

## **ÚTON A SZINODÁLIS EGYHÁZ FELÉ. AZ EGYHÁZ SZERVEZETI KOMMUNIKÁCIÓJA A GYAKORLATBAN, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A RÓMAI KATOLIKUS EGYHÁZRA**

**Kovács Lajos – Horányi Özséb**

kovacs.lajos@uni-corvinus.hu – horanyi.ozseb@gmail.com

**DOI: 10.20520/JEL-KEP.2023.1.26**

### **Absztrakt**

A Római Katolikus Egyház szervezeti struktúrája szigorúan hierarchikus, kommunikációs stratégiáját pedig a fentről lefele tartó, egyirányú kommunikáció jellemzi. Ennek a szervezeti hagyománynak természetesen megvan a maga történelmi-társadalmi eredete, de még inkább az ekkleziológiai lehorgonyozottsága, amely közel kétezer év óta ad iránymutatást a szervezet önértelmezése, valamint külső-belső kommunikációja terén.

### **Kulcsszavak**

szinoditás, tömegmédiá, kommunikáció, zsinat

## **ON THE WAY TO THE SYNODAL CHURCH. ORGANIZATIONAL COMMUNICATION OF THE CHURCH IN PRACTICE, WITH SPECIAL REFERENCE TO THE ROMAN CATHOLIC CHURCH**

**Lajos Kovács – Özséb Horányi**

### **Abstract**

The organisational structure of the Roman Catholic Church is strictly hierarchical and its communication strategy is characterised by top-down, one-way communication. This organisational tradition has its historical-social origins, of course, but even more so its ecclesiological anchoring, which has guided the organisation's self-understanding and its internal-external communication for almost two thousand years.

### **Keywords**

synodity, mass media, communication, synod

# ÚTON A SZINODÁLIS EGYHÁZ FELÉ. AZ EGYHÁZ SZERVEZETI KOMMUNIKÁCIÓJA A GYAKORLATBAN, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A RÓMAI KATOLIKUS EGYHÁZRA

*Kovács Lajos – Horányi Özséb*

## Bevezetés

Jelen tanulmány abból az apropóból született meg, hogy Ferenc pápa 2021 októberében újtára indította az eredetileg 2023 végéig tervezett szinodális utat a Római Katolikus Egyházban világszerte, mely épp a fenti megjegyzések értelmében számít hallatlan szervezeti kommunikációs újdonságnak és horderejű kezdeményezésnek. A szinodalitás gondolata nem új a Római Katolikus Egyházban. A szó maga, a görög *szünodosz*, eredendően közös (*szün*) úton (*hodosz*) járást jelent, és a kereszténység egészen ősi eljárás módját alkotja. Válságok vagy megújulási igények esetén a keresztények kisebb-nagyobb gyakorisággal mindig is összegyűltek, hogy a helyzetüket felmérve közösen döntést hozzanak, noha a résztvevők eltérő szerepeket töltöttek be.<sup>1</sup>

Fontos kiemelni, hogy az eljárás mögött nem demokratizálódásról vagy parlamentáris formák bevezetéséről van szó, hanem, ahogy Ferenc pápa fogalmazott a meghirdető szentmisében: „*egymást meghallgatva közösen felismerjék Isten akaratát*”. Majd így folytatta: „*Istennek a szinodalitás a szándéka a harmadik évezred Egyháza számára.*” Ezeket a szavakat még 2015-ben, a püspöki szinódus intézménye megalapításának 50. évfordulóján mondta. Eredetileg ugyanis erre a szándékra hozta létre VI. Pál pápa a szinódus intézményét 1965-ben, a II. Vatikáni Zsinat lezárásaként.<sup>2</sup> Kifejezett célja pedig az volt, hogy az „idők jeleit” felismerve a megváltozott körülmények között a püspökök testülete – mely nem kormányozza kollegiális formában az Egyházat ugyan, de – reprezentatív testületével, a szinódus bölcsességével és tekintélyével tanácsadóként segítse a pápa tevékenységét.<sup>3</sup>

„*Egy szinodális Egyházért: közösség, részvétel és küldetés*” címmel 2021. október 10-én Ferenc pápa ünnepélyes keretek között indította el a 2023-as püspöki szinódus tizenhatodik rendes közgyűléséhez vezető folyamatot a Szent Péter-bazilikában. A fő cél tehát a tagok

---

<sup>1</sup> A szinodalitást mint szervezeti kommunikációs eljárás módot a kisebb közösségekben, a középkorban gyakran nevezték *deliberatio communitariának* (közösségi megfontolásnak és megkülönböztetésnek), manapság a legtöbb latin eredetű nyelvben pedig *discernmentnek* (lat. *discernere*). Az eljárás módot főként szerzetesi, rendi vagy helyi egyházi közösségek alkalmazzák helyzetfelmérés és megoldási javaslatok megfogalmazása végett.

<sup>2</sup> Zsinat = *szünodosz* (gör.), *concilium* (lat.): az egyházi előjárók tanácskozása hittani kérdések tisztázása és törvényhozás céljából. A résztvevők által képviselt terjedelem nagysága szerint beszélünk egyházmegyei, tartományi, nemzeti vagy egyetemes zsinatról. A legutóbbi egyetemes zsinat, a II. Vatikáni Zsinat volt 1962–65 között.

<sup>3</sup> A püspöki szinódus 1965 óta tizenöt alkalommal gyűlt össze rendes formában, három esetben került sor rendkívüli tanácskozásra, és tizenegyszer rendeztek meg egy-egy földrésszel vagy térséggel foglalkozó szinódust. A tizenhatodik alkalomra eredetileg 2022 októberében került volna sor, mégpedig a szinodalitás témakörében.

figyelmes meghallgatása és annak a megvitatása, hogy miként lehet közösen teljesíteni Isten akaratát az új évezredben.<sup>4</sup> „*Nem másík, de másféle Egyházra van szükség*”, hangsúlyozta a pápa, aki azt akarja, hogy efelé induljon el a világ több mint négyezer püspöksége és egymilliárd-négy százmillió katolikus hívője. A részvétel nem tetszőleges, hanem minden egyházmegyének kötelező részt vennie benne, a Vatikán szándéka szerint pedig minden hívőnek illő és ajánlatos.

A folyamat *három részre* tagolódik, melyben a legnagyobb újdonság az első, előkészítő szakasz, amely az ún. helyi (egyházmegyei) szakasz a püspök vezetésével és kijelölt moderátor vagy munkacsoport koordinálásával, hogy előre meghatározott kérdések nyomán közösségi tapasztalatmegosztásnak és eszmecserének kell történnie helyi szinten. Ez a bevonó, participációs jelleg, vagyis az, hogy az átlag hívő is meg van hívva a részvételre és a véleményformálásra, mondhatni, hogy nagy horderejű újdonság az egyház szervezeti kommunikációs eljárás módjában.

A szinodális út folyamata még mindig tart. Az eredmények még váratnak magukra, de sokakat meglepett, hogy egy évvel a nyitás után a pápa 2022 októberében kijelentette, hogy a folyamatot meghosszabbítja, mivel „*a megkezdett szinodális folyamatnak számos gyümölcse van, de ahhoz, hogy teljes érettséghez érkezzünk, hosszabb gondolkodási időre van szükség*”. Hozzátette, „*reméli, hogy a tanácskozás meghosszabbítása segít abban, hogy a szinodalitás az egyház építő dimenziójává*” váljon. 2023 októberében egy négyhetes püspöki szinódusra került sor Rómában, amelynek eredményeként egy 50 oldalas dokumentum született meg a misszió, participáció és kommunió témában.<sup>5</sup> A következő és egyben lezáró püspöki szinódusra 2024 októberében kerül sor újra.

