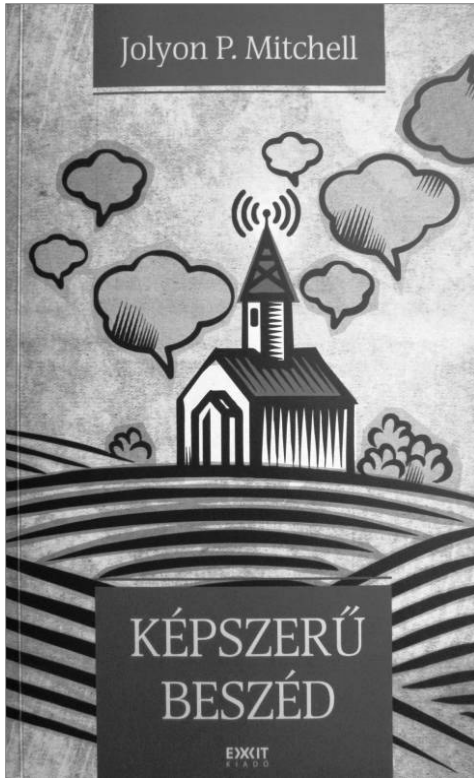


Jolyon P. Mitchell: *Képszerű beszéd.*

Ford. Beke Boróka, Roth Levente. Exit Kiadó, Kolozsvár 2017.

ISBN 978-973-7803-33-7, 218 old.



Ha a könyv főcíme – *Képszerű beszéd* – esetleg nem keltette volna fel eléggé a tisztelt olvasó figyelmét, akkor hátha megteszi ezt az eredeti kiadás alcíme, amely így szól: *A rádió és a prédikálás reneszánsza* (*Radio and the Renaissance of Preaching*). Persze így is akadhatnak kételkedők, akik szkeptikusan gondolhatnak arra, hogy az új média korában miként is jöhet szóba egyáltalán a rádió mint valamilyen etalon, illetve hogyan beszélhetünk a prédikálás újjáéledéséről most, amikor mintha azt tapasztalnánk, hogy az lé-

péshátrányba került az egyéb kommunikációs eszközökkel szemben.

Pedig a könyv szerzője, Jolyon P. Mitchell, az edinburghi egyetem kommunikáció, művészetek és vallás tanzékének vezető professzora erre keres választ: miként tudnának a lelkészek jobban prédikálni ebben a média uralta világban. Azt próbálja felvillantani, hogy – bár évtizedek óta sokan kongatják a vészharangokat – lám, a rádió és a prédikálás is tovább él, és helyet követel magának a „kommunikációs piacon”. Sőt a prédikálás a rádió példájából okulva meg is újulhat, és ehhez csupán az szükséges, hogy a lekipásztorok tanuljanak a rádiós kommunikálás eredményeiből.

Mitchell szerencsés helyzetben van, mert egyik „oldal” sem vádolhatja diletantizmussal: egykori lekipásztorként ismeri a „klasszikus”, a „régimódi” tanításait, kommunikációs szakemberként pedig ismeri a kortárs médiafogyasztási szokásokat. Ehhez társul az is, hogy valamikor a BBC rádiós újságírója és producere volt, tehát azt sem lehet felróni neki, hogy nem értené a szakmát. Ennek ellenére – ismerjük el – azért komoly bátorság kell ahhoz, hogy valaki az ezredforduló tájékán értekezzen a rádiózás fényes jövőjéről, illetve a prédikálás újjászületéséről.

Érdeemes rögzíteni a kiindulási pontot, ahogyan azt ő maga egy korábbi tanulmányában megfogalmazta: a lel-

készek magas szintű kommunikációt folytató társadalomban élnek és alkotnak, s ilyen körülmények között már egyre nehezebb figyelni a valamikori prédikálásra jellemző „szószéki monológot” (ld. Mitchell, Jolyon P.: *Preaching in an Audio-Visual culture*. In: *Anvil. An Anglican Evangelical Journal for Theology and Mission* 14, (1997/4), 262–272. Az audiovizuális kultúra egyik hozadéka az, hogy a televízió és a rádió megváltoztatta az emberek odafigyelésének a módját: néha csak „háttérzajként”, máskor pedig igazi „házi bálványként” szolgáltatja folyamatosan az ingereket. Ez megnehezítette a prédikálás feladatát komolyan vevő lelkész munkáját is, merthogy tudomásul kell venni: „a prédikátor ma csupán egy amatőr a profi kommunikátorok világában, és már nem ő az egyetlen tanult ember a faluban.” (Mitchell, Jolyon P.: *Preaching in an Audio-Visual culture*, 262.)

