

VARIA

Székely Csilla Imola*

Ökumené Doktori Iskola, Babeş–Bolyai Tudományegyetem

Alternatív módszertani lehetőségek a misszióban – MissioDome

Alternatív missziós módszerek keresésének szükségyszerűsége

A technológiai kihívások óriási lehetőséget jelentenek, ugyanakkor óriási felelősséget is.

„A fiatal korosztály sajátos nyelvezettel, kommunikációs stílussal és kommunikációs eszközökkel rendelkezik, így motiválásuk, valamint a velük való, nekik szóló kommunikáció is csak úgy lehet sikeres, ha megismerjük jellemzőiket, és ennek megfelelően közelítünk hozzájuk.”¹

Nemcsak a marketingben és reklámszakmában kell figyelni a fogyasztói magatartást és vásárlói szokásokat befolyásoló generációs különbségekre, hanem a keresztyén misszióknak is tudomásul kell vennie, hogy a mai kor emberének elsősorban nem verbálisan kell közölnie az üzenetet, hanem sokkal inkább vizuálisan és élményszerűen, és azt is, hogy a figyelemkoncentráció ideje is lényegesen lecsökkent. Emellett szem előtt kell tartania, hogy a hívek nem a templomokban, hanem egyre inkább máshol keresnek spirituális-vallásos élményeket, s mivel robbanásszerűen megnőtt a fesztiválok száma, típusa és közönsége, a világi szórakoztató programok erős versenytársai lettek az egyházi rendezvényeknek, az állampolgárok nagy része pedig bevásárló- és szabadidőközpontokban tölti a hétvégéket. Amennyiben hatékonyra kívánjuk tenni misszióinkat, ajánlatos figyelembe vennünk ezeket.

A posztmodern, globális és digitális nemzedékeket megcélzó és hatékony misszióknak alapfeltétele a posztmodern-digitális világ megismerése, e nemzedékek

* Dr. Székely Csilla Imola (Marosvásárhely, 1977) lőrcincfalvi református lelkipásztor, vallás-tanár. Az egyház missziójának alternatív útjait keresi a legmodernebb technológiai eljárások és eszközök bevonása által annak érdekében, hogy az egyházon kívülre, a fiatalokat és időseket, marginalizált csoportokat, különböző krízisben levőket és minden korosztályt megszólítson az evangélium üzenetével. A MissioDome elnevezésű program, illetve módszer a jövő egyházának, avagy az egyház jövőjének egyik útja, amelynek felfedezése, leírása képezi kutatásának tárgyát. E-mail címe: szcsillaimola@gmail.com.

¹ Pál Eszter – Törőcsik Mária: *Irodalmi áttekintés a Z generációról*. TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 Tudománykommunikáció a Z generációnak. Projektvezető: Dr. Törőcsik Mária PTE KTK egyetemi tanár. Pécsi Tudományegyetem, Pécs 2013, 1. (Előszó.)

nyelvezetének elsajátítása, gondolkodásuk és szocializációs sajátosságaik megértése, a hiteles megszólítás és a célszerű érzékenyítés formáinak kidolgozása, illetve a személyes jelenlét és az élő kapcsolatokra épülő közösségteremtés. A technológiai megoldások segíthetnek a hívó-megszólító fázisban, az üzenet újszerű közvetítésében, viszont a személyes és meghitt kapcsolatok a továbbiakban is nélkülözhetetlenek.

Ami a posztmodern pedagógiára érvényes, hogy tudniillik figyelembe kell vennie az új kihívásokat és a korszellem változásait, illetve hogy a pedagógiai módszerek és eszközök terén alkalmazkodnia kell a kor követelményeihez, az ugyanúgy érvényes a missziós munkára, valamint annak módszereire és eszköztárára, vagyis érthetőnek és elérhetőnek kell lennie. Jézus még gyalogolt és beszélgetett, ma viszont „fel kell hurcolkodnunk az internetre”, mondta kései éveiben Kányádi Sándor egy interjújában. A keresztyén egyház nagyon sokat tanulhat a marketing-szakmától. Pál Eszter és Törőcsik Mária ezt írja:

„A marketing folyamatosan kapcsolatban áll a fogyasztókkal, és a siker érdekében feladatai részét képezi a fogyasztókról szerzett információk összegyűjtése is. A fogyasztók vásárlói magatartásával és a vásárlás motivációival kapcsolatos információk kiemelten fontosak, elsődlegesek a marketingmunka szempontjából.”²

Úgy véljük, hogy a hagyományos vasárnapi prédikációkra mindig is szükség lesz, ugyanakkor az egyoldalú kommunikációra épülő, frontális igehirdetések nem tudnak egy valódi közösség kialakulásának közegévé válni, ugyanis hiányzik belőlük a párbeszéd, a kérdésfeltevés, a megbeszélés, a közvetlen társas kapcsolatok lehetősége és tere. Ugyanis tény, hogy korunk embere az interaktivitásra, diskurzusra, dialogizálásra nevelődött, és természetes igénye a nyílt eszmecsere, a lényegre törő kommunikáció, a vizualitás és a saját életére vonatkozó válaszok keresése. A hagyományos igehirdetés mindenkire érvényesen közli Isten valódi akaratát, tehát nem az az elsődleges feladata, hogy a legkülönbözőbb társadalmi rétegek sajátos és személyes kérdéseire adjon választ. Miként a korai kersztyének idején (lásd az ApCsel 2,37–47-et és a 4,32–37-et), úgy ma is szükség van mikroközösségekre is.

Az 1970-es években kezdődő posztmodern kor istenképe nehezen ragadható meg, ugyanis a korábbi eszmeáramlatokkal szemben a posztmodern irányzat nem hirdetett programot, elveket vagy eszméket. Létrejöttét a modernitással való szembeállásként, sőt egy „önmagát túlélő rendszerként”,³ illetve „a nagy elbeszélésekkel szembeni bizalmatlanságként” értékelhetjük, amely már a digitális, illetve

² Pál Eszter – Törőcsik Mária: *i. m.* 8.