## A Római Katolikus Egyház kommunikációja a II. Vatikáni Zsinatot megelőző időkben

A modern kor egyik fontos jelszavává vált a kommunikáció, hiszen a könyvnyomtatás óta a tömegkommunikációs eszközök újabb és újabb formái alapvetően változtatták meg a társadalmi kommunikációt, az arról való gondolkodást, a tömegek elérésének módjait. És hogy a kommunikáció a mai embernek ennyire a központi témája és egyik legkedveltebb szava lett, azt nemcsak a közbeszédben vesszük észre, de alig van már olyan tudományág, amely ne tette volna meg érdeklődése tárgyává. Ezért is beszélünk a kommunikációtudományról úgy, mint egy interdiszciplináris tudományterületről. Ezekre a változásokra az egyház(ak)nak is reagálni kellett.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Talán ezért is emelte ki a pápa 2021. október 9-én, hogy négy akadály lehet a folyamat sikerének: a valódi történések és valódi figyelem helyett külsőleges, látszólagos megoldások (formalizmus); a papság szerepét tévesen felfogó mesterkélttség, a hívő nép elszakadása a hierarchikus egyháztól (elitizmus); az a vélemény, hogy csak eszmecserékre és tárgyalásokra, hosszas beszédekre és felszólalásokra, a nép kioktatására van szükség (intellektualizmus); az a mozdulatlanság, amelynek jegyében az Egyház tagjai semmiféle változást és átalakulást nem akarnak, és beérik azzal, amit eddig is mindig tettek (önelégtelenség).

<sup>5</sup> [https://www.catholic-zr.org.rs/wp-content/uploads/2023/11/Synthesis-Report\\_HU.pdf](https://www.catholic-zr.org.rs/wp-content/uploads/2023/11/Synthesis-Report_HU.pdf)

<sup>6</sup> Az egyházi kommunikáció történetének feldolgozása nem könnyű vállalkozás, szinte lehetetlen, hiszen csak a Római Katolikus Egyházban számtalan ilyen jellegű vagy témájú hivatalos közlemény született már. Ha még azt is hozzátesszük, hogy ezeket teológusok vagy szakemberek értelmezték, máris könyvtárnyi irodalommal, értelmezéssel és próbálkozással találjuk szembe magunkat. És még nem is említettük azt, hogy a katolikus egyházon kívül számtalan más keresztény egyház, egyházas közösség tette meg ugyanezt.

Ebben az elemzésben azt vizsgáljuk, hogy a Római Katolikus Egyház önértelmezésében fordulópontot jelentő II. Vatikáni Zsinat (1962–65) miben változtatta meg a katolikus egyház kommunikációját. Milyen volt, mivé lett?<sup>7</sup>

Itt nem arra teszünk próbálkozást, hogy egyes földrészek, esetleg országok, régiók kontextuális fejlődését lekövezzük (pl. a magyarországi helyzetet<sup>8</sup>), hanem a II. Vatikáni Zsinat szellemiségéből és dokumentumaiból kiolvasható korszakalkotó fordulatot (egyház) szervezeti kommunikációs szempontból értelmezzük.

A kereszténység a kommunikáció vallása, „az egyház kommunikáció”, állítja Avery Dulles bíboros (1992). Kommunikáció minden, amit tesz, és ami az egyház. Isten feltárja önmagát a történelemben, az egyháznak értelmeznie és továbbörökítenie kell azt. A teológia – az értelmet kereső hit –, amely ezt a tevékenységet elvégző tudás, tele van olyan témákkal, mint: a kinyilatkoztatás (azaz Isten önfeltárása az Írások és a Hagyomány által), az üzenet továbbadásának a mikéntje (a missziós törekvések a különféle kultúrákban), de ugyanúgy beszél a Szentháromság belső életének kapcsolatáról, kommuniójáról, nem utolsósorban a hívő közösségének, az egyháznak ebben a kommunióban való részesezéséről, és így tovább. Lehetetlen tehát olyan teológiai témát találni, amelynek ilyen vagy olyan formában ne lenne szoros kapcsolata a kommunikációval (Kress 1985).

A kommunikáció teológiája implicit módon jelen van már az első századok teológiai írásaiban, és végigkíséri az azt követő századokat,<sup>9</sup> de kétségkívül explicit módon a 20. századi, főként a II. Vatikáni Zsinatot elkészítő teológusok írásaiban, csakhogy párat említsünk a legismertebbek közül: Yves Congar (1969), Avery Dulles (2003), Jacques Ellul (1954), Bernard Lonergan (1992), Karl Rahner (1974), Hans Urs von Balthasar (1978), Edward Schillebeeckx (1996).

A keresztény kommunikáció 20. századi kimerítő bibliográfiáját állította össze Paul A. Soukup, a kaliforniai Santa Clara Egyetem kommunikáció professzora (1989). Ám a hivatalos

<sup>7</sup> Jelen írás megszületése egybeesik a II. Vatikáni Zsinat kezdetének 60. évfordulójával, amely ezekben a hetekben különféle ünnepekkkel és megemlékezésekkel vette kezdetét a Vatikánban.

<sup>8</sup> Annyiban elkerülhetetlen a magyar helyzet bemutatása, hogy erre ugyanis manapság is még a zsinat előtti állapot jellemző: a templomok jószerivel üresek, de az Egyház mindazonáltal él, sőt talán virágzik is. De nem ott lehet megtalálni, ahol korábban. Korábban ugyanis területileg volt megszervezve az Egyház. Ez a szervezettség ma is fennáll, de ez az, ami kiürült. Manapság inkább lelkeségi mozgalmakban, alulról szerveződött formákban él. Gyakran szerzetesrendek harmadik ágaként, mint pl. a ferences harmadrend, a domonkos harmadrend, a bencés oblátusok, a Szent Ignáci lelkeségű Keresztény Élet Közössége (KÉK), Regnum Marianum stb. Vagy egy-egy folyóirathoz kapcsolódva, mint például az *Egyházforum* (főszerkesztő: Wildmann János). A Magyar Pax Romana mozgalom is hasonlóan, amely 1993 előtt a római *Katolikus Szemle* című folyóiratban (főszerkesztő: Békés Gellért) évkönyv jelleggel adta közre kongresszusainak anyagát. 1993 után a Balassi Kiadó (Budapest) gondozásában jelentek meg tematikus kötetek, pl. az *Egyház és kommunikáció* (1998/2000), *Magyar megfontolások a Soáról* (1999), *A család* (2000), *A kölcsönösség struktúrái* (2002), *Együttlét* (2004). Nagyon sokaknak egyáltalán nincs kapcsolata a korábbi szervezeti formákkal, így a Házas hétvége mozgalom, a Fokoláré és mások vették át a szerepét. Ezzel – látszólag - szemben áll a Keresztény Értelmiségiek Szövetségének attitűdje, amely mintha a Római Katolikus Egyház korábbi kommunikációs stratégiájához igazodna. Látszólag hasonló célkitűzésekkel indult, mint referáló folyóirat a *Mérleg* Münchenben (Boór János, Mártonffy Marcell szerkesztésében), ma már csak interneten terjesztve.

