: 220–221).

A keresztény üzenet közvetítése elképzelhetetlen a modern médiumok használata nélkül. Az egyházban is egyetértés alakul ki abban, hogy a médiában való egyházi jelenlétnek egy magasabb és hatékonyabb fokára kell fejlődni ahhoz, hogy a modern kornak megfelelő misszió és evangelizáció természetesen legyen jelen a médiumokban. Ez az információadáson túl egyértelműen vonatkozik arra, hogy a szent cselekmények, rítusok és alkalmak sugárzása létkérdés. Ennek mennyiségi és minőségi megvalósítása elsődleges munkaterület az egyházi élet megújulása szempontjából. Egy modern egyház csak ezekkel az eszközökkel élhet tovább, ahogyan a történelem korábbi időszakában is a kommunikáció fejlődése gyorsan alakította az egyház kommunikációs magatartását.

A virtuális közösség szerepének fontossága – a láthatatlan gyülekezet

Számomra újra és újra nyilvánvalóvá válik, hogy az istentisztelet-közvetítések nézői nagy számban a legváratlanabb háttérből kerülnek ki. A saját személyes tapasztalataim alapján is mondhatom, hogy a nem templomos, a magát nyilvánosan nem hívőként meghatározó, semleges emberek közül sokan ülnek oda rendszeresen a képernyő elé istentiszteletet nézni, mégpedig kereső, érdeklődő és alapvetően kíváncsi mentalitással. Érdeklődő gyülekezetet alkotnak így. Sokszor épp tőlük lehet meghallani az elfogulatlan kortársi kritikát az adásokkal kapcsolatosan. Az általuk megfogalmazott értékelés lehetne az egyik legnagyobb mozgatóerő és fejlődésre indító faktor a műsorok számára.

Meglepő, hogy – ellentétben a sok egyéni véleménnyel – milyen kevés kritikát vagy véleményt lehet olvasni az istentisztelet-közvetítésekkel kapcsolatban. Valószínűleg jót tenne az egyházi adások felelőseinek és maguknak az alkalmon megszólalóknak is, ha több reflexió jelenne meg, és ezáltal a külső, bizonyos értelemben távoli hallgatói és nézői véleményekről, a tulajdonképpeni fogadtatásról tudomást szerezhetnének. A ritka külső hivatkozások sorában érdemes megemlíteni György Péter kritikáját (György, 2009). Az írás nagyító alá veszi az egyházi műsorok kommunikációs eszközeit, célkitűzését csakúgy, mint a témaválasztást és a célközönség kérdését. Olyan problémákat tehát, amelyek döntő fontosságúak a vallási műsorok készítése szempontjából, és amelyek kapcsán nem nélkülözhető a visszajelzés. Az egyházi műsor sem maradhat egyirányú, szüksége van reflexióra, a kétirányú közlekedésre. Erre sok, egész Európát lefedő egyházi adó nyújt ma jó példát (ilyen például a német Bibel TV).

Mégis, ha elkezdjük elemezni a fent említett, nem feltétlen egyházias nézői réteget, akkor meg tudjuk állapítani, hogy ahány hallgató vagy néző, annyi eltérő fogadtatása lehetséges egy istentiszteletnek, a templominak is, de a

tömegkommunikációs eszközökön keresztül érkezőnek különösen. Bárki válhat egy televíziós istentisztelet nézőjévé úgy, hogy nem kerül a nyilvánosságra e vallás iránti érdeklődése. A gyülekezeti közösség fizikai jelenlétének kizárását biztosítja ez a helyzet. Anonimitásban lehet közeledni, érdeklődni. Sokan amiatt nézik a sugárzott istentiszteleteket, mert az az otthonukba, a belső szoba intim világába érkezik meg. Ugyanezt nyilvános formában, a környezetük tudtával nem szeretnék megélni. Ne feledjük, hogy Magyarországon az egyházakat elnyomorító négy évtized alatt rögzült ez a félelem, s időközben sokak számára szokássá vált. Ma nem a külső nyomás okán, inkább belső igény miatt döntenek úgy, hogy istenhitük vagy annak megélése teljesen magánügy, nem tartozik másra. Sokak számára zavaró vagy nehezen tolerálható az egyházak látható életformája, vagy a különböző módon megjelenő aktivitása a közéletben, a politikában. E csoport minden tagjáról azonban nem mondható el, hogy nem szívesen kíséri figyelemmel az istentiszteletek, liturgikus események közvetítését.