Mitchell ezeket a gondolatokat az 1990-es évek végén írta, amikor már 1981 óta dübörgött az MTV (a Music Televisionra gondolok) első dala: *A video megölte a rádiószótárt* (*Video Killed the Radio Star*); és Madonnának a *Papa, don't preach!* (*Apa, ne prédikálj!*) című klipje arról harsogott, hogy a prédikálás ideje lejárt. Azóta eltelt majdnem 20 esztendő, és a rádió tovább él; és – hála Istennek! – a prédikálás sem „ment ki divatból”. Sőt ha akkortájt a rádióknak és a prédikálásnak legfeljebb csak a televízió jelentett konkurenciát, ma ott van a világháló meg a közösségi média számtalan ágaboga, sőt – valljuk be – a prédikálásnak maga a rádió is konkurensévé vált, hiszen az istentiszteletek már otthon-

ról, élő közvetítésben is hallhatók. Ha már akkor válságról beszéltek, akkor ma vajon mit mondhatunk? De ne szaladjunk előre.

A tévé megjelenésével a rádió halálát jósolták meg, de íme, a rádió tovább él, sőt azt lehet mondani, hogy virul. A brit BBC és az amerikai NPR (National Public Radio) ma is szakmai csúcshoz számíthat. Felmérések szerint 2016 utolsó negyedében a Brit Királyság felnőtt lakosságának 90%-a, azaz 48,7 millió ember hallgatta kedvenc rádióműsorait, ami 445 000-rel több az előző évihez képest. A 15 évesnél idősebb hallgatóság heti 21 és fél órát hallgat rádiót, ebből 61 százalékot otthon, 16%-ot irodában, illetve 23 százalékot autózás közben (http://www.rajar.co.uk/docs/news/RAJAR_DataRelease_Infographic_Q42016.pdf). Az NPR-t hetente 36,6 millió amerikai ember hallgatja, és az amerikai média dömpingjében őket tekinti a legobjektívabbnak s így legmegbízhatóbb hírforrásnak (http://www.npr.org/about/press/NPR_act_Sheet.pdf).

A rádióhallgatás idehaza is népszerű. 2015-ös felmérésekből tudjuk, hogy az embereknek 64,7%-a hallgat rendszeresen rádiót (Kiss Tamás – Barna Gergő: *Médiafogyasztási szokások Erdélyben*; <https://issuu.com/lazarlehel/docs/mediafogyasztasi-szokasok-erdelyben/6>). Népszerűek a közszolgálati adók (például a marosvásárhelyi és kolozsvári rádióstúdiók), de egyre nagyobb szerepet kapnak a hazai kereskedelmi adók is (Gaga Rádió, Paprika Rádió). Azok, akik a rádió halálát vizionálták, azzal kell hogy szembesüljenek, hogy a rádiós piacon egyre több csatorna jelentkezik, és igény van rájuk.

Az adatokon és tényeken túl fontos tudatosítani a hallgatási szokások változását. Nagypapánk elbeszéléséből tudjuk, hogy micsoda közösségi élmény volt az 1953. november 25-i londoni „hat-három”, amikor a falvakban is tömegek gyűltek össze a tehetősebb szekrény nagyságú rádiókészülékkel rendelkező családoknál. Arra is emlékezzünk, hogy az 1990-es években a legendás címre pályázó rádiós, Mag Péter elérte azt, hogy a földműves emberek még a mezőről is hazajöttek a bukaresti rádióban jelentkező, 15 órakor kezdődő műsorára, mert meg kellett hallgatni, hogy „mit mond Mag Péter”, és hogyan „olvas bé (sic!)” a hatalomnak, illetve miként lesz a kisebbségi sorsban élő kisember szószólója.

Gondoljunk arra, hogy milyen népszerűsége tett szert idehaza egy-egy beszélgetős műsort vezető Robert Turcescu vagy Moise Guran, akik valójában „csak” fájó, időszerű kérdéseket feszegettek, teret adtak az embereknek, fogadták a telefonhívásokat, és engedték, hogy az emberek véleményét formálhassanak.