<sup>9</sup> *Communio* és *communicatio* olyannyira rokon fogalmak a latinban, hogy Aquinói Tamás gyakran a *communicatio* kifejezést használta a *communio* vagy *communitas* szavak helyett. Sem a *communio*, sem a *communitas* nem lehetséges kommunikáció nélkül, mert mindkettő ez utóbbi eredménye.

egyház is elismerte és felismerte a kommunikáció fontosságát, amikor 1963-ban a II. Vatikáni Zsinaton egy egész dekrétumot, az *Inter mirifica* kezdetűt szentelte a kérdésnek, és az „idők jeleit” figyelembe véve különösen is reflektált a társadalmi kommunikáció eszközeire. Igaz ugyan, hogy ezt a dokumentumot sok kritika érte, mivel még a zsinat előtti szemléletben íródott, és nem tükrözi vissza a zsinat kopernikuszi fordulatát, vagyis az egyház világ felé fordulását, amely markánsan jelenik meg a *Lumen gentium*-ban (1964), a *Dei verbumban* (1965) vagy az *Evangelium nuntiandi*-ban (1975).

Ennek az elégtelenségnek a hatására íródott meg és került kiadásra mindössze pár évre rá a katolikus egyház máig legmeghatározóbb lelkipásztori instrukciója, a *Communio et Progressio* (1971) a tömegkommunikációs eszközökről, később az *Aetatis novae* (1992), vagy a kommunikációnak a papképzésbe beépített iránymutatása (1986), sőt még a Kánonjogi Kódex is a kommunikációval foglalkozik a 822–832-es kánonokban (1983). Az elmúlt két-három évtizedben pedig a tömegtájékoztatás világnapjára évente kiadott pápai üzenetek központi témája a digitális média vagy újmédia, még pontosabban a közösségi média lett.<sup>10</sup>

A II. Vatikáni Zsinat világra nyitott szellemének hála, az egyház tudomásul vette a társadalmi kommunikációs eszközök (tömegmédia) mindent átható jelenlétét, és felismerte bennük „az idők jeleit”, és azt, hogy tennie kell valamit. Az egyházi közösségek addig nem ismert módon kezdték lelkipásztori céllal megközelíteni és használni ezeket az eszközöket (nyomtatott sajtó, tévé és rádióműsorok). Ám ami ennél is fontosabb, hogy elindult egy nemzeteket átívelő együtt gondolkodás és cselekvés a jobb és hatékonyabb reflexió és használat terén: Signis, UNDA,<sup>11</sup> OCIC,<sup>12</sup> UCIP,<sup>13</sup> CSCC,<sup>14</sup> WACC,<sup>15</sup> ACP<sup>16</sup> stb. Központilag pedig létrejött a Tömegkommunikáció Pápai Tanácsa.<sup>17</sup>

Összegzésül tehát elmondható, hogy az elmúlt 100-150 évben a társadalmi változások, a széles körben elterjedt tömegtájékoztatási médiumok megjelenése és a mindent behálózó digitális lét olyan új helyzetet teremtett az egyház (egyházak!) számára, amely addig ismeretlen volt. Ezek a változások és eszközök nemcsak azt változtatták meg, amilyen módon kommunikálunk egymással, hanem azt is lehetővé tették, hogy a kommunikáció ne csak fentről lefele tartó irányban haladjon, hanem megadta a szabad véleményformálás, a plurális gondolkodás, az értékek megvitatása és az addig abszolútnak vélt dolgok relativizálása lehetőségét, annak minden előnyével és hátrányával. Még ha lassan is, de ez az újfajta nyilvánosság mélyen átalakította azt, ahogyan az egyház jelen van a társadalmi színtereken, és amilyen eszközökkel befelé és kifelé kommunikál.

<sup>10</sup> <https://katolikus.hu/dokumentumtar/2606>

<https://katolikus.hu/dokumentumtar/2603>

<https://katolikus.hu/dokumentumtar/2959>

<sup>11</sup> UNDA, International Catholic Association for Radio and Television (<https://uia.org/s/or/en/1100018315>)

<sup>12</sup> International Catholic Organisations for Cinema and Audiovisual

<sup>13</sup> International Catholic Union of the Press. <https://en.wikipedia.org/wiki/SIGNIS>

<sup>14</sup> <http://cscsc.scu.edu>

<sup>15</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/World\\_Association\\_for\\_Christian\\_Communication](https://en.wikipedia.org/wiki/World_Association_for_Christian_Communication)

<sup>16</sup> <https://www.theacp.org>

<sup>17</sup> Igaz ugyan, hogy első ízben XII. Piusz pápa hozta létre 1948-ban, szerepe csak a II. Vatikáni Zsinat után, főként II. János Pál pápa alatt teljesedett ki. Az intézményt Ferenc pápa 2015 júniusában Kommunikációs Dikasztérium néven egybeolvasztotta más vatikáni kommunikációs médiumokkal, többek között a Vatikáni Sajtóirodával, a *L'Osservatore Romano*-val, a Vatikáni Rádióval és a Vatikáni Televízióval.

A változás mozgató ereje, mint mindig, most is a „krízisben” jelent meg: az egyház ugyanis észrevette, hogy sem a kommunikációs stílusa, sem a nyelvezete, sem a szimbolikus rendszere nem nyújt vallási inspirációt a modern kor embere mindennapi életéhez. A természetfeletti imaginációja nem része a modern ember tudatosságának, még kevésbé a valóságának és döntéseinek (Berger 1969). Ennek következtében két alternatíva mutatkozott az első időben: vagy tendenciózusan sodródni a „szekuláris, világi” szellemmel, vagy olyan alternatív szubkultúrát teremteni meg, amely inkább ideológiai menekvés azok számára, akik ki akarnak vonulni a világból, vagy így akarnak távolságot tartani tőle. A keresztény közösségek két módon válaszoltak erre a krízisre: egyrészt erősítették a belső kommunikációt, sűrítették a közösségi életet, másrészt olyan új szimbólumok megtalálását keresték, amelyek jobban illeszkednek az új idők kulturális és spirituális igényeihez. Miközben az egyház számára a 19. század nagy kihívása a gyors iparosodás, a vidék tömeges migrációja a nagyvárosokba (Dolan 1978) vagy éppen a liberális politikai eszmék terjedése volt (Sperber 1984), addig a 20. század közepére a szabad, nyitott és a vallási intézmények iránt már nem fogékony közeggel találta magát szembe. A katolikus egyház azzal próbálta a krízist kezelni, hogy világszerte erősítette a helyi egyház szintjén történő kezdeményezéseket. Az amerikai kontinensen vagy az ún. fejlődő világ országaiban virágzásnak indult a tömegkommunikációs eszközök használata a külső-belső kommunikációban és a közösségi élet szervezésében (Vallier 1970). Világszerte megsokszorozódtak az egyházmegyei zsinatok és a lelkipásztori tanácsokozások, iránymutatások készültek a jó kezdeményezések támogatása és implementációja terén. Amire az egyház múltjából fakadóan képtelen volt a 18–19. században, és „téli álmát aludta”, az a 20. század közepére beköszöntött, és elhozta az egyház újjáéledésének „tavaszát”. A kelet-európai régióban az egyház helyzete sajátságosan alakult, és ennek minden érintett országban más és más árnyalata mutatkozott meg. Lényegében ellehetetlenítették, hogy az egyház társadalmi szereplő legyen.<sup>18</sup>

## A Római Katolikus Egyház kommunikációjának átalakulása a II. Vatikáni Zsinatot követően

Ha úgy tesszük fel a kérdést, hogy miben áll az egyház kommunikációs stílusának és stratégiájának a II. Vatikáni Zsinat által előidézett forradalmi változása, akkor számtalan válasz adható. Mi itt öt szempont szerint soroltuk fel, amelyek történelmi-társadalmi szempontokat figyelembe véve markánsan megjelennek a Római Katolikus Egyház önértelmezésében, társadalmi kommunikációjában, a tömegművelés használatában és az arra való reflexióiban.