³ Békés Márton. A posztmodern után. A történelem vége, és ami utána következik. In: *Kommentár* (2007/4), (102–107) 103.

a tömegkommunikáció kora is.⁴ „Nem »észellenes«, hanem az egysíkú racionalitás hegemoniája helyett teret enged az érzelmeknek, az intuíciónak is.”⁵

A korszak eredetét Foucault, Derrida és Lyotard, a francia posztstrukturalizmus képviselőinek műveire vezetik vissza. A posztmodern fogalmát pedig Jean-François Lyotard használta először társadalomtudományi értelemben:

„Az irányzat lényegét *Lyotard*, a késő modern kor különböző tudástípusait elemző »A posztmodern állapot« (*La condition postmoderne* 1979, magyarul 1993) című munkájában fogalmazza meg.”⁶

Jean-François Lyotard úgy beszél a posztmodernről, mint ami állapot, nem pedig stílus. Faragó László,⁷ Scott Lash⁸ és Heller Ágnes⁹ tőle eltérően határozza meg a posztmodern fogalmát, amely tulajdonképpen a modernizmus utolsó szakaszaként is értelmezhető, ugyanis „a posztmodern kultúra voltaképpen a modern lényegi része”, egyfajta posztavantgárd.¹⁰

A misszió legfontosabb színtere korábban a templom, alkalma pedig az istentisztelet volt. Erdélyben a változás folyamata később kezdődött és lassabban történik, mint tőlünk nyugatabbra, viszont egy újabb nagy átalakulási-modernizációs hullám folyamatban van és elkerülhetetlen. A posztmodern világ embere nem egyszerűen megváltozott nyelvezetet használ, hanem ezzel egy időben új perspektívából értelmezi és fogadja be a világot, így az evangéliumot is. Ezt a szemléletmódot és világértelmezést a keresztyén egyházaknak is fel kell ismerniük, ha lépést akarnak tartani híveikkel, és azt akarják, hogy igehirdetésük célba érjen. Jézus missziós parancsa már nemcsak a teljesen kívülálló, sőt az istentiszteleteket

⁴ Ld. Lyotard, Jean-François: A posztmodern állapot. In: *A posztmodern állapot. Jürgen Habermas, Jean-François Lyotard, Richard Rorty tanulmányai*. Ford. Angyalosi Geregye, Bujalos István, Orosz László, Nyizsnyánszki Ferenc. Szerk. Bujalos István, Hévizi Ottó, Kardos András. Horror Metaphysicae. Századvég Kiadó, Budapest 1993, (7–145) 8. Ld. még Németh András: A neveléstörténet főbb irányzatai, hazai kutatási eredményei. In: Vörös Katalin (szerk.): *Neveléstörténet az osztálytanárképzésben*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs 2015, s. p. https://polc.ttk.pte.hu/tamop-4.1.2.b.2-13/1-2013-0014/13/2_a_nevelstortnet_fbb_iranyzatai_napjainkban.html (2026. jún. 20.).

⁵ Faragó László: Posztmodern: a modernizáció kritikája, avagy új kihívás. In: *Tér és társadalom* 5. (1991/4), (1–16) 8.

⁶ Németh András: *i. m.* s. p. Ld. még Majzikné Lichtenberger Krisztina: *Szocializáció a posztmodern társadalomban, és ennek hatása a fiatalok családképére*. Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar, Neveléstudományi Doktori Iskola. Doktori disszertáció. [Kézirat.] Budapest 2008, 17.

⁷ Faragó László: *i. m.* 5–6.

⁸ Lash, Scott: Modern vagy posztmodern? In: *Liget Műhely*, 1995. március. <https://ligetmuhely.com/liget/modern-vagy-posztmodern/> (2026. jún. 20.).

⁹ Heller Ágnes: Mi a posztmodern – húsz év után. In: *Alföld* 54. (2003/2), (3–15) 5.

¹⁰ Lash, Scott: *i. m.* s.p.

nem látogató gyülekezeti tagok megszólítása miatt támaszt ilyen elvárást. A korral való haladás azoknak is igénye, akik rendszeresen vagy rendszertelenül, többnyire csak sátoros ünnepeken, de még járnak templomba. A misszióknak a lazán kötődőket is meg kell szólítania, hogy az egyház megtarthassa a kapcsolatot velük. Ehhez szükség van a misszió fogalmának újraértelmezésére és annak keresésére, hogy ma, a 21. század első felében milyen változtatásokra van égető szükség az evangélium és a sákramentumok hatékony közvetítése érdekében. A keresztyén egyházak különböző felekezeteinek tisztázniuk kell, hogy miként lehet élő, érthető és befogadható módon hirdetni Isten igéjét. Milyen új útjai lehetnek az evangélium átadásának? Milyen legyen a posztmodern igehirdetés? Milyen változtatásokra van szükség a gyülekezeti munkában? Milyen eszközökkel, milyen nyelvezettel és milyen környezetben érhető el a posztmodern ember?

Megfigyelhetjük, hogy még az elkötelezett hívek is ritkábban járnak templomba, mint korábban, s ezt a tendenciát még azoknál is láthatjuk, akik ragaszkodnak egyházukhoz, szeretik Istent, gyülekezetüket, templomukat és az istentiszteleteken való részvételt. Ennek okait keresi és szedi pontokba korunk nagy hatású igehirdetője, előadója és gyülekezetalapítója, Carey Nieuwhof.¹¹ Ő tíz olyan okot sorol fel, amiért elkötelezett hívek is elmaradnak az istentiszteletről, de köztudott, hogy ezek mellett még sok más, sőt gyakran egyszerre jelentkező, azaz összetett ok is van.