De nem elhanyagolandó az sem, hogy a családlátogató lelkész sokszor szembesül vidéken azzal, hogy a hívei ott ülnek a rádiókészülék előtt, és hallgatják a vallási műsorokat, mert ha sokszor nem is juthatnak el az istentiszteletekre, azért legalább az éteren keresztül meghallgatnák az Ige üzenetét. Milyen nagy szolgálatot tesz a katolikus Mária Rádió vagy az éppen tízéves fennállását ünneplő református Agnus Rádió a honlapjaikon visszakereshető műsorokkal, újrhallgatható istentiszteletekkel. Ezek az adók

közösségiként határozzák meg magukat; azt vallják, hogy náluk „a hallgató hallható”, és a főszereplő nem valamilyen híres sztár, hanem az egyszerű ember a maga gondoljaival, bajjaival.

E felsorolás után aligha beszélhetnénk a rádió válságáról. Igazat kell adnunk Mitchellnek abban, hogy beszélhetünk a rádiózás átalakulásáról, de semmiképpen sem megszűnéséről vagy a leáldozó csillagáról. A rádió él, virul, és nagyon sok ember számára őt a világgal összekötő köldökzsinór.

Na de mi a helyzet a prédikálással? – kérdezhetnénk. Korszerűtlen? Avítt műfaj? Kihalóban van? Esetleg válságba került?

Amerikában a prédikálást már 1928-tól kezdték temetni. Harry Emerson Fosdick, a valaha élt amerikai prédikátorok egyik legnagyobbika, a New York-i Riverside Church lelkészeként írt egy dörgedelmes cikket a *Harper's Magazine*-ba *What Is the Matter with Preaching?* (*Mi a baj a prédikálással?*) címmel, és a költői kérdést ő maga meg is válaszolta: az, hogy unalmas és korszerűtlen műfaj.

Az 1960-as évek nagy társadalmi mozgásai közepette, amikor a kaliforniai Berkeley lett a civiljogi mozgalom fővárosa, nagyon sok amerikai egyetemen megszüntették a homiletika oktatását azzal érvelve, hogy a prédikálásnak amúgy sincs jövője. Fred Craddock írja le, hogy pályakezdő tanár korában az egyik szenátusi gyűlésen arról szavaztak, hogy a szónoklattal helyett vezessék be a multimédiás kommunikáció oktatását, mert az sokkal előremutatóbb volna. Az is napirendi kérdés volt, hogy az egye-

temi templomban le kellene bontani a szószerkezetet, és valamilyen ülőalkalmatosságot kellene helyébe tenni, mert – amint mondták – a jövő a kiscsoportos beszélgetéseké (Craddock, Fred B.: *Inductive Preaching Renewed*. In: Allen Jr., O. Wesley (ed.): *The Renewed Homiletic*. Fortress Press, Minneapolis, Minnesota 2010, 42.). Szintén ő volt az, aki 1971-ben megjelent s azóta meghatározóvá vált *As One Without Authority* című könyvében a prédikálás válságáról, de az ebből kivezető lehetséges útkeresésről is beszélni kezdett. Kierkegaard egyik, Dániával kapcsolatos gondolatát ültette át az amerikai földre, ami így hangzott: „Nincs információhiány a keresztyén földön. Valami más hiányzik...” Ezt pedig arra értette, hogy Amerikában egy átlagos keresztyén ember sok mindent tud a Bibliáról, a vallásról és az egyházáról, de nincs benne szenvedély és odaadás a keresztyén ügyek iránt. A prédikációk tanítanak, de nem „forróítják át a kebleket”, nem ébresztenek vágyat a keresztyén élet gyakorlására (Craddock, Fred B.: *Overhearing the Gospel. Preaching and Teaching the Faith to Persons Who Have Heard it All Before*. Abingdon Press, Nashville, Tennessee 1978, 15.) „Halálra vasárnapi iskoláztattak bennünket”, betéve fűjtük a bibliai történeteket – mondja a kortárs homiletika egyik legnagyobbja, Thomas Long, amikor visszatekint ezekre az időkre – de nem volt az emberekben „személyes, egzisztenciális elköteleződés az evangélium ügye mellett”. Mindez pedig azért, mert a prédikációk nem gyújtottak lángot a szívekben, az emberek nem érezték, hogy az evangéli-

um hogyan lehetne releváns a mindennapi életben (ld. Long, Thomas G.: *Preaching from Memory to Hope*. Westminster John Knox Press, Louisville, Kentucky, 2009, 3). Egyértelművé vált, hogy a keresztyén szószerkeztés és benne a protestáns prédikálás is válságba került.