A változás ismertetője *először* is, hogy átalakul az egyház kommunikatív kapcsolata a szélesebb társadalommal. Felismeri, hogy jelenléte a világban nem öncélú, nem a világgal szemben helyezkedik el (fölötte vagy kívülre), hanem a II. Vatikáni Zsinat megfogalmazása szerint szerves része (kövése), ennek következtében (jel) szerepe és felelőssége van. Az

<sup>18</sup> Magyar nyelven ennek a történelmi időszaknak jól feldolgozott szakirodalma van mind a teológia, mind a vallásszociológia részéről. Itt csak párat emelünk ki abból:

- Adriányi G. (2004) *A Vatikán keleti politikája és Magyarország 1939-1978. A Mindszenty-ügy.* Budapest, Kairosz Kiadó;
- Kálmán P. P. (2014) *A Magyar Katolikus Egyház helyzete a kádári egyházpolitika első éveiben a teológiai összefüggések tükrében,* PPKE, doktori disszertáció;
- Tomka F. (2005) *Halálra szántak, mégis élünk! Egyházüldözés 1945-1990 és az ügynök-kérdés,* Budapest, Szent István Társulat.

egyházi közösségeknek egyrészt jól látható identitásúnak kell lennie, másrészt bele kell „testesülnie”, inkultúrálnia az adott társadalmi-történelmi helyzetbe, és értékrendszerével hozzá kell járulnia a fejlődéshez. A kommunikáció nyelvén, mind a szervezeti egyház, mind az egyes tagok cselekvése része kell hogy legyen a társadalmi alakulásoknak, és ennek szimbólumokban is megjelenően nyilvánosnak kell lennie

*Másodszor*, a vallási nyelvezetnek és a teológiai érvelésnek alkalmazkodnia kell a kulturális értelmezéshez, meg kell felelnie a korszak filozófiai, tudományos, irodalmi-művészi és/vagy társadalmi-politikai kifejezőmódjának. Meg kell találnia azt a beszédmódot, amely által az evangéliumok belső logikájának a hasonlatokon alapuló ellentmondásossága megmarad, miközben képes transzcendentális értelmet adni az emberi értelemkeresésnek a különféle relativizáló világnézetek és kulturális értékek közepette. Másként: a vallási szimbólumok és a teológiai módszerek kerüljenek összhangba a kulturális kontextussal, hogy ezáltal újabb és újabb kommunikációs módok nyíljanak meg. De ez a kommunikáció több, mint pusztán technikák elsajátítása.

*Harmadszor*, meg kell találni a vallási kommunikáció azon újabb és újabb stílusait a széles keresztény közösségekben, amelyek ötvözni tudják a korunkat meghatározó kommunikációs formákat és kifejezőmódokat. Itt nem csupán egyszerű médiahasználatról van szó, hanem egy szakrális vallási értelemben vett kommunikációs eseményről – amely nem tekint el a hétköznapi élettől, és amely során hívők és érdeklődő nem hívők képesek közösen keresni az élet végső értelmét. Az életvitelük során felmerült problémákra pedig megtalálják a válaszokat az evangélium fényében. Egyszerűbben: olyan kommunikációs esemény a keresztény közösségekben, amely képes személyes gyógyulást, életrendezést és változást biztosítani, miközben az ember mélyebb egységbe kerül a transzcendenssel, és jobban integrálódik a közösségbe.

Az egyház önmeghatározása szerint is kommunió, azaz személyek és közösségek egysége, ezért „az egyház kommunikációs gyakorlatának példamutatónak kell lennie, tükrözve a szavahihetőség, a megbízhatóság, az emberi jogok iránti érzékenység és más fontos alapelvek legmagasabb szintjét” (*Aetatis Novae* 10. paragrafus).

*Negyedszer* új egyházmodellek alakulhatnak ki, a helyi közösségek új formái. Az emberi interakciók újszerű szerveződései lehetővé teszik egy-egy közösség számára, hogy megújuljon a liturgikus élet, a hitoktatás korszerűbb formái, a kormányzás és a döntéshozatal részvételibb lett, ami azt jelenti, hogy immár az egyéni karizmák hozzák létre a kölcsönös támogató közösség harmóniáját. Szervezetté váltak a rendszeres találkozás új formái: bibliakörök, a házas hétvége mozgalom, hétvégi elvonulások, zarándoklatok stb.

*Ötödször*, kialakulhattak a szolgálatok új formái, különösen a pap/lelkész szerepében, ami abban nyilvánult meg, hogy a hagyományos fentről lefelé szervezés és kontroll csökkent, miközben a részvételi és horizontális kommunikációs stílus lépett a helyébe. A vezetés új képzései nyertek teret, mert az új kommunikációs helyzet új készségeket kíván.

Az itt felsorolt öt spekulatív aspektus az egyház kommunikációjában összefügg egymással, és együtt adják egy sajátos kulturális periódus kommunikációs karakterének általános stílusát és stratégiáját. A lépték és a kommunikációs forma nagy változatosságot mutat, mert ma az egyház a tömegtájékoztatási eszközök révén (beleértve a hagyományos és újmédiát) soha nem ismert módon tette az egyházat nemzetközivé, multikulturálissá (O'Malley 20209. VI. Pál pápa úgy fejezte ki magát, hogy „az egyház bűnösnek érezné magát az Úr előtt”, ha nem használná a médiát evangelizálásra (*Evangelium nuntiandi* 1975: 45). II. János Pál pápa a médiát „a modern kor első Aeropáguszának” nevezte, és kijelentette, hogy nem elég a médiát arra használni, hogy egyszerűen terjesszük a keresztény üzenetet és az egyház autentikus tanításait (*Redemptoris missio* 1990: 37), azt a modern kommunikáció által alkotott „új kultúrába” kell öltöztetni”. Manapság ez egyre fontosabbá válik, hisz a média már nemcsak

erőteljesen befolyásolja az emberek gondolkodását, hanem maga „az emberi tapasztalat nagymértékben média-tapasztalat” lett (Tömegtájékoztatás Pápai Tanácsa 2002).

## Modernitás és pluralitás

Az egyház a II. Vatikáni Zsinat előtti szemléletében úgy tekintett magára, mint egy „tökéletes és szent” szubkultúrára a felvilágosodás óta megromlott szekuláris világban. Ez az elképzelés könnyen hihető is volt egészen a 18. század végéig és még később is, főként azokban az országokban, amelyben az egyház tagjai a többséget alkották, és az egyház könnyen élt azzal a történelmi-politikai helyzeti előnyével, hogy kontrollálhatja az információt és a saját magáról kialakított nyilvános képet, köszönhetően annak a privilegizált kapcsolatrendszernek, amit az állammal vagy a vezető elittel kötött. Évszázadokon át ugyanis a „*Cujus regio, ejus religio*” volt a vezérelv, de a 18. századi liberális társadalmi elvek egyre növekvő pluralista és szekuláris nyilvánosságot teremtettek meg, főként a politikai elitben és az értelmiségi körökben, miközben a vidéki kisvárosok és a falvak továbbra is zárt és hagyományos értékrend szerint élték az életüket.