Carey Nieuwhof szerint az okok között találjuk a kulturális értékek megváltozását, az emberek elfoglaltságát és a különböző kulturális-családi programok számának növekedését. A fokozottabb életritmus mellett számolni kell még a generációs változásokkal, valamint a különböző egyházi botrányokkal is. Ez a tendencia szinte minden egyházat érint mérettől, felekezettől vagy akár helytől függetlenül. Nem azokról van szó, akik elhagyják egyházukat, mert ennek más okai is vannak. Az okokat azért fontos tudatosítanunk, mert ez segít megértenünk, hogy mi a jövő feladata, és hogyan kell végeznünk szolgálatunkat. Természetesen a végső cél nem egyszerűen az istentiszteletet látogatók számának növelése, viszont a gyülekezeti élet egyik fontos dimenziójaként ez a gyülekezeti munka hatékonyságának egyik tükré.

Nieuwhof álláspontja szerint az első ok a magasabb életszínvonal, az egy főre eső jövedelem magas aránya, amelynek köszönhetően a híveknek több lehetőségük van részt venni az eddig elérhetetlen programokon, drága utazásokat engedhetnek meg maguknak, és ezek elvonják őket a gyülekezeti élettől.

¹¹ Ld. Nieuwhof, Carey: 11 Reasons Church Attendance Is Declining (Even for Churchgoers). In: *Carey Nieuwhof*. <https://careynieuwhof.com/10-reasons-even-committed-church-attenders-attending-less-often/> (2026. jún. 20.).

Egy másik ok a fiatal korosztály és a gyerekek sportolási szokásainak megváltozása. A sportesemények családi programok lettek, amelyek a szülőt, a nagyszülőt és a gyermeket egyaránt elvonják a templomtól.

A szabadság időszaka nem korlátozódik egyetlen hétre, és széles körben megfigyelhető, hogy amikor egy család elutazik – akár csak rokonlátogatásra –, vagy vendégeket fogad, az istentiszteleten való részvétel többnyire elmarad.

A felsorolt okok között olvashatjuk azt is, hogy a vegyes vagy egyszülős családok tagjainak ugyancsak megosztott a templomlátogatási szokása vagy lehetősége. Az online lehetőségek és a technológiai fejlődés következményeként, majd és a COVID-19-járvány óta még fokozottabban nyílt lehetőség arra, hogy a hívek személyes jelenlét nélkül is részt vegyenek az istentiszteleten. Eleinte a fertőzéstől és annak lehetséges következményeitől való félelem tartotta távol a rendszeresen templomba járó híveket is. Idővel azonban a kényelem és a megszokás vált meghatározóvá, aminek következtében a vasárnapi istentiszteletek látogatottsága számottevően csökkent.

Nieuwhof úgy véli, hogy az istentiszteleteken való részvétel csappanása mögött az az ok is rejlik, hogy a mai emberből nagyrészt eltűnt az a bűntudat, amelyet korábban az istentiszteletről való távolmaradás váltott ki. Másfelől megnőtt annak lehetősége, hogy ma már bárki online és anonim lelki segítséget kapjon. A hívek nagy része pedig sajátosan tartja magát vallásosnak, vagyis az elérhető lelkiismereti irányzatok különböző gyakorlatainak és elveinek szinkretista együttese alkotja hitük alapját, ugyanis a posztmodern elme egyik jellemzője éppen az, hogy csökkent az intézményekbe vetett bizalma.¹²

Nieuwhof olyan okokat is felemlít, amelyek önreflexióra serkentik a gyülekezeti előljárókat, különösen a lelkipásztorokat. Ha már azok is ritkábban járnak templomba, akik szeretik egyházukat és gyülekezetüket, annak nagy valószínűséggel két oka lehet: vagy az, hogy az istentiszteletek többnyire nem nyújtanak számukra olyan értékeket, amelyekért azokat érdemes volna hétről hétre látogatni; vagy pedig egyszerűen nem ismerik fel az istentiszteletek által nyújtott értékeket.¹³ Márpedig az is igaz, hogy olyasmi történik az istentiszteleten, mint az étteremben azzal a vendéggel, aki nem éhes, bár a szakács jól főz. Ezt így fogalmazta meg egy lelkipásztor egy személyes beszélgetésben: hiába főz jól a szakács, ha a vendégek nem éhesek. Az eredmény mindenképpen a hívek templomtól való eltávolodása és az istentiszteleti alkalmakról való távolmaradása.

Nem mellőzhetjük azt a kérdést sem, hogy mit tartunk fontosabbnak: a részvételt, illetve jelenlétet vagy az elköteleződést. A számok szembeötlőek, hivatkozók. A jelenlevők száma egy adat, de kevésbé tükrözi a lelkek mélyén történő

¹² Nieuwhof, Carey: *i. m.*

¹³ Uo.

folyamatokat. Mindenképpen azok a legelkötelezettebb hívek, akik aktívan vesznek részt a gyülekezeti életben, akik maguk is szolgálnak, adakoznak, és valamilyen kisebb, egyházon belüli közösség tagjai.¹⁴

Carey Nieuwhof a hatalmas kulturális változásban látja a hűséges hívek egyre gyérülő templomlátogatásának utolsó és fő okát, és sürgetően figyelmeztet a gyülekezetek vezetőit, hogy amennyiben nem tartanak lépést a kultúra változásával, a kultúrafogyasztás átalakuló formáival és a spirituális élettel kapcsolatos új igényekkel, nem lesznek képesek megfelelő választ adni ezekre a folyamatokra. Hozzáteesszük: ebben az esetben elveszíthetik a kapcsolatot a következő generációkkal, sőt azokkal is, akik korábban rendszeres templomba járók voltak. Ennek érdekében fontosnak tartjuk a kommunikációs nyelv és stílus revízióját, az igehirdetések és szolgálatok módját, illetve eszköztárát.