Válaszként az akkori válságra létrejött az amerikai homiletika megújítását célul kitűző új homiletika elnevezésű mozgalom, a *New Homiletic*. John McClure meghatározása alapján „az új homiletika olyan homiletikai mozgalom, amely a kései 1960-as évektől az 1980-as évek közepéig élt, és amely elfordult a racionális-kognitív homiletikai modellektől, és a párbeszéd, narratív prédikáló stíluson az indukción és képzelőerőn alapuló homiletikai modellt állította előnként” (McClure, John S.: *Preaching Words. 144 Key Terms in Homiletics*. John Knox Press, Louisville, Westminster 2007). A meghatározás helyénvaló, viszont a behatárolásról talán jobb, ha azt mondjuk, hogy az új homiletika az ezredfordulót is megérte. Jeles képviselőit, Fred Craddockot, David Buttrickot, Eugene Lowryt és Thomas Longot Jolyon P. Mitchell is gyakran idézi, és úgy véli, hogy az amerikai protestáns prédikálás az ő módszertani prédikálásuk nyomán született újjá. Ötven éven keresztül a jelszó a „hallgatókhoz való odafordulás”, a tekintélyelvűség száműzése, a formai és tartalmi kérdések összefüggése és a módszertani változtatások általi megújulás volt. A klasszikus retorika kifejezéseit használva, az *ethosz-pátosz-logosz* hármasságában a hangsúly a pátoszra került. Mai nyelven ez azt jelenti, hogy

a kommunikáció folyamatát meghatározó *szónok–hallgatóság–üzenet* útvonalon most már a hallgatók tapasztalata lett az uralkodó (Arisztotelész a hallgatóság meggyőzésében fontos szerepet tulajdonít az ethosz–pátosz–logosz hármasságának, azaz a szónok jellemének, a hallgatóságra való érzelmi hatásának, illetve érvei logikájának (ld. Arisztotelész: *Rétorika*. Ford. Adamik Tamás. Telosz Kiadó, Budapest 1999, 1356a.) Ezzel meg is született az empirikus homiletika.

Craddock induktív megközelítési módja azt tette lehetővé, hogy a lelkipásztorok szószéki beszédekben a hallgatók tapasztalatából kiindulva jussanak el a bibliai igazságokig. Buttrick módszere, amely a film világából ihletődött, azt sugallta, hogy a prédikációkat forgatókönyvszerűen kell megírni, és alkalmazni kell bennük a filmtechnika összes vívmányát. Lowry „narratív cselekménysora” azt mutatta meg: miként lehet úgy ígét hirdetni, hogy a prédikációban folyamatosan fennmaradjon a hallgatóság figyelmét ébren tartó szüszpansz, a jótékony izgalom. Thomas Long narratív stílusú prédikálásai pedig azt tették nyilvánvalóvá, hogy hatékonyan lehet hirdetni a bibliai üzenetet egy egyre inkább szekularizálódó társadalomban is.

Az 1960-as évektől az ezredforduló tájáig az amerikai szószék megújulásának voltunk tanúi. Az akkori lelkesedés ma már kihunyóban van, és ismét egyre többen kezdenek értekezni arról, hogy az ember nem annyira a füllel, hanem sokkal inkább szemmel érzékeli a világból érkező jeleket, és így a szóbeli prédikálás kora lassan leáldozóban van, merthogy az „ural-

kodó osztály” a főleg vizuális média, és az „egysíkú szószék” el fogja veszíteni a versenyt a konkurenciával szemben.