Ebben az értelemben beszélhetünk akár egy olyan *láthatatlan közösségről* is, amely minden különösebb struktúra nélkül egy virtuális egyházi közösségként él a rádió és a képernyő körül. A neki megfelelő, a számára leginkább elfogadott felekezet vagy közösség műsorához kötődik, és ezzel oda is kapcsolódik azokhoz, akik ugyanígy választják ki a sok felkínált lehetőség közül éppen ezt az adást. Nem követi a hagyományt, a keresztelési hovatartozást, nem eszerint választ, hanem az aktuális érdeklődése szerint. Ilyen szempontból önmagukban is vonzóak tudnak lenni a konkrét témával meghirdetett istentiszteletek, ahol a téma aktualitása vagy a személyes érdeklődés, esetleg az érintettség lehet indíték arra, hogy valaki megnézze vagy meghallgassa a közvetítést. Ilyenre példa a Deák téri evangélikus templomból 2009. március 3-án közvetített, erőszak elleni istentisztelet („Ne győzzön le téged a rossz, hanem te győzd le a rosszat a jóval!" Csendes megemlékezés – evangélikusok az erőszak ellen), vagy például a teremtésünnepi liturgia közvetítése 2009. szeptember 27-én a zuglói evangélikus templomból.

Az így kialakuló virtuális gyülekezetet realitásként kezelhetjük ma már. Éppen az a különlegessége, hogy bemérhetetlen és megközelíthetetlen a statisztika számára, de kitapintható és érzékelhető a hatása az adott istentiszteletek formai és tartalmi identitásának fejlődésében. Körülírja például ez a virtuális gyülekezet, hogy milyen vallási hiányt elégít ki egyik vagy másik istentisztelet a képernyőn.

Az is érezhető, hogy a történelminek nevezett és bizonyos értelemben – főleg a műsoridő és az alkalmak sűrűségét illetően – meghatározónak számító nagyobb felekezetek műsorai és istentiszteletei, miséi nehezebben válnak vonzóvá az ilyen rétegek számára, mint a kisebb közösségek vagy felekezetek nyitottabb, modernebb és közvetlenebb adásai. Az előbbiek nagy többsége mindenek előtt igyekszik egy hitvallásos tradíciónak megfelelni, és kevésbé alkalmazkodik rugalmasan a már említett virtuális gyülekezet elképzelhető szabadabb, gyorsan változó felfogásához. Merevebb szerkezet, talán rideg légkör is megjelenik így. Sokszor az istentisztelet liturgiájának lassúsága és múltidéző jellege már eleve nincs azonos hullámhosszon a mai hallgató vagy néző életének sebességével, dinamizmusával. Sűrűbben esnek ezek az adások abba a hibába, hogy kész feleleteket és kinyilatkoztatott, elméleti tantételeket erőltetnek, ahelyett, hogy a néző világát érintő kérdésekkel, közös gondolkodással, érdeklődést felkeltő megközelítéssel dolgoznának.

Ebben az összefüggésben is érdekes kérdés az, hogy kihez szólnak az egyházi adások: a belső körhöz megerősítő jelleggel, vagy a tág, körülírhatatlan érdeklődőkhöz bemutatkozó és megszólító karakterrel? Sok esetben nem adnak világos választ az adások erre a kérdésre. Néha a liturgia nyit, és lazább, de a szent beszéd, az igehirdetés nagyon belterjes és egyházias. Fordítva sem könnyebb a helyzet, amikor a beszéd közelebbről szólal meg, néző- és hallgatóbarát stílust vállal fel, de amilyen liturgikus környezetben helyezkedik el, az rendkívül régies és idegen nemcsak a mai nézőtől, hanem a valóban gyakorolt, élő rítusoktól is. A mai virtuális gyülekezet kutatása és megismerése fontos feladat a teológiai munka számára az egyházak tömegkommunikációval kapcsolatos tevékenysége szempontjából.