A következőkben egy olyan megközelítést vázolunk fel a lehetséges utak közül, amely alkalmas lehet a mai ember megszólítására. Ez a különböző művészeti ágak ötvöztetésével, interaktív, komplex és innovatív módon közvetíti a tiszta evangélium üzenetét. Tehát olyan módszert, amelyben jelen van a hagyományos református istentisztelet minden eleme, az éneklés, az imádkozás, az igeolvasás, az igehirdetés és az áldás, viszont a tételrendezés és elhelyezkedés, az igehirdető szerepe, az eszközök és módszerek újak. Ezt a módszert és missziós kísérletet saját névképzéssel MissioDome-nak nevezzük, amely először is a misszióra utal, a geodéziai kupola, az angol “dome” megnevezéssel pedig az eszközök kiválasztásának és alkalmazásának újszerűségét is jelzi, ugyanis ez a módszer visszanyúl az alternatív- és reformpedagógiák (“PedaDome”)¹⁵ felismeréseihez, eljárásaihoz és nevelésfilozófiájához. A reformpedagógusok által felismert és beiktatott pedagógiai elemek és elvek erőteljesen jelennek meg a MissioDome pedagógiájában is, s ezekhez képest a megújult látótér és technikai megvalósítás a legfontosabb hozzáadott érték.

Mindezek alapján megállapíthatjuk, hogy a misszió útjai komplexebbek, és abban térnek el a korábbi generációk módszereitől, hogy az élménypedagógia és komplex művészetpedagógia eszköztárának alkalmazásával nemcsak kognitív, hanem hangsúlyozottan érzelmi szinten szólítják meg a mai embert, s ezáltal sokkal hatékonyabb bevonódást tesznek lehetővé. Fel kell vetnünk tehát a multi-

¹⁴ Nieuwhof, Carey: *i. m.* Ld. még: Nieuwhof, Carey: 7 Disruptive Church Trends That Will Rule 2018. In: *Carey Nieuwhof*. <https://careynieuwhof.com/7-disruptive-church-trends-that-will-rule-2018/> (2026. jún. 20.).

¹⁵ A PedaDome saját alkotású fogalom, a MissioDome projekt interdiszciplináris, alternatív iskola típusú változata. Ld. Székely Csilla Imola: The Necessity of Renewing Pedagogical Methods – PedaDome. In: Tóth, Péter – Hegyesi, Dóra (eds): *BICE 2024. Proceedings of 1st Budapest International Conference of Education*. BME – Budapest University of Technology and Economics Department of Technical Education, Budapest 2025, 28–31.

mediális, művészeti eszközök alkalmazásának, illetve alkalmazhatóságának kérdés: hogyan, mely eszközökkel és milyen mértékben alkalmazandók a különböző zenei-képi-mozgásos-alkotóművészeti elemek az íg hirdetésben? Hol húzódik a meglehetősen érzékeny határ a gyakorlati teológia, a művészetek és a csúcstechnológia között?

A zene lélekemelő hatása ismert, de ez a hatás többnyire kiaknázatlan az istentiszteleteken. Kérdés marad, hogy miként használhatja ki a zene érzelmkövetítő, lélekérzékenyítő hatását a lelkipásztor, illetve a misszió annak az érdekében, hogy megszólítsa a mai embert, és így utat nyisson a személyes beszélgetésekhez? A MissioDome kísérlet arra, hogy a művészetek által keressük a posztmodern ember megszólításának útjait, és pedig annak a célnak érdekében, hogy az egyént bevonjuk a vallásos-gyülekezeti életbe. Célunk továbbá feltérképezni, hogy a különleges szakrális tér, a korszerű technológiai megoldások, az audiovizuális tartalmak, valamint az élményalapú és interaktív módszerek együttes alkalmazása miként járulhat hozzá a transzcendens dimenzió nevelésbe való integrálásához, és hogy ez milyen új távlatokat nyithat meg az evangélium hirdetésének missziójában. A különböző kompetenciák érvényesítése rendjén azáltal törekszünk egyensúlyra, hogy figyelembe vesszük a gyülekezetszerűséget, a bibliaszerűséget, az élményszerűséget, az interaktivitást és az életkori sajátosságokat, amelyek együttesen érvényesülnek a MissioDome interdiszciplináris és intermediális terében. A programok mindegyike egyfajta sajátos, művészetek általi kommunikáció a tanítvánnyá tétel érdekében.

„Az élménytársadalomban megváltoztak a prédikátorokkal, a lelkigondozókkal, a tanácsadókkal, a nevelőkkel és a terapeutákkal szemben támasztott igények is: korábban ők voltak a moralitás, a társadalmi »felettes én« hordozói és képviselői – ma az élménypiac jelentette feltételek között dolgoznak.”¹⁶

Vagyis a kereső kívüállók „élményteológiát”, vallásos élményt, szinte varázslatot várnak el. Kérdés, hogy mennyiben újuljon meg, és mennyiben szükséges megújulnia az istentiszteletnek ahhoz, hogy érdemben tudja megszólítani a ma emberét, hiszen a jövő már elkezdődött. A jövő értelmében kell értelmeznünk a missziót is. Hézszer Gábor szerint:

„Ha az istentisztelet nem akar elszakadni a környezetétől, attól a világtól, amelyben a gyülekezet él, és amelyben az Isten által teremtett valóság megjelenítője, »lépést kell tartania a korral«. Ez azt jelenti, hogy alkalmazkodnia kell a világban élő gyülekezet kommunikációs attitűdjéhez, nem hagyhatja figyelmen kívül, hogy milyen élményhatások által szólítható meg a mindenkori »mai ember«. Tekintetbe

¹⁶ Hézszer Gábor: *Pasztorálpszichológiai szempontok az istentisztelet útkereséséhez. Elméletek és gyakorlati lehetőségek*. Kálvin Kiadó, Budapest 2005, 26.

kell vennie, hogy milyen érzelmi szükséglet kielégítésére van szüksége a kortársi gyülekezetnek.”¹⁷

Az üzenet hatékony átadásának folyamatában elsődlegesen azt kell átgondolnunk, hogy ma milyennek kell lennie a lekipásztor személyiségének. Milyen kompetenciákkal, készségekkel kell rendelkeznie? Hogyan tegye érthetővé a Szentírás történeteit a mai ember számára? Ennek értelmében jelent meg a 2025-ös év végén az Erdélyi Református Egyházkerület missziói stratégiáját tartalmazó füzet *Megőrizni, megerősödni, megmaradni* címmel,¹⁸ amely 23 terület tevékenységét mutatja be a református egyházon belül, és amelynek nagy része már inkább működő szolgálat, gyülekezetépítés és pasztoráció, mint valóságos misszió.

