

6. fejezet

Berényi György

Kommunikáció – A keresztény média szerepe és befolyása az Egyesült Államokban

Bevezető

Napjainkban szinte elképzelhetetlen, hogy az amerikai belpolitikának ne lenne szerves része a tömegmédia minden csatornáján közvetített vallásos jelleg vagy a politikától áthatott hitélet. Természetesen nem volt ez mindig ennyire előtérben. Az 1950–1980 között felnövő tévégeneráció számára a médiatartalmak a maguk szekuláris medrében folytak a vasárnapi műsoroktól, egy-két végidőssel¹ kapcsolatos adástól vagy nagyobb, élőben közvetített hitgyógyító összejöveteltől, esetleg önkéntes adománygyűjtő médiakampánytól eltekintve.²

Ugyanakkor pont ez az időszak és az ekkor zajló társadalmi események alapozták meg, hogy a 21. század hajnalára már egész televíziós hálózatok (CBN, TBN, Daystar stb.) működésének célja lett a vallásos, keresztény műsorsugárzás. Ezeknek számos műsora egyenesen a szórakoztató, infotainment, hír- és politikai műsor kategóriába esik, és amerikaiak millióinak háztartásába viszi napi szinten a világ eseményeinek keresztény, konzervatív értelmezését. És akkor még nem is említettük az új és közösségi média világában előállított, illetve annak kapcsán korlátlanul hozzáférhetővé vált evangéliumi, neoprotestáns, újkeresztény tartalmaknak az információs társadalomban kibontakozó térhódítását. A téma kutatói közül többen egyetértenek abban, hogy az a fajta dialektika, amely a szekuláris és piacvezérelt médiát és a társadalmi törzseket jellemzi, az amerikai társadalom erős vallási identitásának köszönhetően (legyen az konkrét felekezeti

¹ Paul Boyer: *When Time Shall Be No More. Prophecy Belief in Modern American Culture*. Cambridge, Massachusetts, Belknap Press, 1994.

² Quentin J. Schultze: *Televangelism and American Culture. The Business of Popular Religion*. Eugene, Wipf and Stock Publishers, 2003b.

vagy nemzeti) jótékony az amerikai demokrácia számára.³ A következőkben ennek történeti ívét és hatását vázolom, kiemelve a legfontosabb csomópontokat a médiumok, szervezetek és személyek példáján keresztül.

Rövid médiatörténet(i perspektíva)

Prédikációk minden mennyiségben – élőszóban, írott formában

Az amerikai és protestáns⁴ szellemtől eredendően nem állt távol a vallásos világnézet és az e világi események egymással kölcsönhatásban álló megközelítése. Luther egyenesen a kegyelem megnyilvánulásának (*act of grace*) nevezte a sajátot.⁵ Mégis Új-Anglia korai időszakának története, széles társadalmi tömegek számára elérhető médiumok híján, egyes értelmezések szerint a vég nélküli igehirdetések és azok percepciójának története. Egy új-angliai zárandok átlagosan éves szinten 200–250 óra igehirdetésen keresztül kapott útbaigazítást a világban történt eseményekről, de ami ennél is fontosabb, eme (napi) híreseményeknek az üdvtörténetben betöltött valódi jelentőségéről.⁶ Még úgy is, hogy a tömegtájékoztatás fő kommunikációs eszköze az élőszó volt, az új-angliai kiadványok felét, a közép-nyugati kolóniákban megjelenő írások 25 százalékát és a déli publikációk tizedét tették ki a teológiai kérdésekkel foglalkozó újságcikkek, könyvek és pamfletek.⁷

³ Quentin J. Schultze: *Christianity and the Mass Media in America. Toward a Democratic Accommodation*. East Lansing, Michigan State University Press, 2003a.

⁴ Amerikai protestantizmus (történeti ívét lásd az első fejezetben): a tanulmányban korszaktól és kontextustól függően több név alatt fordul elő az amerikai protestáns kereszténység két fő iránya. Az egyik a *főáram*, liberális, haladó protestantizmus, a másik a *konzervatív*, régi vágású, fundamentalista, karizmatikus, újkeresztény, (*neo*-) *evangéliumi* vagy neoprotestáns kereszténység. Természetesen teológiai, politikai, gazdasági szempontból a hagyományos liberális és konzervatív értékek és közösségek a másik fő irányban is megtalálhatók.

⁵ Martin E. Marty: *Protestantism and Capitalism: Print Culture and Individualism*. In Leonard I. Sweet (szerk.): *Communication and Change in American Religious History*. Grand Rapids, Eerdmans, 1993. 100.