Mitchell azonban meg van győződve afelől, hogy a prédikálás él, és élni fog. Meg kell tanulni mindent a kommunikáció mai legnagyobb guruitól – mondja –, és bízni kell abban, hogy a megfelelően kommunikált evangélium megcselekszi a magát, ha a lelkészek úgy prédikálnak, hogy figyelembe veszik a mostani kommunikációs helyzetet. Szerinte a mai lelkészek sokat tanulhatnak a rádiósoktól, akik az utóbbi évtizedekben elsajátították a túlélési technikákat. A sok ezer vagy sok százéves üzenetet „meg kell láttatni”, az evangéliumot „képszerű beszéddel” lehet megeleveníteni. Nem utánozni kell a rádiós szakembereket, hanem megtanulni tőlük a személyes, párbeszédre ösztönző és „meghívó” kommunikációs formát. Mitchell szerint a kulcsszó az „alkalmazkodás.” Úgy, ahogyan a rádió alkalmazkodott a változó kommunikációs környezethez, ugyanúgy az igehirdetőknek is tudomásul kell venni, hogy a megváltozott világban megváltoztak a hallgatóság értési szokásai is: nem annyira kinyilatkoztatást, hanem sokkal inkább párbeszédet várnak a lelkészeketől. Az a lelkész, aki ismeri az őt hallgató embereket, aki beszédbe elegyedik velük, és aki bevonja őket a kommunikálás folyamatába, az valószínűleg sikeres lesz – mondja Jolyon P. Mitchell. Az általa bemutatott híres rádiós személyiségek valószínűleg ismeretlenek a honi olvasó előtt, de az általuk képviselt stílus és a modellként elének állított példák meggyőzően hatnak. Leginkább azt tanul-

hatjuk meg tőlük, hogy miként kell „a hallgatók képzeletét láttató nyelvvel mozgósítani.”

Mitchell világossá teszi, hogy a rádiósok példája alapján a lelkészek ez a feladata: figyelni, képet alkotni, ezt érthetővé tenni, és szerkesztve a lényegét kommunikálni. Tudomásul kell venni, hogy bár az evangélium örök, kommunikálásának módja mindig változik. A 21. századi hallgatóság pedig igényesen követeli a maga jussát. Jolyon P. Mitchell azzal biztat, hogy a teljes embert megszólító prédikálásnak van jövője. Ha tudjuk, hogy kinek prédikálunk, ha kíváncsiak vagyunk véleményére, ha meghallgatjuk őt, és közösen keressük az evangélium inspiráló üzenetét.

Mitchell könyve inspiráló lehet prédikálásunk 21. századi újjászületésének folyamatában. Nem új dolgot kell kitalálnunk, hanem a Szentírás képekben gazdag világának kell megelevenednie szószékeinken, és pedig mai, érthető, világos nyelvezettel. Úgy kell prédikálnunk, hogy hallgatóinkkal mi magunk is keressük a bibliai válaszokat saját kérdéseinkre. Fogadjuk el, hogy a hallgatóinknak is vannak válaszai. Ezért velük folytassunk párbeszédet. Kérdéseiket vigyük fel a szó-

székre. Mondjuk el történeteiket, és idézzük párbeszédeiket. Nézzük meg, hogy életük nagy kérdései hogyan mutatkoznak meg az evangélium fényében. Vegyük tudomásul, hogy a jelenkori miliőben a prédikálás a hitközi párbeszéd egyik formája. Talán ugyanazt kell tennünk, mint Pál apostol, aki a miénkhez hasonló kulturális helyzetben szolgált: volt hirdető evangéliuma, és a hallgatóság által nem ismert nyelvezete, a zsidó apokaliptika, és olyan embereknek kellett beszélnie, akiket a hellenizmus formált. Mit tett? Az Areopágoszon például retorikai bravúrt alkalmazva tanította a keresztyén hit alapjait, az *akit tehát ti ismeretlenül tiszteltek, én azt hirdetem nektek* (ApCsel 17,23) bizonyosságával.

Pál apostol óta tudjuk: *a hit hallásból van* (Róm 10,17). Ez talán elég biztatás is lenne ahhoz, hogy elhiggyük: ebben a vizuális korban a kimondott és a meghallott szónak még mindig világot megváltoztató ereje van.

Koppándi Botond Péter

(Elhangzott 2017. december 14-én a Kolozsvári Protestáns Teológiai Intézet dísztermében megtartott hármaskönyvbemutató.)

Nico ter Linden: *Az a hír járja. I. A Tóra*

Ford. Antal Árpád. Exit Kiadó, Kolozsvár 2017,
ISBN 978-973-7803-60-3, 218 old.

Mielőtt bemutatnám ezt a különleges könyvet, szeretnék megemlékezni két személyről. Ugyanis ha ők nem merték volna átlépni a hajdani „vasfüggönyt”, és ha ők nem vállalták

volna az egyházi kapcsolatok felépítését az akkori veszélyes körülmények között, akkor nem tanulhatott volna az a több mint 20 holland teológus itt, a Kolozsvári Protestáns Teológiai In-