Meggyőződésünk, hogy a misszióban nemcsak a kognitív dimenzió jelenlétére van szükség, hanem az emocionálisra és az esztétikaira is, s ezek mellett a szimbolikus kommunikáció és a rituális elemek is különösen fontosak. A MissioDome módszert mai nyelvezettel, modern segédeszközökkel történő kommunikációként értelmezzük, amelynek része a hagyományos istentisztelet minden eleme, viszont ezek mellett érvényesülnek a kognitív-erotív-rituális-szimbolikus szempontok is, azaz a posztmodern ember közösségi eseményekkel szemben támasztott alapelvárásai. A misszió sikeréhez meg kell találnunk a módszerek és formák leghatékonyabb kombinációját, de nem hagyhatjuk figyelmen kívül az antropológia felismerését sem, amely az embert élményorientált lényként határozza meg:

Milyen istentiszteletre vágnak az istentisztelet-látogatók? És milyen istentiszteleti formával érhetőek el? – A válasz ezekre a kérdésekre az aktuális szociokulturális hatás befolyásolja.

„A korunkat vizsgáló szociológia és a szociálintropológia szerint a mai társadalmi formában élő embereket az *élmény utáni vágy* jellemzi. Erre utal az *élménytársadalom* kifejezés.”¹⁹

Az istentisztelettől is azt várják el, hogy az élményalkalom legyen, hogy ott ne csupán értelmi-verbális közlés, hanem egyúttal érzelmi történés is legyen. A MissioDome projekt arra törekszik, hogy az alkalmak ezeknek az érték kategóriáknak a mentén nyújtsanak érzelmi bevonódást, ugyanakkor spirituális élményt, éspe dig a Szentíráshoz való hűség, a missziós parancs és az interaktivitás szellemében, „csak hogy megmentünk némelyeket” (1Kor 9,22). Az évszázadok során meg-

¹⁷ Hézser Gábor: *i. m.* 30.

¹⁸ *Megőrizni, megerősödni, megmaradni. Az Erdélyi Református Egyházkerület missziói stratégiája.* Elfogadta az Erdélyi Református Egyházkerület Igazgatótanácsa a 2025. december 10-i ülésén, a 89/2025. szám alatt. Érvényes 2026. január 1-jétől. Erdélyi Református Egyházkerület, Kolozsvár 2025.

¹⁹ Hézser Gábor: *i. m.* 15.

valósult liturgiai reformok ugyanezen alapelveket követve gondolták újra az istentiszteletet, most pedig eljött egy felekezettől független újragondolás ideje.

A reformpedagógiai irányzatok képviselői felismerték, hogy a lelki és hitbeli nevelés- és értékközvetítés, azaz a misszió mint a pedagógia sajátos folyamata annál hatékonyabb, minél több érzékszerv bevonásával törekszik a kívánt hatás elérésére, és ehhez az eszközpark és módszertár teljes felújítására van szükség. A MissioDome pedig mint sokféle művészeti ágat és diszciplínát komplex módon ötvöző alternatív istentiszteleti módszer, forma és tér az egyik alkalmas eszköze a szent misztérium kommunikálásának és megjelenítésének. Ennek az új útnak a feltérképezésére vállalkozunk a posztmodern emberhez küldött misszionáriusokként, reformátorokként, hogy új formába töltsük a régi tartalmat, változatos nyelven közöljük Isten változatlan szavait, és úgy aktivizáljuk a hallgatóságot, hogy közben megőrizzük az egyensúlyt a tradíció és a nóvum között. A súlypont pedig a Szentírás egyértelműsége, aktualitása, érvényessége és elsőbbsége. A MissioDome módszer a missziósevangelizációs lehetőségek megközelítésének új útja, tehát az igehirdetés, a tanítvánnyá tétel, a nevelés, a mentálhigiéné és a rehabilitáció, azaz terápia határterületén járunk.

A misszió új kihívásai

Az evangélium sikeres átadásának, célba érésének az a mindenkori feltétele, hogy Isten igéje személyesen, saját élethelyzetében, nyelvén és konkrét problémái között szólítsa meg az egyént. Jézus missziójának is ebben rejlett a sikeressége, ugyanis ismerte az embert, „ő maga is tudta, hogy mi lakik az emberben” (Jn 2,25), és az adott életkörülmények között, saját élettörténetük aktuális helyzetében szólította meg és gondozta lelkileg kortársait. Nem lehet hatékony a missziónk, ha a hallgatóság életében nem válik egzisztenciális kérdéssé a Krisztus-történet. Ehhez halaszthatatlanul fontos a misszió megújítása és az új utak-módok keresése, de úgy, hogy a misszió tartalma változatlanul a tiszta evangélium maradjon.

A misszió és a mai idők misszionáriusai nem hagyhatják figyelmen kívül, hogy a világ radikálisan megváltozott. Jézus Krisztus is figyelembe vette, hogy mekkorát változott a világ Mózes korától Augustus császár uralkodásának idejéig, és olyan új missziós módszereket és eszközöket iktatott be pedagógiájába, mint a példázat, a beszélgetés, a pedagógusi kérdések, a rávezetés, a szemléltetés, a bemutatás stb. Példázatai mellett gondoljunk a samáriai asszonnyal folytatott beszélgetésére (Jn 4), a farizeusok felé intézett kérdéseire (Lk 10,26.36), az emmausi tanítványokkal folytatott diskurzusban a rávezetéssel való meggyőzésre (Lk 24,13–35),

a csodatörténetekben, például a vízen járáskor alkalmazott szemléltetésre (Mt 14,22–33) és a lábmosás történetével való bemutatásra (Jn 13,1–15) stb.