⁶ Mark A. Noll: *A History of Christianity in the United States and Canada*. Grand Rapids, Eerdmans, 1992. 47–48.

⁷ Jerome Dean Mahaffey: *Preaching Politics: The Religious Rhetoric of George Whitefield and the Founding of a New Nation*. Waco, Texas, Baylor University Press, 2007. 5.

Az amerikai keresztények (akiken egészen a 20. századig javarészt protestánsokat értünk) már történelmük korai szakaszaitól nyitott, vállalkozói, innovatív mentalitással éltek az újabbnál újabb médiumok nyújtotta lehetőségekkel az evangélium terjesztésére. Ebben az íghirdetések mellett előszeretettel használták a röpiratokat, levelezéseket és különféle újsághirdetési technikákat. A nagy ébredés (*Great Awakening*) egyik kiemelkedő vándorprédikátora, George Whitefield tekinthető az első modern vallásos *celebritásnak* és egyben médiavállalkozónak is, akinek marketingstratégiája és kreatív taktikái rendkívül hathatósan bizonyultak. Akikhez nem sikerült élőszóban eljutnia, jó eséllyel azok is megkapták az íghirdetések valamilyen nyomtatott változatát. Whitefield rendkívül sokoldalúan élt a médiapiacra elérhető sajtótermékek nyújtotta lehetőségekkel. Összejöveteleit rendszeresen népszerűsítette újsághirdetéseiben, gazdasági alapon független, harmadik fél által írt híreseményekként találta az összejöveteleiről szóló beszámolókat, valamint saját *Weekly History, Evangelical Magazine* című magazinjában népszerűsítette ébredési alkalmait az Atlanti-óceán mindkét partján.⁸ Hozzá hasonlóan, ráérezve az idők kommunikációs lehetőségeire, több más protestáns vezető is saját folyóiratot alapított, így Thomas Prince *Christian History*, James Robe *Christian Monthly History*, míg John Wesley *Arminian Magazine* címen adott ki folyóiratot.⁹

Evangelizációs irodalom és tömegtermelés

A függetlenségi háború utáni 18–19. század ironikusan akként is jellemezhető, hogy az amúgy teológiai szempontból konzervatív íghirdetők a tömegtermelésben és tömegkommunikációban látták meg mennyei küldetésük megvalósulásának lehetőségét. A mérhetetlenül nagy arányú levelezések mellett a prédikátorok kihasználták az összes létező kommunikációs csatornát. Hitelődeik nyomdokain haladva hirdették az ébredés üzenetét. Az ehhez szükséges komplex infrastruktúra kialakítására is rövid időn belül sort kerítettek. A kor színvonalának megfelelő marketinggépezetet üzemeltettek, és többféle olyan szerveződéssel keresztül tevékenykedtek, mint például a vasárnapi iskola, az oktatási társaság,

⁸ Frank Lambert: *“Pedlar in Divinity”: George Whitefield and the Transatlantic Revivals, 1737–1770*. Princeton, Princeton University Press, 1994. 64–94.

⁹ Douglas A. Sweeney: *The American Evangelical Story: A History of the Movement*. Grand Rapids, Baker Academic, 2005. 29.

illetve a prédikátorképző intézmények. Ezeket komoly volumenű irodalommal látták el, több tízmillió traktátust, evangelizációs könyvet és folyóiratot adtak ki. Egyedül az 1825-ben alapított *American Tract Society* több mint hatmillió darab traktátust adott ki néhány év alatt. Az 1816-ban alapított Amerikai Bibliatársaság (*American Bible Society*) évente több mint 300 ezer Újszövetséget publikált. A két társaság kiadói tevékenysége néhány év alatt maga mögé utasította Amerika többi, világi kiadója együttes kiadványainak a volumenét.¹⁰ A nyomdaipar mellett a nemzeti elosztó hálózatok kiépítésében és hasznosításában is kiemelkedtek a keresztyének. Mindebből az is következik, hogy az Egyesült Államok későbbi hitéletére a második nagy ébredés (*Second Great Awakening*) hosszabban tartó örökséget hagyott az elsőnél.¹¹