A 19. században a pluralizmus és az ideák szabadpiaca magával hozta, hogy a nagyobb néptömegek is magukévá tették ezeket az új értékeket. Az iparosodás Európában és Amerikában a vidéki földművesek millióit vonzotta a városokba. Az addig önálló kis föld- és kézműveseket fegyelmezett gyári munkaerővé és formális bürokratákká alakította. A gyerekeket és fiatalokat az általános és kötelező oktatáson át a liberális és a demokratikus ipari társadalomra szocializálták. Miután pedig minden társadalmi osztály és régió egyetlen nemzeti és nemzetközi rendszerbe szerveződött, a tömegtájékoztatási eszközök úgy jelentek meg ebben, mint egy közös, mindenki számára elérhető informális és kulturális nyilvánosság fórumai. Ennek legelső eszközei az olcsó napilapok (tabloidok) voltak, amelyek megjelenése intézményesítette a tömegtájékoztatást.<sup>19</sup> És végül, az újabb és újabb kommunikációs technológiák megjelenésével (hangrögzítés, film, rádió és televízió), szinte azonnal ugyanaz a tömegpiaci elv érvényesült az esetükben. Ezek az új tömegtájékoztatási eszközök nagyban meghatározták és fokozatosan átírták az egyháznak a szélesebb társadalommal folytatott kommunikációját.

## A média új eszközei és a jóléti társadalom

A tömegtájékoztatási eszközök mindent megtettek, hogy a felhasználók minél szélesebb elérése érdekében semleges fórumnak mutatkozzanak a politikai és vallási kérdésekben. Az újságok látszólag objektivitásra törekedtek, hogy az olvasók maguk döntsék el, mi igaz a tényekben, mi szolgálja jobban a saját érdeküket. A tudósításon túl azonban egyre nagyobb lett az igény arra, hogy ne csak tényeket közöljenek, hanem lehetőleg minden olyan eseményt ismertessenek, értékeljenek, elemezzenek, amely érdeklí a nyilvánosságot, és amely az egész nemzet előtt megvitatható lehet. A média azzal legitimálta saját privilegizált szabadságát, hogy úgy tüntette fel magát, mint ami védi a nyilvános érdeket, és leleplezi, kritizálja az arrogáns és hatalmaskodó arisztokrata elitet. Az „ötletek piacának” viszont az lett a várható következménye, hogy mindazt, amit „megvett” a többség, magán tudhatta az igaz és morális elfogadás pecsétjével. Ennek következtében, ha bármiféle vallási vagy egyházi szervezet szerette volna saját gondolatát, világnézetét „eladni”, ahhoz meg kellett tanulnia a szabad, semleges

---

<sup>19</sup> Egyes helyen csak azért emelték meg az árakat, pl. Nagy-Britanniában, hogy elejét vegyék a munkásosztályok forradalmi hangulatának egy-egy eszme gyors elterjesztése által. A folyamatot azonban nem lehetett megállítani, mert a reklámok megjelenése olyan olcsóvá tette, hogy a legszegényebbek is megvehették a napilapokat.



tömegtájékoztató társadalmi dramaturgiáját, hogy ne tűnjön nyers vagy manipulatív propagandának.

Az új médiakörnyezet egyre inkább eltért a megszokott közszolgálati formáló-informáló stílusától, és magára öltötte a szórakoztatás népszerű formáit (bulvár, katasztrófa, háború, gazdagok/celebek életstílusa stb.). Az iparosodás hozta a folyamatos mobilizációt, a hétfégi elutazásokat, a rendszeres szabadságot és pihenőt. A média pedig kiszolgálta a szórakozni vágyók igényeit. Az élet gondterhelt napjaiból egy olyan világba vitte a fogyasztót, amely a képzelőerőt élénkítette, a személyes élet értelmét kiszélesítette, és ezt olyan drámai (egzotikus és extatikus) fordulatokkal tette, amilyeneket csak a tévé, a rádió, a film, a zene tud szolgáltatni. És mivel ezek a médiumok lényegében történeteket mesélnek, hősekkel és antihősekkel, problémafelismeréssel és -megoldással, így sokszor magára vállalta a moralizáló-vallási értékek népszerű jelentéstulajdonításának is a szerepét. Napjainkban sem túlzás azt állítani, hogy a vallási imagináció egyaránt megjelenik a tömegmédiá szimbolizmusában (lásd. *A Gyűrűk Ura*, *Hobbit*, *Harry Potter*-gyerekgények, *Disney* vagy *Marvel* szuperhősfilmjei stb.).

Hagyományosan minden társadalom megtalálta annak a módját (főként vallási rítusaiban), hogy megerősítse és megismételje történelmének mitikus eredetét, a közös sors érzését. Ma a média szolgáltatja ezt az érzést, miközben folyamatosan informál is más kultúrák másféle történeteiről, amelyek által új világnézetet, ismeretlen szubkultúrák együtt létezését kínálja. A felhasználó ezáltal folyamatosan megkérdőjelezi mindazt, ami magától értetődő, vagyis saját közösségének a hagyományos bölcsességét, a közösségi hiedelmeket és konstrukciókat a számtalan alternatív életértelmezéssel szemben.

## Az egyház reakciója a média valóságára

Ezekre az általános társadalmi változásokra, amelyek lassanként egy plurális és mediatizált kultúrát teremtettek meg, az egyház ellenségesen válaszolt (*Mirari Vos* 1832). Kezdetben, mivel csak a liberális értelmiségiek és politikusok eszközét látta benne, kontrollálni próbálta, majd megtiltani tagjainak a használatát (*Lamentabili sane exitu* 1907). A 19. században lényegében az egyház úgy védekezett a modern társadalmi folyamatokkal szemben, hogy megteremtett egy katolikus szubkultúrát. Olyan ellenkultúrát mozdított elő az iskoláiban, a keresztény ihlettségű politikai pártokban, az ifjúsági mozgalmakban,<sup>20</sup> a szakszervezetekben, amelyek védelmet nyújtottak a szekuláris-plurális világgal szemben. Ennek az lett a következménye, hogy a 20. század elejére az egyház és a „világ” között a szakadék szinte áthidalhatatlanná vált. Az egyház úgy mutatkozott meg a folyton változó és felbukkanó új eszmékkel és világnézetekkel szemben, mint a hagyomány és az emberi bölcsesség időtlen megőrzője, legyen az a család intézménye vagy a közösség élete. A teológiai totalizáló erővel értelmezte az örök igazságokat a változó hipotézisekkel, agnoszticizmussal és gyakorlati pozitívizmussal szemben (*Aeternis Patris* 1879, *Pascendi Dominici Gregis* 1907). Az egyház társadalmi tanítása harmonikus és biztos válaszokat adott az emberi és össztársadalmi problémákra, amelyek az új világnézetek következtében véget nem érő vitákba torkolltak. A katolicizmus egyre inkább az európai magas kultúrával, művészettel és irodalommal azonosította magát, miközben lenézte, elutasította, vulgárisnak találta a tömegkultúrát, és komolytalannak ahhoz, hogy foglalkozzon vele. A teológia pedig úgy értelmezte az egyházat és a katolicizmust, mint a természetfeletti megjelenését a történelemben, amelyben a világi kultúra nem más, mint a „megváltatlan” természet.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Magyarországon többek között a KALOT, KALÁSZ, Népfőiskolák.