A tanítvánnyá tétel missziói parancsának mai kihívása abban áll, hogy megtaláljuk azokat a formákat és módszereket, amelyek révén a több ezer éves evangéliumi üzenet hitelesen és érthetően közvetíthető a fejlett, posztmodern világ embere számára, és pedig oly módon, hogy annak aktualitása és érvényessége ne csupán felismerhetővé, hanem személyesen is meghatározóvá váljék.

„Ma különösen fontos megérteni a különféle generációk alapvető szükségleteit, értékeit, szimbólumait, tapasztalatait és kohorszélményeit. A generációk szerinti szegmentáció meghatározó abban a tekintetben, hogy mit és hogyan vásárolnak a fogyasztók.”²⁰

Az egyháznak olyan biztonsági hálókat kellene kialakítania, amelyek segítséget nyújtanak a mai ember számára a gyors társadalmi változások, valamint a globális politikai, információs és biotechnológiai kihívások közepette.²¹

Az ószövetségi bírák, próféták, papok és maga Jézus Krisztus nagy hatást gyakorolt,²² akárcsak más vallásalapítók, és a Szentlélek kitörtése (ApCsel 2) utáni tanítványok, az első keresztyén pünkösd utáni tanítványok, akik mai értelemben mind influenzerek²³ voltak, erős hatást gyakoroltak korukra és követőik viselkedésére, gondolkodásmódjára, sőt a világtörténelem alakulására. Ilyen értelemben a Kísértő is sikeres influenzszer. Clive Staples Lewis szerint a Kísértő módszereiből minden igehirdető tanulhatna,²⁴ sőt a reklámokból is, amelyek a kísértés művészetének mesterfogásai, s amelyekből átemelhetné az evangelizáció érdekében az elképesztő kitartást, igényességet, érthetőséget, az érzelmi érintettséget és a személyességet. Az egyháznak nincs szüksége olyan reklámszemléletre, amely üzletté,

²⁰ Pál Eszter – Törőcsik Mária: *i. m.* 8., ahol Fishman, Ann A. *Generational Marketing: Reaching the Hearts and Minds of Consumers* című cikkét idézi, amely 1998. július 1-jén jelent meg a *Circulation Management* című szaklapban.

²¹ Ld. Harari, Yuval Noah: *21 lecke a 21. századra*. Ford. Torma Péter. Animus Kiadó, Budapest 2018, 15., 42.

²² Kennedy, Titus: The Historical Impact of Jesus Over the Last Two Millennia. In: *Drive Thru History*. October 31, 2017. <https://drivethruhistory.com/the-historical-impact-of-jesus-over-the-last-two-millennia/> (2026. jún. 20.).

²³ Az angol „influence” – *hatással lenni, ráhatni, befolyásolni* szóból származó *influenzser* azt a személyt jelenti, aki tartalmakat hoz létre és oszt meg közösségi médiaplatformokon, nagy és elkötelezett közösségi követőtáborral rendelkezik, és képes befolyásolni követőinek véleményét, viselkedését és vásárlási döntéseit. Az influenzsereket trendalkítónak tekintik. Ajánlásaik és támogatásaik jelentős hatással lehetnek az általuk népszerűsített vállalkozásokra és márkákra. Ld. Influencer. In: *Later*. <https://later.com/social-media-glossary/influencer/> (2026. jún. 20.).

²⁴ Lewis, Clive Staples: *Csúrszavak levelei*. Ford. Siklós József. Harmat Kiadó, Budapest 1997.

marketingfogássá teszi az evangéliumot. A missziónak hitelesnek kell maradnia, hogy az általa megszólított emberek ne a reklámok önérdékű, manipulatív kommunikációjának újabb megnyilvánulását lássák benne, hanem az evangélium igazságának meggyőző és hiteles közvetítését. Az egyháznak nem a szemfényvesztés eszközeit kell átvennie, hanem azt az öntudatot, elhivatottságot, céltudatosságot és leleményességet, amellyel a világ szereplői földi céljaik és anyagi hasznuk érdekében fáradoznak. Az öntudat, az elhivatottság, a céltudatosság és leleményesség azért nélkülözhetetlen a missziót végző szolgák számára, mert tisztában vannak az evangélium üzenetének súlyával és igazságával, valamint azzal is, hogy szolgálatuknak nem csupán az emberek örök élete a tétje, hanem Isten országának épülése is. Ebben az értelemben a misszió valóban sokak feltámadásának és életre jutásának eszközévé válhat.

A missziót végző szolgáknak, akárcsak a reklámok készítőinek, arra kell törekednünk, hogy a lehető legjobban, talán még önismeretüknél is jobban megismerjék az általuk megszólított személyeket, hétköznapi és szórakozási szokásaikat. A reklámalkotó szakemberek új szokásokat igyekeznek kialakítani. Amiképpen az influenzszerek médiaplatformokon befolyásolják követőik vásárlási szokásait, kiadásokkal kapcsolatos döntéseit, életmódjukat, és tartalomgyártással, alkalmazásokkal vannak jelen az online birodalomban, úgy kell törekednie a missziós munkának is az örömhír megismertetésére, a hit gyakorlására és új szokások kialakítására, például az imádkozásra, a Szentírás tanulmányozására, a templomlátogatásra stb. Tanulnia kell abból, ahogyan az influenzszerek interaktívan és folyamatosan tartják a kapcsolatot követőikkel, érzékenyen figyelnek az igényekre és az igényresekre, tartalmakat osztanak meg és visszajelzéseket küldenek. Képesek folyamatosan megújulni, elébe menni a trendeknek, sőt divatot diktálnak, s így a tartalomgyártók a nagy cégek megkerülhetetlen partnereinek számítanak a marketinghálóban.