Az evangélium terjesztésében az ipari termelést kiegészítette a humán erőforrás képzése is, vándorpredikátorok mellett bibliaárusok és traktátusügynökök is szép számmal szolgálatba álltak, hogy minden amerikai háztartásban jelen legyen a Szentírás és egyéb keresztyén irodalom. A bibliaárusok nemcsak bibliát árultak, hanem az egyetemes papság jegyében gyakran házasságokat celebráltak, és missziós funkciókat is elláttak. Társadalmi felelősségtudattól hajtva kisebb könyvtárakat hoztak létre, vagy vasárnapi iskolákat szerveztek, gyülekezetekben, de akár vasútállomásokon is prédikáltak. Az ezen utazók által megtett mérföldek az évi több tízezret is elérték. A *Tract Society* 1868-ban kiadott útmutatása már a vallásos irodalom üzleti részére is hangsúlyt fektetett. Az ügynököket olyan vállalkozói ismeretekkel is felvértezték, mint a kettős könyvvitel, a banki ügyintézés, illetve konkrét *sales* technikák. A lelkész, misszionárius tehát e tekintetben is igencsak hasonlóvá vált a kereskedőhöz.¹²

Egyes kutatók magának a második nagy ébredésnek a sikerességét is abban látják, ahogy a kor vallásos előjárói tárt karokkal, forrásokat nem kímélve magukhoz ölelték és industrializálták az új kommunikációs és marketing-eszközöket. Ettől kezdve a sikeres ébredési evangelista (*revivalist*) archetipusa elválaszthatatlanul összeforrt azzal az egyházi személlyel, aki proaktívan ragadja meg a legújabb médiatechnológia által nyújtott lehetőségeket, illetve menedzseri szemlélettel és kereskedői hozzáállással terjeszti az evangéliumot. A kevésbé dogmatikus, térítő jellegű alapállásból induló egyházi személyek

¹⁰ Sweeney (2005): i. m. 74.

¹¹ Noll (1992): i. m. 169.

¹² Randall Herbert Balmer: A Pentecost of Politics: Evangelicals, Public Discourse, and American Culture. *Union Seminary Quarterly Review*, 47. (1993), 1–2. 15–28.

viszont elutasítóan álltak hozzá, és problémásnak tartották a tömegtermelés és tömegkommunikáció nyújtotta lehetőségek illetően használatát. Ez a mintakövetés aztán tovább öröklődött a 20., sőt a 21. századra is.

Rádió

A 20. század elejére az új médium a rádió lett, és ennek meghódítása vált aktuálissá az amerikai evangéliumi lelkületű keresztények számára. A teljes képhez az ugyancsak hozzátartozik, hogy maga az első rádióadás is keresztény zenék és újtestamentumi részek felolvasásából állt.¹³

A keresztény rádió szintén több nagyobb fordulaton ment keresztül. 1922-re 382 rádióállomás üzemelt szerte az Egyesült Államokban. Ez a szám 1927-re már elérte a 732-t,¹⁴ és mivel örült küzdelem alakult ki a teljes rádiófrekvenciaspektrumon, az adások sokszor rádiós zajba torkollottak.¹⁵ Ebből a versenyből a vallásos műsorok sugárzói is kivették a részüket a mindenki számára szabad frekvenciák hasznosításában a nagy missziós parancs jegyében. Erre minden lehetőségük meg is volt tekintettel, hogy az 1912-es rádiótörvény (*The Radio Act*) egyáltalán nem szabályozta a frekvenciahasználatot. A rádióállomásokon azonban egyre nőtt a nyomás, hogy még műsoridő-értékesítésért se biztosítanak lehetőséget a konzervatív adásoknak. Ezek mögött a törekvések mögött a szekuláris világ mellett katolikus és a főáramhoz tartozó protestánsok álltak, így a majdani evangéliumi irányzat előfutárai és vezetői fokozatosan kiszorultak. 1944-ben a *Mutual Broadcasting Company* (Kölcsönös Műsorszolgáltató Társaság), amely az egyetlen műsoridő-értékesítő cég volt, olyan új működési szabályokat vezetett be, amelyek rendkívül nehezé tették az evangéliumiaknak a műsoridő-vásárlást. Ennek az lett a vége, hogy még abban az évben 150 evangéliumi műsorgyártó létrehozta a *National Religious Broadcasterst* (NRB – Nemzeti Vallásiműsor-szolgáltatók). A várt eredmény, még ha csak fokozatosan is, de nem maradt el. James DeForest Murch (1956-tól az NRB ügyvezetője)

¹³ Jeffrey K. Hadden: *The Rise and Fall of American Televangelism. The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, (1993), 527. 114.

¹⁴ Dennis N. Voskuil: *The Power of the Air: Evangelicals and the Rise of Religious Broadcasting*. In Quentin J. Schultze (szerk.): *American Evangelicals and the Mass Media*. Grand Rapids, Zondervan, 1990. 71.