Az istentiszteleti élmény az eredeti helyszínen és a közvetítés útján

Az eredeti helyszínen, a liturgia valódi környezetében, a templomtérben egységesebb az esemény átélésének helyzete. Aki a templomban éli át a szent cselekményeket, annak a legtöbb esetben már van kialakult és bejáratott kapcsolata

a térrel, sőt az ott szolgálatot ellátó személyekkel is. A bemérhető és megtapasztalt közösség valósága ez a hely. A templomba járó ember ismerős környezetben mozog itt. A szokásokat, a szimbólumok használatát és a formai elemeket egy régóta folyamatosan kialakított rend határozza meg, amelyet liturgikus rendnek nevezünk. Ennek szabályai felekezetenként változóak, lehetnek merevebbek vagy megengedőbbek, szorosabbak vagy tágasabbak. A fiatalabb vallási közösségek istentiszteleti életében is kialakult egy szertartásosság, ám ebben sokkal meghatározóbb a spontaneitás, a gyülekezet aktivitása és a közös vallási élményteremtés.

Így tehát a templomba érkező embert a megszokott, nyugodt, a „tudom előre, mi fog következni" érzés határozza meg. Ehhez az otthonosságérzethez hozzájárul még az is, hogy személyesen, de legalább arcról jól ismert emberek környezetében, egy közösségben, speciális közelség és távolságtartás helyzetében foglal helyet az ember a templomban, vagyis a szakrális erőtérben, amely minden liturgikus cselekmény számára fontos előfeltétel. A jelenlét biztosítja azt, hogy érzékelhetővé válik az esemény a tapintás, a látás, a hallás, az ízlelés és a szaglás számára is. A templomi istentisztelet igényt tart mind az öt érzékelésre.

Az egész emberi test és lélek részesedik egy közösség jelenlétében az istentisztelet cselekményében. A részvétel döntés következménye, egy megtett út hitelesíti ezt: valaki kilép az otthonából és megérkezik a szakrális térbe. Ezt a teret sajátjaként éli meg a közösségben is.

Közben megmarad a biztonságérzete, a belső nyugalma és az a csend is, ami a templomterek sajátja, sok templomlátogató személyes vallomása szerint templomonként teljesen egyedi illattal, hanggal és fénnyel. Ezt nem tudja átadni és pótolni egyetlen, a média területén megszülető vallási adás sem. Ilyen módon nem lehet a szentségi esemény valóságos részese senki a virtuális térben.

Külön kérdés, hogy mit él át egy templomi közösség akkor, amikor az aktuális istentiszteletét közvetítik vagy felvételt készítenek róla. Valamilyen mértékben *stúdióvá* válik ilyenkor a templomtér, még akkor is, ha mindent megpróbál megtenni a közvetítő stáb ennek elkerülése érdekében. Mindenképpen sérül az intimitás, és veszít a tér is szakrális erejéből. Az is egy külön kérdés, hogy az istentisztelet vagy mise közvetítésénél és felvételénél a templomtérben jelenlévők, a résztvevők mennyire tudják átélni a valódi lelki és szakrális közösséget a technika, a kamerák, a lámpák és a vezetékek sokszor brutálisan megjelenő tömegében, sőt néha zajában is. A legegyszerűbb kontraszt is jelzésszerű: a résztvevők ünnepi öltözetben ülnek a padban, a stáb trikóban és farmerban végzi a munkáját. Sok esetben az az eredmény, hogy az adásban mégis megszületik egy új szakralitás, és ezt átéli a virtuális gyülekezet a képernyők előtt, de a felvétel környezetében és helyszínén veszélybe kerül az eredeti átélése.

Milyen mértékben zavarható meg egy közvetítés érdekében a helyi istentisztelet nyugalma és szentségi légköre? Az alkotók figyelmességének és tapintatának minden szempontból vizsgahelyzete az, amikor ilyen felvétel készül, vagy templomi közvetítés zajlik.

A közvetített istentisztelet a maga virtuális helyzetével kísérli meg az eredeti jellemzőket felfedezni, rögzíteni és továbbítani. Természetesen nemcsak hátránya és nehézsége van a médián át megérkező istentiszteletnek, hanem több előnye és pozitívuma is. Egy új alkotás, ha úgy tetszik, „második istentiszteleti esemény" születik meg a modern közvetítőeszközök minőségének és a velük dolgozók szakmai színvonalának eredményeként. A templomi közegben a hívő saját maga keresi meg az esemény vele érintkező pontjait, és a vallásos élmény forrásához a saját, ösztönösnek vagy természetesnek nevezhető kamerája viszi közelebb. A virtuális alkalomnál már az operatőri, a felvételvezetői alkotó munka eredménye érvényesül, esetleg a túl sokat beszélő kommentátor által történő kiválasztás, fókuszálás. Általában zavarja az istentisztelet közvetítésének belső erejét és atmoszféráját minden kommentátori szöveg, a közreműködők nevének feliratozása és bármilyen, a képen futtatott kiírás. (Bőséges példát szolgáltat erre az augusztus 20-ai szentmise és körmenet közvetítése.)