Az egyház missziójának nagyon fontos kilépnie az online világba és ott jelen lennie. Ez a kihívás minden bizonnyal létfontosságú és igen sürgős a 3. évezred küldetésnyilatkozatában. Ez a lépés a mai igehirdetés egyik legjelentősebb megújulását jelentheti. Megvalósításával azonban az egyház máris késésben van, hiszen az internet- és médiahasználat, valamint az ezekhez kapcsolódó kulturális és kommunikációs szokások egyre gyorsuló ütemben változnak. Ebben a dinamikusan alakuló környezetben az egyházak többnyire nem kezdeményező, hanem inkább követő, reaktív szerepet töltenek be híveik szocializációs és kulturális életének folyamataiban.

Ezt a generáció- és korszakváltást, sőt kommunikációs-információs rendszert nem tanácsos figyelmen kívül hagyni. Ha a gyülekezet tagjai az interneten – többnyire okostelefonjaikon – ápolják kapcsolataikat, online vásárolnak, szórakoznak,

játszanak, tanulnak és akár virtuális formában sportolnak, s eközben a hagyományos olvasást és televíziózást egyre inkább podcastok és hangoskönyvek hallgatása váltja fel, akkor az egyháznak is jelen kell lennie ebben a digitális térben. Fontos, hogy az emberek ne csupán egymással, hanem Istennel, az evangélium üzenetével és szükség esetén lelkipásztori vagy lelkigondozói segítséggel is találkozassanak az online környezetben. „Lehetséges, hogy inkább olyan eszközökre lenne szükség, amelyek bennünket, magunkat kötnek össze az élményeinkkel”²⁵ – véli Harari.

Ahhoz, hogy az internetlakókban kialakuljon az igény a templomba járásra, szükséges és nélkülözhetetlen, hogy az egyház tudatosan keresse meg őket. Ez pedig azt is jelenti, hogy az egyháznak is „internetlakóvá” kell válnia. Napjainkban ezt fejezi ki a „mindenkinek mindenné lettem” stratégiai elv (1Kor 9,22). Ez természetesen nem azt jelenti, hogy a híveket a templomokból az internetre kellene átköltöztetni. Ezt a folyamatot a COVID-19-járvány, a kijárási és közösségszervezési korlátozások, valamint a „Maradj otthon!” mozgalom már megtette ideiglenesen. A cél éppen ennek az ellenkezője: az interneten megszólított embereket elvezetni a személyes egyházi közösségbe, különösen azért, mert a járvány után sokan nem tértek vissza a rendszeres templomlátogatáshoz. De bízunk kell abban, hogy akiket Isten Szentlelke megszólít – akár az interneten keresztül is –, azokban felébred a vágy arra, hogy hitüket személyes jelenlétben, a valóságos egyházi közösségben éljék meg. Ez a ma és a jövő missziójának célja.

Isten nem a templomlátogatókat és nem az egyháztagokat számolja, hanem a feltámadottakat. Ha pedig akarja, megtartja az egyházat, a templomépületeket és a hagyományos vallásgyakorlatot, de volt már példa arra is, hogy úgy döntött, nem tartja meg. Ő szuverén Isten maradt, és a hit is ugyanaz volt és lesz: a lélek találkozása Teremtőjével, és az ő hívására adott személyes döntés. Arra, hogy e döntésre mi vezet, mi segíti a döntéshozót, és hogyan gyakorolja hitét, nagyon sokféle választ találhatunk.

Isten, aki szabadon és alkotó módon cselekszik a történelemben, úgy is dönthet, hogy miként a könyvnyomtatás feltalálását, akként a számítógépet és az internetet is az evangélium hirdetésének szolgálatába állítja. A helyes az, ha ebben az egyház szolgálattevői nemcsak a veszélyeket ismerik fel, hanem azokat a lehetőségeket is, amelyek által hatékonyakká, időszerűekké, érthetőkké és jelenlevőkké válhatnak. Az egyháznak és a gyülekezeti alkalmaknak olyasmit kell kínálniuk, amit más forrásból – különösen az online térben – nem kaphatnak meg a keresők. Ilyen mindenekelőtt az Isten ígéjével való személyes találkozás a közösségben, a jelenléti alkalmak, az érzelmi kötődésen alapuló barátságok és a közösségi

²⁵ Harari, Yuval Noah: *i. m.* 86.

események. Ugyanílyen fontos, hogy a résztvevők megtapasztalják: olyan közösséghez tartoznak, amelyben mindenki értékes és fontos. Lehetőségük van bekapcsolódni a programok szervezésébe, önkéntes szolgálatot vállalni, valamint valóságos emberekkel valóságos közösségi élményeket átélni. Mindezek csúcspontja az Isten jelenlétének megtapasztalása, amelyet a Szentlélek munkája által az elfogadó, személyes találkozások, közösségi összejövetelek alkalmával lehet a maga teljességében megélni.

Manapság ismét egyértelművé válik, hogy a templomfogalmunknak is át kell alakulnia, hogy ne csak épületekben és téglákban gondolkodjunk, hanem hús-vér templomokban: „ti magatok is mint élő kövek épüljétek fel lelki házzá, szent papsággá, hogy lelki áldozatokat ajánljatok fel, amelyek kedvesek Istennek Jézus Krisztus által” (1Pt 2,5). Másrészt azt is látnunk kell, hogy amikor elterjedt az írásbeliség, Isten üzenetének hirdetői éltek ezzel az új lehetőséggel. Az Ószövetség idején lejegyezték a próféták üzeneteit, majd az apostolok is leveleket írtak a gyülekezeteknek, az evangélisták pedig írásban rögzítették Jézus életét és tanítását. A könyvnyomtatás feltalálása új korszakot nyitott: a reformátorok ezt az eszközt használták fel arra, hogy bibliafordításait és tanításait széles körben elérhetővé tegyék. Később az egyház a rádió, a televízió és a nyomtatott sajtó lehetőségeivel is élt. Ma pedig a digitális média jelenti korunk meghatározó kommunikációs terét.²⁶

A valóság az, hogy a digitális világ nem hamarosan érkezik el hozzánk, hanem már itt van. Ezért az egyháznak ebben a mobilizálódott, mediatizált és digitális környezetben is meg kell találnia azokat a hiteles formákat, amelyek által betöltheti küldetését, és eljuttathatja az evangéliumot az emberekhez.