<sup>21</sup> Ezt az egyházi magatartást jól tükrözi az I. Vatikáni Zsinat (1869–1870) szelleme, létrejöttének apropója. XIII. Leo pápa *Rerum Novarum* (1891) kezdetű társadalmi enciklikája nagy fejleményt

## A média is része az „idők jeleinek”

A II. Vatikáni Zsinat fordulata abban állt, hogy az új teológiák már nem a „világ fölött” zajló eseménynek tekintették Isten megváltó tevékenységét, hanem a társadalmi-gazdasági-politikai fejlődés folyamatában zajlónak.<sup>22</sup> Az egyház is belátta, hogy ennek egyik kifejeződése épp a tömegmédiá, amely folyamatosan szolgáltatja a kor vallási képzelőerejét.

Az egyház a médiát azon történelmi-tudományos fejlődés egyik végtermékének látja, amely által az emberiség a teremtés egészében rejlő lehetőségek és értékek felfedezésében egyre messzebbre eljut.<sup>23</sup> Ezért az egyház többször kifejezte meggyőződését – a II. Vatikáni Zsinat szavaival –, hogy „a technika bámulatos találmányai” már most is sokat tesznek az emberi szükségletek kielégítésében, de még ennél is többet tehetnek. Az egyház tehát alapjában véve pozitívan viszonyul a médiához.<sup>24</sup>

A zsinat arra ösztönözte a keresztényeket, hogy minél teljesebben vegyenek részt a széles társadalom emberi és közösségi fejlődésében. Elfogadta, hogy a társadalom plurális, és hogy a részvétel csak úgy sikeres, ha az más felekezetekkel és vallásokkal karöltve történik, nem utolsósorban olyan világi csoportokkal, amelyek a társadalom igazságosságán fáradoznak. Az egyház – belátva, hogy azt már nem kontrollálhatja – az evangelizáció új *Aeropaguszának* tekintette a médiát. A kivonuló attitűd helyett részt vett a nyilvános vitákban, főként amikor a szegények és kizsákmányolt csoportok érdekét védte a jóléti, gazdag elittel szemben. Az egyház fokozatosan lett az emberi személy méltóságának és szabadságának a szószólója az egyre inkább eluralkodó multinacionális vállalatokkal szemben, amelyek a személytelenséget és a hatékonyságot célozzák bürokratikus rendszereik által.

Katolikusnak vagy kereszténynek lenni már nem egy szubkultúrában való „védett” létet jelent, hanem olyan kihívást, amely áthatja, átalakítja azt a társadalmat, amelyben él. A tömegtájékoztatás világában, amelyben a propaganda, a reklám, és a PR tevékenység a hatékonyság eszköze, az egyház paradox módon az önzetlen, önérdék nélküli felebaráti szeretettel tudta leginkább megjeleníteni önmagát. Az egyház felismerte, hogy kommunikációs sikere nem a médium birtoklásában, kontrollálásában vagy éppen az önálló tartalomgyártásban van, hanem annak a ténynek a felismerésében, hogy a hit továbbra is benne él a modern kori narratívákban, az aktuális társadalmi diskurzusokban, a szórakoztató médiumok reprodukciós mítoszaiban és kulturális értékeiben. Ezért úgy kell szólnia és tennie, hogy annak az össztársadalom számára, hívónek és hitetlennek egyaránt mondanivalója legyen.

## Az egyház inkulturációja<sup>25</sup> és a világ kontextusa

---

mutatott, mert benne az egyház észrevette, hogy elveszítette a munkások nagy tömegeit, és felismerte a felelősségét azokkal szemben, akik a nagy ipari vállalatok kiszolgáltatottjai.

<sup>22</sup> Felszabadítás teológiája: Gutierrez., G., (1988) *A Theology of Liberation: History, Politics, and Salvation*. New York, Orbis Books; Boff, L., (1986) *Ecclesiology: The Base Communities Reinvent the Church*. New York, Orbis Books.

<sup>23</sup> II. Vatikáni Zsinat, *Inter mirifica*, Dekrétum a tömegtájékoztatási eszközökről, 1.

<sup>24</sup> Például *Inter mirifica*, VI. Pál és II. János Pál üzenetei a tömegtájékoztatás világnapjai alkalmából, A Tömegkommunikáció Pápai Tanácsa, *Communio et progressio* c. lelkipásztori határozata, Pornográfia és erőszak a kommunikációs eszközökben: Lelkipásztori válasz, *Aetatis novae* c. lelkipásztori határozat, Etika a Reklámban, Etika a tömegkommunikációban.

<sup>25</sup> Inkulturáció: az evangélium beépítése a népek helyi kultúrájába. A missziós tevékenység alapkérdése: hogyan képes a magával hozott kultúra sajátosságait elfogadtatni az új környezetben, ill. mennyire kell a befogadó kultúra sajátosságait beépíteni az evangelizációba. (<http://lexikon.katolikus.hu/I/inkulturáció.html>)

A II. Vatikáni Zsinat előtt az egyház önmeghatározása szerint egyetemes és tekintélyes tanító, amely arra hívatott, hogy az örök igazságokat képviselje. Vallotta ugyan, hogy az emberek a maguk értelme által is eljuthatnak a végső igazságra, de az teljességében és tévedhetetlenségében csak az egyház tanításában van jelen. Ezt a tudást pedig szavak és formulák által közvetíti, a képzelőerőnek és az érzelmeknek nem ad teret (Gánóczy 2006: 62–84). Az isteni igazságok felette állnak a történelem és kultúra változó kontextusának, következésképpen egyetemesen és magától értetődően iránymutatásként szolgálnak a hit és erkölcs dolgában bárhol a világon. Ez a kizárólagos kommunikáció nem tűrt meg kételyt és kérdőzést, csak lojalitást az egyház mögött álló tanítói tekintéllyel szemben. És mivel „*az egyházon kívül nincs üdvösség*” elve érvényesült, az egyháznak erős motivációja volt a misszió és a tanítás média általi instrumentalizálása. Végeredményben egy szakrális elit informált, formált és diktálta a jó ízlést.

A váltás oka és folyamata természetesen nagyon komplex, de a társadalmi átalakulások mellett a központi fordulópontot az is adta, hogy a történelmi-társadalmi új, kritikus tudományos vizsgálódások rámutattak arra, hogy a szakrális szövegek is egy bizonyos kor termékei, annak minden kontextualitásával, magukon viselik az irodalmi műfajok (metaforák, szimbólumok, hasonlatok, mítoszok) kulturális és nyelvi sajátosságait. Eppen ezért az értelmezés fontosabb, mint a szövegekben foglaltak szó szerinti elfogadása és mindenáron való megvédése. Meglepetésszerűen hatott, hogy az intuíciónak és a hétköznapi élet kínálta képzelőerőnek nagyobb (szervező) szerepe van a szimbólumok kialakulásában, különösen a vallásban, mint azt addig gondolták. Az emberi (közös-kölcsönös) tudásnak széles spektruma van, és ezek mindenhol megjelennek az emberiség vallásgyakorlatában, a művészetekben és a zenében egyaránt. Ezek felfejtése segített megérteni, hogy a mai ember vallási képzelőereje szintén benne rejlik a jelenkori médiumokban, köztük a filmművészetben, de még a legnézettebb televíziós műfajokban is. Ez az újfajta tudás tette lehetővé, hogy lassanként híd képződjön a teológia és a tömegmédia kultúrája között. A II. Vatikáni Zsinat pedig nagyobb részvételre bátorította tagjait a szekuláris világban.