Ami megérkezik a képernyőn, amivel a néző találkozik, az már egy speciális koncepció eredménye. Ez lehet segítő, de adott esetben nehezítő is. A média általánosan megfogalmazott felelősségén túl itt jelentkezik egy speciális kihívás és elvárás. A kiemelt részlet vagy a középpontba helyezett esemény mennyire adja át az *egész* érzését a nézőnek.

Az istenélmény átélése: a szent és a szentségi megtapasztalása

Teológiailag egyetlen evilági istentisztelet sem hibátlan, teljes. Pál apostol egy mondata jól kifejezi ezt: „Mert most tükör által homályosan látunk, akkor pedig színről-színre; most töredékes az ismeretem, akkor pedig úgy fogok ismerni, ahogyan engem is megismert az Isten" (1Kor 13,12). Minden istentiszteletben benne van embervoltunk töredékessége és tökéletlensége. Mégis izgalmas az, hogy az átélés és a megtapasztalás során érheti el a résztvevőt, a hallgatót vagy nézőt az, ami az isteniből, a teljességből és az egészből közeledik felé. Nem az egyes szereplők a fontosak, hanem az esemény ereje. Nem a külsőség hibátlansága, hanem a belőle és általa áradó belső tartalom. Ezt nevezhetjük üzenetnek.

Nem a tanításnak, az ismeretterjesztésnek kell átjönnie, hanem az életet formáló és alakítani is képes dinamikus tartalomnak. Olyan ez, mint amikor a keresztény ember nem tudja pontosan, szó szerint visszaadni egy prédikáció, esetleg meditáció vagy imádság minden mondatát, de a formáló ereje mégis megjelenik az életében, és aktív tartalommá válik a hétköznapjaiban is.

A rádión hallgatott istentisztelet vagy liturgikus esemény annyiban előnyösebb, mint a televíziós közvetítés, hogy itt a hallgató maga alakítja ki és képzeli el a környezetet, a formát és a légkört. Nem véletlen, hogy nagyon népszerűek a rádiós istentisztelet-közvetítések ma is. „Mise- és istentisztelet-közvetítéseinket 215–220 ezren nézik átlagosan" – nyilatkozik Csiszér Ferenc a Médiamixnek 2005 áprilisában (Médiamix, 2005). Az istentisztelet-közvetítéseknél az intimitás és a személyes átélhetőség egyértelmű Az egész esemény egyszerű és természetes. A hallgató személyes vallásos élményévé válik a hang. Abban a térben, ahol hallgatom, megszületik, élővé válik egy speciális, egyedi szakralitás. A saját magam által elképzelt virtuális térben, amelyet esetleg sohasem láttam, és igazából nem is létezik ilyen, a hallás alapján kirajzolódik bennem a tér, minden külső képi hatás nélkül. A kép itt a hallgatóban szabadon születik meg. Adott helyzetekben sokáig meg is marad, elképzelt színeivel, bútorzatával és atmoszférájával.

A képernyő közelre hozza az adott templomi cselekmény valóságos szakrális terét, de ezzel el is vesz abból a különlegesből, ami a titkot, a nem evilláginak a kifejezhetetlenségét jelenti.

Az istenélmény átélhetőségéhez, a szent és a szentségi megtapasztalásához nagy szükség van erre a különleges feszültségre. Az emberek közelsége és a szakrális tér természetessége segít erre a templomban, míg a mesterséges vagy virtuális helyzetnél az alkotás igényessége, a művészi színvonal és a megtalált üzenet hordozza ezt.

De ennek is fontos része az, hogy a közvetítés minél tökéletesebben kísérelje meg a képernyőre vinni a liturgikus vagy szimbolikus vallási esemény természetes, eredeti környezetét. (A szimbólumokról való elmélkedést és elgondolkodást segítheti egy magyarul is olvasható tanulmány, lásd Trias, 2007, különösen a 191–202. oldal.)