Felhasznált irodalom

- Békés Márton: A posztmodern után. A történelem vége, és ami utána következik. In: *Kommentár* (2007/4), 102–107.
- Faragó László: Posztmodern: a modernizáció kritikája, avagy új kihívás. In: *Tér és társadalom* 5. (1991/4), 1–16.
- Guld Ádám: *A Z generáció médiahasználata. Jelenségek, hatások, kockázatok*. Libri Kiadó, Budapest 2022, 21.
- Harari, Yuval Noah: *21 lecke a 21. századra*. Ford. Torma Péter. Animus Kiadó, Budapest 2018.
- Heller Ágnes: Mi a posztmodern – húsz év után. In: *Alföld* 54. (2003/2), 3–15.

²⁶ A klasszikus tömegművelődés, illetve digitális média felosztását ld. Guld Ádám: *A Z generáció médiahasználata. Jelenségek, hatások, kockázatok*. Libri Kiadó, Budapest 2022, 21.

- Hézszer Gábor: *Pasztorálszichológiai szempontok az istentisztelet útkereséséhez. Elméletek és gyakorlati lehetőségek*. Kálvin Kiadó, Budapest 2005.
- Influencer. In: *Later*. <https://later.com/social-media-glossary/influencer/> (2026. jún. 20.)
- Kennedy, Titus: The Historical Impact of Jesus Over the Last Two Millennia. In: *Drive Thru History*. October 31, 2017. <https://drivethruhistory.com/the-historical-impact-of-jesus-over-the-last-two-millennia/> (2026. jún. 20.).
- Lash, Scott: Modern vagy posztmodern? In: *Liget Műhely*, 1995. március. <https://liget-muhely.com/liget/modern-vagy-posztmodern/> (2026. jún. 20.).
- Lewis, Clive Staples: *Csúrcsavar levelei*. Ford. Siklós József. Harmat Kiadó, Budapest 1997.
- Liotard, Jean-François: A posztmodern állapot. In: *A posztmodern állapot. Jürgen Habermas, Jean-François Lyotard, Richard Rorty tanulmányai*. Ford. Angyalosi Geregye, Bujalos István, Orosz László, Nyizsnyánszki Ferenc. Szerk. Bujalos István, Hévizi Ottó, Kardos András. Horror Metaphysicae. Századvég Kiadó, Budapest 1993, 7–145.
- Majzikné Lichtenberger Krisztina: *Szocializáció a posztmodern társadalomban, és ennek hatása a fiatalok családképére*. Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar, Neveléstudományi Doktori Iskola. Doktori disszertáció. [Kézirat.] Budapest 2008.
- Megőrizni, megerősödni, megmaradni. Az Erdélyi Református Egyházkerület missziói stratégiája*. Erdélyi Református Egyházkerület, Kolozsvár 2025.
- Németh András: A neveléstörténet főbb irányzatai, hazai kutatási eredményei. In: Vörös Katalin (szerk.): *Neveléstörténet az osztatlan tanárképzésben*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs 2015, s. p. https://polc.ttk.pte.hu/tamop-4.1.2.b.2-13/1-2013-0014/13/2_a_nevelstortnet_fbb_iranyzatai_napjainkban.html (2026. jún. 20.).
- Nieuwhof, Carey: 7 Disruptive Church Trends That Will Rule 2018. In: *Carey Nieuwhof*. <https://careynieuwhof.com/7-disruptive-church-trends-that-will-rule-2018/> (2026. jún. 20.).
- Nieuwhof, Carey: 11 Reasons Church Attendance Is Declining (Even for Churchgoers). In: *Carey Nieuwhof*. <https://careynieuwhof.com/10-reasons-even-committed-church-attenders-attending-less-often/> (2026. jún. 20.).
- Pál Eszter – Törőcsik Mária: *Irodalmi áttekintés a Z generációról*. TÁMOP-4.2.3-12/1/ KONV-2012-0016 Tudománykommunikáció a Z generációnak. Projektvezető: Dr. Törőcsik Mária PTE KTK egyetemi tanár. Pécsi Tudományegyetem, Pécs 2013.
- Székely Csilla Imola: The Necessity of Renewing Pedagogical Methods – PedaDome. In: Tóth, Péter – Hegyesi, Dóra (eds): *BICE 2024. Proceedings of 1st Budapest International Conference of Education*. BME – Budapest University of Technology and Economics Department of Technical Education, Budapest 2025, 28–31.
- Zrinszky László: *Nevelélmélet*. Pedagógus Könyvek. Műszaki Lönyvkiadó, Budapest 2002.

Alternative Methodological Approaches in Christian Mission: MissioDome

The effectiveness of the 21st-century Christian mission largely depends on whether it can effectively address the people of its era; consequently, it is unavoidable to seek new, alternative ways by employing the technological achievements and methodological possibilities of the digital age. Our current research reflects upon this urgent challenge, as does the missionary strategy of the Transylvanian Reformed Church District, given that relevant surveys worldwide indicate a decline in church attendance. To achieve an effective mission, it is vital for Christian churches to adopt the visual and experience-oriented language of digital generations and to comprehend the background of their socialisation. One of many diverse alternative ways and solutions is the MissioDome method, which we attempt to delineate here; thus, this study highlights the necessity of seeking alternative missional spaces and communicative languages. By comprehensively blending various artistic disciplines within an alternative sacred space, this method endeavours to proclaim the Gospel to the people of the metamodern era. The MissioDome programme utilises high-tech advancements alongside a conscious and strategic presence in the online sphere, with the ultimate goal of transforming those reached into active, faith-practicing church members, while integrating them into personal, relationship-based micro-communities – thereby fulfilling Christ's Great Commission.

Keywords: 21st-century Christian mission, MissioDome method, alternative approaches, evangelization.