## Közösség és participáció

Az 1830 és 1950 közötti egyházi megújulást nagyrészt a helyi közösségek megtérési tapasztalata adta. A hatékony kommunikáció feltételei a nagy szónoki beszédek és a mély érzelmeket kiváltó retorikai eszközök voltak. Ezeknek a misszióknak nagy része a Szent Ignáci lelkiségben<sup>26</sup> gyökerezett, melynek témáit az erkölcsi élet, az egyház tekintélyének fenntartások nélküli elfogadása és a jámborsági gyakorlatok végzése szolgáltatta.

A második világháború utáni időben ezek az addig jól működő kommunikációs stratégiák csődöt mondtak. Az idősebb generáció számára jelentett még valamiféle folytonosságot, de a fiatal, új tömegkultúrába született generációnak idegen volt.

A katolikus egyház azóta is keresi a megoldást erre a korszakváltásra, hol sikeresen, hol sikertelenül, de mára jól kimutatható, hogy igazi vallási megújulással a kisközösségek és élménycsoportok szintjén találkozunk, ahol az uralkodó kommunikációs formák segítségével a részvétel és az egyenértékű kifejezőmód az alap. Ez olyan kezdeményezésekben mutatkozik meg, mint az imacsoportok, a karizmatikus megújulás, a bibliacsoportok, a szociális tevékenység és egyéb bázisközösségek: *cursillo*, házasság hétvége, házassági felkészítő, ifjúsági csoportok, függőséggel küzdők csoportjai, az egyre népszerűbb *caminók* stb. (Korpics 2020). Ezen megújulási mozgalmak közös eleme a nyitott, meghitt személyes tapasztalat megosztása, az affektív ima gyakorlata, a gyógyulás előmozdítása, a szubszidiaritás, azaz a felhatalmazó

<sup>26</sup> Loyolai szent Ignác 16. századi szent. A Jézus Társasága (jezsuita) katolikus szerzetesrend alapítója.

vezetési stílus, a részvétel, az egység megélése stb. A csoportbeszélgetések bátorítólag hatnak a részvételre, érzékenyebbek a különbözőségekre, a kulturális kontextusokra, a személyes történetekre.

Az elmúlt évtizedekben a helyi egyházaknak ezen tapasztalatai lassanként beszivárogtak az egyház vezetői színtereire is, ahol elfogadásra és gyakran bátorításra találtak, ott is előidézve a párbeszéd-típusú, horizontális kommunikációt. Az új egyházszervezeti modell már nem a tökéletes, hierarchikus társadalom, hanem a kommunió, amelyben a kölcsönös megértés, elfogadás és cselekvés uralkodik. Ha a helyi közösségeknek ezt az egymáshoz kapcsoltágát kommunikációs terminológiában akarjuk kifejezni, akkor a számtalan modell közül talán a rituális kommunikáció a találó. Eszerint egy társadalom kommunikációja akkor működik jól, ha tagjai együtt alkotnak, ünnepelnek, és formálnak kollektív identitást.<sup>27</sup>

## Kommunio mint új szervezeti forma

Napjaink egyházi tudatosságában és gyakorlatában az látszik, hogy az egyház akkor tölti be küldetését, ha a fentnevezett kölcsönös megértés és elfogadás élő tapasztalatként van jelen. Ebből pedig az is következik, hogy a keresztény közösségek szeretetkapcsolata (kommunioja) a leghatékonyabb evangelizáló eszköz, szemben az agresszív térítői szándékkal vagy intellektuális érveléssel. Az emberek akkor vonzódnak az egyházi közösséghez (vagy térnek oda vissza), ha felismerik sebzettségüket, és megtapasztalják a lelki gyógyulást, az előítéletmentes befogadást és támogatást, amit egy személytelen (tömeg) társadalom nem tud megadni. Nem csoda, hogy sokan bizalmatlanok az olyan típusú vallási tömegtájékoztató eszközökkel szemben, amelyek a térítést hangsúlyozzák. A mai ember tudatában van annak, hogy a média manipulál, éppen ezért a kisközösségek kommunikációját hitelesebbnek éli meg. Ebben az új egyházmodellben a kommunikáció két dimenziójával találkozunk: egyrészt a kulturális értékeknek és társadalmi projekteknek egy állandóan változó történelmi kontextusában a folyamatos közösségi megkülönböztetéssel (*deliberatio communitaria*), másrészt, a folyamatos párbeszédre való készség azzal a szekuláris világgal, amely plurális és kultúrája mediatiszt. Dulles szerint „az egyház kommunikáció”, és ez a típusú egyházmodell különösen megfelel a tömegmédiával által átszőtt társadalomban erős igényként megjelenő részvételnek, a nyilvános vita vagy a szabadság- és véleménynyilvánítás magától értetődőségének, amely a modern ember egyik alapvető igénye.

## Szolgáló vezető – új papi/lelkészi identitás

Az új vallási kommunikációs formák és a szolgáló egyházszervezeti modell ellenére a pap/lelkész szerepe központi kérdés marad mind a keresztény közösség, mind az egyház kommunikációja szempontjából. Ő ugyanis az a szervezeti kommunikációs ágens, aki egyszerre része az egyház hierarchikus szintjének, miközben közvetlenül kapcsolatban áll a közösség tagjaival. Szervezeti identitásából következően arra hivatott, hogy a kultikus és karitatív cselekedetek gyakorlásával betöltse funkcionáriusi szerepét. A zsinat előtti szerepe a tanítói (és adminisztrációs) volt, hogy hit és erkölcs dolgában a helyes válaszokat adja a híveknek. A zsinat után ez a szerep nagyban átalakult: előtérbe került a kommunikátoré. Az új egyházszervezeti modell felfogásnak megfelelően tehát már nem a fentről lefelé beszélő és kioktató, hanem a szolgáló, aki érzékeny az emberek problémáira, és velük együtt keresi a megoldás új útjait. Ennek az új identitásnak máig érezhető

<sup>27</sup> A média mint rituális tevékenység J. Carey nevéhez fűződik, amely szerint az üzenet nem az átadásban, hanem a közös tapasztalatban és értelmezésben van.

kiforratlansága abból fakad, hogy a hagyományos kultikus és tanító szerep nem tűnt el, de hozzáadódott számtalan olyan tanácsadói, szociális és koordináló feladat, amely túllép az egyén formális felkészültségén, miközben – sokan vélik úgy –, hogy legfőbb feladata a közösség lelki víziója kellene hogy legyen, vagyis annak a képessége, hogy itt és most felmutassa közössége tagjai számára „a remény jeleit”. Az értékek és értelmezések túlkínálatában a mai ember gyakran találja magát krízishelyzetekben, amelyek megingatják a hétköznapi élet alapjait, és ilyenkor olyan motiváló szimbólumokra vágyik, amelyek segítenek fókuszálni és eligazodást találni. Ezeket közösen kell keresni, hogy a történetek mind az egyén, mind a közösség számára értelmezhetőek legyenek. Másként: ha egykor a pap/lelkész felkészültsége alapos doktrínai és formális iránymutatást jelentett, ma sokkal fontosabb a személyes tapasztalata, amelyet vallási és spirituális értelemben is artikulálni tud közössége számára. Kommunikációja akkor lesz sikeres egy mediatisztált kultúrában, ha érzékeny azokra a tömegmédiával kreált szimbólumokra, mítoszokra és történetekre, amelyek a ma embere vallási képzelőerejének a forrásai.