A szimbólumok lényege is az egyszerűség és a leggyorsabb asszociáció elérése. A kereszténység számára a kezdetektől fogva elengedhetetlen a szimbólumok használata és gyakorlati értelmezésére:

> „Egy egyszerű ábra, egyetlen vonal, még egy kis gyermek is képes lerajzolni – mégis mennyi mindent elmond. Amikor az első keresztények életveszélyben voltak hitük miatt, egy ismeretlennel való találkozáskor halat rajzoltak a homokba. A hittestvérek ráismertek egymásra a hal rajza alapján, aki pedig veszélyt jelentett volna rájuk nézve, nem értette, hogy ez az egyszerű kép szívük, hitük közepét foglalta össze: Jézus Krisztus Isten Fia Megváltó. Egy-egy szimbólum, mint az említett hal is, felfed, elárul, színt vall. Nem véletlenül jelöli a görög szó a hitvallást, mint jelképet. Ugyanakkor minden szimbólum titokzatos is. A sok jelentésárnyalat, a sokféle különböző értelmezési lehetőség között az ember kicsinek érzi magát. Tudja, hogy bármilyen sok szirmát bontja is ki egy-egy jelképnek, mindig marad valami, amit (még) nem lát, hall, érez. Elmesélés és elrejtőzés a jelképek két fontos jellemzője" (Zsugyel, 2004: 196).

A keresztény szimbólumokra épül a lelki tartalmú műsorok legjelentősebb része, ezért ezeknek alapjaikban kell egyszerűnek, kifejezőnek és nagyon természetesnek lenniük.

Nagyon egyszerűen indult el például a rendszerváltás idején a kora reggeli órákban a Magyar Televízióban sugárzott „Útravaló" és mind a mai napig tart az érdeklődés a „Hajnali gondolatok"-kal (az m1 és m2 kora reggeli vallási

műsorával) kapcsolatban is. Noha ezek időtartama nem istentiszteleti hosszúságú, hanem egy pillanatnyi megállást igényelnek csupán, mégis a legtöbb esetben megfelelnek a rövid áhítat gyakorlati teológiai fogalmának. A legtöbbször egyetlen szimbólumra épülnek ezek az alkotások.

Amikor ezekben a reggeli műsorokban a megszólaló a természetes környezetének valóságában, otthonában, udvaron, templomkertben vagy a templom egy pontján mondja el gondolatait, akkor a közelség válik valósággá. Ha túlzottan merev liturgikus öltözékben és a szakrális tér középpontjában, oltár előtt állva beszél, esetleg egy hatalmas oltárképpel háttérként maga mögött, kezében egy óriási fekete mappával, akkor hiába egymondatos vagy egyszavas alapigére/szimbólumra írt néhány mondatot közöl, az mégis távolabb kerül a nézőtől. Nem erősíti meg a helyszín a mondanivalót és a műfajt, mert túlzottan is monumentális és robusztus a napkezdet intim világához képest.

Egy népszerű ökumenikus tévésorozattal, az „Útmutató"-val kapcsolatban hasonló gondolatot ír le Czigány György:

> „Egy-egy evangéliumi gondolatot, motívumot választunk témaadóként, az aktualitás meglehetősen szabad képtársításai jegyében. […] A vallási gondolat szándékait csak a művészi eszközökkel megteremtett élmény teheti hitelessé. Ez az élmény pedig hívőt, hitetlent, tájékozott templomjárót és naiv kíváncsit egyaránt megérinthet. A műsoroknak sohasem a stúdió a helyszíne, hanem életszerűen a mező, a Duna-part, uszoda, temető, valamely szereplőnk dolgozószobája, otthona vagy kertje, tele – mondjuk – bibliai növényekkel… Útmutatóink a választott témák sugallatait az alkotások révén szeretnék felerősíteni. Remélve, hogy az élmény elvont áttételei, a maguk titokzatosságában, inkább hatnak a lélekre, mint a nyilvánvaló, jó szándékú agitáció. A tartózkodó tapintatban, finomságban nagyobb erők rejlenek" (Czigány, 2001: 411).

Ez a fajta megjelenítési elképzelés és hitvallás nagyon fontos alapállás abból a szempontból, hogy csak a művészi eszközökkel megteremtett élmény teheti hitelessé a vallási tartalmat.

A problémák itt jelentkeznek a legtöbbször az istentisztelet-közvetítéseknél. Ha nem megfelelő színtű a felkészültség a közvetítéshez, akkor egy mechanikus átjátszás valósul meg, több-kevesebb sikerrel, és nem lesz igazán átütő ereje a műsornak.

Ezért nagyon fontos az összehangolódás az istentiszteleti eseményt előkészítő egyházi személyek és a közvetítést megvalósító csoport között. Sokszor lehetetlennek tűnik ennek a csapatmunkának a megvalósítása, de amikor sikerül, akkor kerül a művészihez közeli állapotba a közvetítés egész színvonala. Többször átéltem már személyesen is – mint igehirdető és a liturgia végzője – az egyik helyzetet is és a másikat is. Tapasztalat alapján ismertem meg azt az élményt, amikor valóban sikerült úgy együtt alkotni a felvételt készítő televíziós munkatársakkal, hogy a helyszíni légkörben is érezhetővé vált: nem csupán egy tanítás vagy moralizáló beszéd, hanem életélmény az, ami készülőben van most. Ez pedig a prédikáció igazi funkciója.

Tapasztaltam elemi hibákat is. Nagyon zavaró lehet egy-egy elkésve megérkező kép (például a megszólaló személy képe) az istentisztelet liturgikus dinamizmusában. Vagy ha a prédikációk alatti kameramozgás az üres padsorokra fókuszál, netán alvó, idős emberre vagy a templomban lévő, semmiféle művészi értéket nem képező, ám díszes tárgyakra. Ha a jó ritmusú mozgás szinkronban van az istentiszteleti eseménnyel, akkor a közvetítésnek ereje lesz.

De a szentségi eseményekhez illő természetesség és alázatosság is nagyon fontos kritérium. Ne akarjon többet és nagyobbat mutatni a kamera a tényleges eseménynél. Ne akarjon főszereplővé válni. A vallási tartalmat leginkább a közvetített kép egyszerűsége, tisztasága és alázatossága képes sugározni.

Az érdeklődés felkeltése és növelése az egyházi közösségekben

Az utóbbi években döntő változásokat élnek át az egyházak a médiával való kapcsolatukban. A korábbi, kissé visszafogott hozzáállástól, a média puszta tudomásul vételétől eltérve ma az alkalmazás és a térhódítás szándéka jellemző:

> „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" (Szabó, 2004: 22).

Ez a teológiai munka azért is fontos, mert kíméletlen harc folyik ma a nézőkért a tömegkommunikációs csatornákon. Az egyházi események és alkalmak sem nélkülözhetik azt, hogy kellően előkészített és a köztudatba megfelelően beharangozott legyen az egyházi műsor is. Korábban nagyon sokszor az volt az egyházak állásfoglalása ebben a vonatkozásban, hogy nem kell, nem illik az egyházi műsorokhoz, istentiszteletekhez a *reklám*, de mára azt gondolom, újraértékeljük ezt a nézetet, és azt mondjuk, igenis szükség van rá a megfelelő formában ezen a helyen is. Egy hatalmas kínálatból választó, reklámok által befolyásolt nézői világban kell megtalálnia a maga helyzetét és lehetőségét még egy vasárnapi istentisztelet-közvetítésnek is.

Az egyházaknak is többet kell tenniük azért, hogy nagyobb érdeklődést tudjanak generálni a saját közvetlen, illetve a tömegkommunikáció közvetett eszközeivel. Nem lehet egy, a megszokottságra vagy a tradícióra alapozó magatartással fennmaradni a médiában. Ezért nem mindegy, hogy csak a hagyományos cselekményeket akarja-e egy egyház közvetíteni, vagy a meghökkentőbb és a mai néző és hallgató számára újdonságként ható, megújult egyházi liturgikus formákat és alkalmakat is. Interaktivitásra nemcsak a Hit Gyülekezetének adásai és a hozzá kötődő internetes portálok lehetnének képesek ma Magyarországon. Bár éppen itt megemlíthetjük azt is, hogy a „Vidám Vasárnap" közvetítésénél már egy másik véglet jelenik meg: túlságosan is stúdiónak tűnik a helyszín, és direktnek, esetenként mesterkéltnek tetszik az, ahogy egyetlen ember beszédére és mozgására épít az egész alkalom, mégis istentiszteletként jelenik meg. Rengeteg előre kiszámítható és valószínűleg a hatásfok növelése céljából beépített elem, gesztus pedig az istentisztelet természetes egyszerűségét és nyugalmát keveri egy stúdióműsor légkörével.[2]