## Összegzés

A II. Vatikáni Zsinattal elindult kezdeményezés nem ért véget, és a folyamatosan érkező kihívások, valamint a külső-belső ellenállások<sup>28</sup> a változásra egy felgyorsult világban még inkább megnehezítik az egyház helyzetét, amely történelménél és földrajzi méreténél fogva is a mérlegelésre és a diplomatikus, lassú lépésekre van berendezkedve. A modern kor információs és médiakommunikációs közege, amelyet – leegyszerűsítve – az egyidejűség és a közvetlen elérhetőség jellemez, az egyház hagyományos magatartása egyszerre előny és hátrány, esettől és kontextustól függően. Nincs általános válasz arra, hogy mi a helyes vagy helytelen, sikeres vagy sikertelen kommunikáció. Tény, hogy ezek az új stílusok és stratégiák ritkán vagy sohasem szakemberek kis csoportjának a tervezései szerint alakulnak, hanem sokkal inkább a tagok válaszai alapján világszerte, amely sohasem teszi fölöslegessé az elemzést és a reflexiót, főként a konszenzuseresést.

A VI. Pál pápa által felkarolt „szinodális út” gondolatát 60 év után Ferenc pápa most megpróbálja az egyetemes egyházra alkalmazni. Erre, a világ legnagyobb keresztény egyházának a szervezetében történő kezdeményezésre, amely egy adekvátabb szervezeti, ún. szinodális és részvételi kommunikációs stratégiát alkalmaz világszerte, kívülállókként is kíváncsisággal tekinthetünk.

---

<sup>28</sup> A II. Vatikáni Zsinattal elindult irány folyamatos külső-belső bojkottálás tárgya volt. A zsinati dokumentumokban megfogalmazott újítások nagy része nehézkesen vagy egyáltalán nem került implementálásra. Az ún. „maradi” és „haladó” teológusok közötti szakadék egyre nagyobb lett, az ideológiák szintjén egyesek a *Communio*, míg mások a *Konzilium* folyóiratok mögé sorakoztak fel. A viták lezárására 1985-ben, húsz évvel a II. Vatikáni Zsinat után egy visszatekintő és összegző püspöki szinódusra került sor a Vatikánban, amelynek eredményét 1992-ben tette közzé a Hittani Kongregáció: „*Communio Notio: Some Aspects of the Church Understood as a Communion*” címmel. Ez lényegében figyelmen kívül hagyja az ún. „haladó” teológusok (H. Küng, L. Boff) nézeteit és egy többdimenziós, eszmei kommunio-ekkléziológia mellett teszi le voksát. (Bővebben lásd.: Kovács Lajos SJ (2016) *Az Egyház mint kommunikáció*, Budapest, Jezsuita Kiadó, 122–130.)

## Bibliográfia

- Adrianyi G. (2004) *A Vatikán keleti politikája és Magyarország 1939-1978. A Mindszenty-ügy.* Budapest, Kairosz Kiadó.
- Andok, M. (2020) *Digitális vallás – Az új információs technológiák hatása a vallásokra, vallási közösségekre Magyarországon.* Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó.
- Balthasar, H. v U. (1978) „Current Trends in Catholic Theology and the Responsibility of the Christian”. *Communio*, 5.
- Berger, L. P. (1969) *The Sacred Canopy, Elements of a Sociological Theory of Religion.* New York, Anchor Books.
- Congar, Y. (1969) *The Mystery of the Church.* Baltimore, Helicon.
- Cserháti József (1990) *Fényvillanások a hosszú éjszakában, Dokumentációs visszaemlékezés a vallásüldözés harminc évéről,* Pécs, szerzői kiadás.
- Dolan, J. (1978) *Catholic revivalism: the American Experience 1830-1900.* Notre Dame, University of Notre Dame Press.
- Dulles, A. (2003) *Az egyház modelljei,* Budapest, Vigilia.
- Dulles, A. (1992) „*The Church is Communication*”. Roma, Multimedia International.
- Ellul, J. (1954) *La Technique ou L’Enjeu de siècle.* Paris, Armand Colin.
- Gánóczy, S. (2006) *Bevezetés a katolikus szentségtanba.* Pannonhalma, Bencés Kiadó.
- Kálmán P. P. (2014) *A Magyar Katolikus Egyház helyzete a kádári egyházpolitika első éveiben a teológiai összefüggések tükrében,* PPKE, doktori disszertáció.
- Kress, R. (1985) *The Church: Communion, Sacrament, Communication.* New York, Paulist Press.
- Korpics Márta (2020) *A késő modern vallásosság közösségi mintázatai.* Budapest, KRE – L’Harmattan Kiadó.
- Kovács Lajos SJ (2016) *Az Egyház mint kommunikáció.* Budapest, Jezsuita Kiadó.
- Lonergan, B. (1992) *Insight: A Study of Human Understanding.* Toronto, University Press.
- Máte-Tóth A. (2013) *Vallási kommunikáció és vallásdiskurzus.* Budapest, L’Harmattan Kiadó.
- O’Malley, J. W. (2020) *A pápák története. Pétertől napjainkig.* Budapest, Jezsuita Kiadó.
- Rahner, K., (1974) *The Shape of the Church to Come.* London, SPCK.
- Sperber, J. (1984) *Popular Catholicism in nineteenth-century Germany.* New Jersey, Princeton University Press.
- Tomka Ferenc (2005) *Halálra szántak, mégis élünk! Egyházüldözés 1945-1990 és az ügynök-kérdés,* Budapest, Szent István Társulat.
- Tomka Ferenc (1997) *Intézmény és karizma az egyházban – Vázlatok a katolikus egyház szociológiájához,* Budapest, Márton Áron Kiadó.
- Schillebeekckx, Ed. (1996) *Church, The Human Story of God.* New York, Crossroad.
- Soukup. A. P. (1989) *Christian Communication: A Bibliographical Survey.* New York, Greenwood Press.

Vallier, I. (1970) *Catholicism, social control, and modernisation in Latin America*. New Jersey, Prentice Hall Inc.

Wildmann, J. (2006) *Egy reformzsinat üzenete, Gyakorlati teo-trilógia I-III*. Pécs, Egyházforum.

### ***Egyéb források***

*Evangelium nuntiandi*. Apostoli levél, kelt 1975. 12. 08.

*Redemptoris missio*. Pápai enciklik, kelt 1990. 12. 07.

*Az egyház és az Internet*. Tömegtájékoztatás Pápai Tanácsa, 2002.

*Mirari Vos*. XVI. Gergely pápa, 1832. 08. 15.

*Lamentabili sane exitu*. X. Piusz pápai sillabusz, kelt 1907.

*Aeternis Patris*. XIII. Leo pápa enciklikája, kelt 1879. augusztus.

*Pascendi Dominici Gregis*. X. Piusz pápa enciklikája, kelt 1907. 09. 08.