A történelmi egyházak vasárnap délelőtt rendszeresen sugárzott műsorai sem merülhetnek ki csak a közismert egyházi vezetők visszatérő szereplésében, hanem friss és új témák, médiaarcok felmutatásával és megszólaltatásával is élnie kell. Megszívlelendő György Péter már idézett kritikája: „…a különböző riportok, beszámolók, interjúk, beszélgetések újra és újra befele fordulnak, s mintha nem vennének tudomást arról a kommunikációs eszközről, amelyben azok a nyilvánosságra kerülnek. Ezeket a riportokat, gondolatokat éppúgy közölhetnék nyomtatva, filmhíradóban, rádióban, mint a televízióban" (György, 2009). Az ehhez szükséges bátorságnak néhány kisebb jele megjelent az utóbbi években. Jó példát adnak erre a nyitottságra a Szthelo Gábor születésének 100. évfordulója alkalmából készített műsorok (például Sztehlo Gábor, m1, 2009. október 4.), amelyek nemcsak megemlékeznek a gyermekmentő lelkészről, hanem árnyaltan mutatnak be egy embert próbáló kort, megszólaltatják a magyar társadalom közismert személyiségeit, és megragadható kommunikációs eszközökkel közvetítik azt a keresztény attitűdöt, amely az üldözöttek, illetve veszélyben lévők segítségére siet, tekintet nélkül ideológiákra vagy politikai nézetekre.[3]

Az alkalomnak és a formai megjelenítésnek is szüksége van motiváló és inspiráló háttérre az egyházak részéről, a lehetséges nézők és hallgatók érdeklődésének felkeltése és növelése érdekében. Ilyen sikeres lépés volt a német egyházi hátterű tévécsatornák közül a [tru:] Young Television elindítása és gyors sikere a fiatal generációk megszólítása – és nem titkoltan a minőségi könnyűzene alkalmazásával a „szórakoztatása" – érdekében is. Nemzeti és felekezeti határokon túlívelően, európai kontextusban hangzanak el a műsorok itt.

Az egyházi médiaműsor sem nélkülözheti a világi trendek közül azokat, amelyek lehetővé teszik a kapcsolatteremtést a potenciális nézői réteggel. A vallási műsorok nézettségi adatai Magyarországon nem rosszak. A miséket és istentiszteleteket az [origo] tévé honlapján olvasható 2008. augusztus 1-jei értékelés szerint átlagosan 250 ezer, a többi vallási műsort 100–180 ezer néző követi figyelemmel,[4] de a műsorok sokszor nem a célzott generációt érik el, ha-

2 A Vidám Vasárnap közvetítésével kapcsolatos elemzést lásd: http://hitelet.go.ro/index2.html (utolsó letöltés: 2010. július 15.).

3 A Sztehlo Gábor emlékévvel és annak médiában való megjelenésével kapcsolatban további információk találhatók a Magyarországi Evangélikus Egyház honlapján: http://www.evangelikus.hu/teologia/osszefoglalot-adtak-ki-a-sztehlo-centenarium-esemenyeirol (utolsó letöltés: 2010. július 15.).

4 Lásd www.origo.hu/teve/20080801-vallasi-musorok-a-teveben.html (utolsó letöltés: 2010. július 15.).

nem „csak" az általában minden egyházi jelleget sejtető műsort néző réteget. Az egyház közlendő témája teológiai értelemben valóban egyetlen, de ennek megfogalmazásának minden korban generációkhoz, rétegekhez és aktualitásokhoz kell igazodnia.

A helyi egyházközségek média iránti érdeklődését kellene fokozatosan átformálni egy aktív és érdekelt mentalitássá. Nem teheti meg egyetlen egyházi közösség sem azt, hogy nem beszél a médiában sugárzott adásokról és eseményekről, és nem reklámozza a vallásos műsorokat és alkalmakat, hiszen ezzel indirekt módon a saját életét is ébreszti és gazdagítja – vagy ennek ellenkezőjét teszi. Legfőképpen pedig frissíti a gyülekezeti mindennapok monotonságát – vagy ennek ellenkezőjét teszi. Gazdagabb beszélgetési témák és kitekintőbb magatartásformák terjedhetnek ez által a gyülekezetekben. Pozitív példának tekinthető ebben az összefüggésben az Új Ember című katolikus hetilap ingyenes melléklete, a Mértékadó, amely ismertetést ad keresztény szellemiségű rádió- és televízióműsorokról. Az újság ökumenikus nyitottsággal reklámozza és ajánlja a keresztény értékrendhez közelálló műsorokat.

A nézőszám mindenképpen fontos visszajelzés. Az összetétele és a megoszlása is sok mindenre feleletet ad. Az biztos, hogy nincsen jobb eszköz a korszerű világban a médiánál a misszió és az evangelizáció aktuális mai, kortársi megvalósításához. Sokszor nyilvánvaló ez a megállapítás a teológiai és az egyházi konferenciák szintjén, de nem érvényesül mindig, tudatosan és kellő módon a médiában megjelenő egyházi műsorok és közvetítések alkalmával. Aktualitásuk, dinamizmusuk és közvetlenségük hiányzik sok esetben. Kár lenne ezt kritika és változtatás nélkül kezelni az egyházak részéről.

A tömegkommunikáció kimeríthetetlen eszköztárának tudatos és egyre szakszerűbb használata lett napjainkra az a feladat, amelynek megoldása nélkül elképzelhetetlen a következő nemzedékekkel való egyházi kommunikáció sikere és eredményessége.

A jövő lelkészeinek felkészítésébe is ezért épül be egyre intenzívebben a médiumok használata és a korszerű kommunikációban való jártasság alapozása. Felelőtlenség és nagy luxus lenne ma mindezt kihagyni. A hívek felkészítését pedig a mai iskolai és fiatalkori vallásos nevelésnek is fel kellene vállalnia a jövő érdekében. Az igényes jövőbeli médiafogyasztókat a vallási műsorok érdekében is komolyabban kellene venni.

Lehet elégedettnek vagy elégedetlennek lenni egyház és média kapcsolatát illetően, egyetlen magatartás azonban nem fogadható el: ha mindkét fél a lassan több mint két évtizedes utat megváltoztathatatlannak tekinti, és nem keresi egyre intenzívebben az újulás lehetséges tartalmi és formai eszközeit.

Irodalom

Assmann, Jan (2008): Mi a baj a képekkel? *Mérleg,* 1–2. sz.

Brok O., Tom (2006): Nicht Nadelöhr, sondern Tor zur Welt. *Zeitzeichen,* 3. sz.

Czigány György (2001): A képernyő – tükör által… *Távlatok,* 53. sz.

Daniel, Lilan (2009): Church netiquette. *Christian Century,* 6. sz.

György Péter (2009): Vasárnap, egyházi délelőtt. *Élet és Irodalom*, 48. sz.

Haberer, Johanna (2006): Finanzierte Unabhängigkeit. *Zeitzeichen,* 2. sz.

Hahn, Udo (2006): Weniger ist mehr. *Zeitzeichen,* 1. sz.

Harcsa Béla (2004): „Akárki" a XXI. század kommunikációs világában… avagy a „lojalitások piaca". *Távlatok,* 1. sz.

Huber, Wolfgang (2002): *Az egyház korszakváltás idején*. Budapest: Kálvin.

Jütte, Kathrin & Kremers, Helmut (2006): Glück aus dem Computer. *Zeitzeichen,* 3. sz.

Klaus, Bernhard & Lachmann, Rainer (1979): *Kommunikation in derKirche*. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.

Lázár Kovács Ákos (2008): Megnyilatkozás és fenntartás. Az egyház önértelmezése, mint médiafeladat. *Vigilia,* 9. sz.

Mértékadó (2009): az *Új Ember* melléklete, 21. sz.

Moltmann-Wendel, Elisabeth & Moltmann, Jürgen (2006) Minden érzékünkkel hinni. *Mérleg,* 1. sz.

Radnóti Katalin (2001): Média – távlatok. *Távlatok,* 1. sz.

Rand, Lenora (2009): The Church on Facebook. *Christian Century,* 6. sz.

Rombold, Günter (2007): Autonómia, spiritualitás és a műalkotások „transzcendálása". *Mérleg,* 1. sz.

Scharle Péter & Mártonffy Marcell (2008): A missziók helye és szerepe. *Mérleg,* 3. sz.

Szabó Lajos (2003): Teológia és praxis. In: Nyíri Kristóf & Kovács Gábor (szerk.): *Virtuális egyetem Magyarországon*. Budapest: Typotex.

Szabó Lajos (2004): *Alapozó ismeretek a gyakorlati teológiában*. Budapest: Luther.

Trias, Eugenio (2007): Gondolatok a vallásról: a szimbólum és a szentség. In: Korpics Mária & P. Szilczl Dóra (szerk.): *Szakrális kommunikáció* Budapest: Typotex.

Wanke, Joachim (2007): Keresztény értékek. A közvetíthetőség kérdése. *Mérleg,* 3. sz.

Zsugyel Adél (2004): Keresztény szimbólumok. In: Szabó Lajos (szerk): *Ablaknyitás*. Budapest: Luther.