¹⁵ Ben Armstrong: *The Electric Church*. Nashville, Thomas Nelson, 1979. 24.

vezetésével komoly érdekérvényesítés zajlott a *Federal Communications Commission* (FCC – Szövetségi Kommunikációs Bizottság) és a Kongresszus háza táján. Ekkorra azonban már nemcsak a rádiózás, hanem a televíziózás mellett is kampányoltak.

Az első korai termékeny időszak után az 1920-as években a *Federal Radio Commission* (FRC – Szövetségi Rádiós Bizottság) minden, addig gombamód szaporodó vallásos rádióműsor-sugárzót közösségi érdekre való hivatkozással lekapcsolt a rádióhullámokról. A váltás a kereskedelmi jelleg és nyelvezet (hirdetés, értékesítés) irányába terelte, illetve térítette el a vallásos műsorokat is, és szükségessé tette e közösségek számára, hogy jártasak legyenek a piaci alapú tevékenységben (műsoridő-vásárlás, támogató partnerek szerzése, eladható műsorformátumok kifejlesztése). Ennek ellenére, vagy éppen emiatt a liberális üldözés miatt a konzervatív protestánsok, evangéliumiak meggyőződésük szerint Isten eszközeként tekintettek a rádiózásra (is).

Charles E. Fuller *Old Fashioned Revival Hour* című adására az 1940-es években heti szinten hallgatói levelek ezrei érkeztek, és minden idők egyik legnépszerűbb amerikai rádiós műsora volt, amely 10 milliós hallgatóságot vonzott 1942-re.¹⁶ Ennek folyamán jött létre az a máig virágzó vallásos rádiós szubkultúra, amelynek zászlóshajói a *Focus on the Family*¹⁷ és a *Moody Rádió*. Ma ez az igény a digitális térben, az internetes rádiók szabad világában újult erővel keres piacot magának.¹⁸

Televízió

Az 1950-es évek elején az olyan prédikátorok, mint Fulton Sheen, Robert Schuller vagy Billy Graham evangélista, a nagy elődök szellemi örökségével meneteltek tovább, Isten dicsőségére bátran vállalkozva az új világ, a televíziózás meghódítására. Habár ezeknek a tévéműsoroknak is voltak alkalmanként politikai felhangjai, mégis, egészen az 1970-es évekig tartózkodtak a közvetlen és nyílt

¹⁶ Schultze (2003a): i. m. 62.

¹⁷ Dan Gilgoff: *The Jesus Machine: How James Dobson, Focus on the Family, and Evangelical America Are Winning the Culture War*. New York, St. Martin's Publishing Group, 2007.

¹⁸ Bob Lochte: Christian Radio in a New Millennium. *Journal of Radio & Audio Media*, 15. (2008), 1. 59–75.

politikai véleménynyilvánítástól. Ennek vetett véget a *Moral Majority*vel¹⁹ az élén több hasonló, javarészt evangéliumi, illetve fundamentalista protestáns kezdeményezés. Ez az új, keresztény konzervativizmust hirdető irányzat érdek- és értékazonosságra talált a Ronald Reagan elnökségétől kezdődően egyre tudatosabb (neo-) konzervatív politikusok azon törekvésével, hogy egy egységes szavazóbázist kovácsoljanak a tágran értelmezhető, sok különböző irányzatot magában foglaló evangéliumi kereszténységből.²⁰ Ennek eredményeként a politikusok elkezdtek figyelemmel kísérni a keresztény médiatartalmakat abból a célból is, hogy a tömörülést foglalkoztató közös nevezőt megragadják. Ennek köszönhetően a médiumok nyilvánvaló módon egyre nagyobb befolyásra tettek szert az amerikai politikai gondolkodásban. E szférának talán legemblematicusabb alakja a mai napig aktív Pat Robertson volt szenátor, aki többek között a CBN (*Christian Broadcasting Network*, 1960) tévétársaság alapítójaként indult az elnökségért 1988-ban, illetve egy új érdekérvényesítési formációt indított el a *Christian Coalition*²¹ élén 1987-ben.

Nyomtatott média

Az egyre újabb és újabb médiumok elterjedésével a régebbi formátumok közül a nyomtatott termékek (könyvek, újságok) nem tűntek el, még úgy sem, hogy egyre inkább osztozniuk kellett a figyelemben a dinamikusan fejlődő médiapiacra. Az 1884-ben alapított *The Christian Oracle*, amelyet 1900-ban átneveztek *The Christian Century*-re, a 20. század első felében a főáramú ökumenikus hetilap lett.²² E sajtóterméknek, habár csupán 40 ezres példányszámban adták ki, igen nagy jelentőséget tulajdonítottak a valódi amerikai kultúra és gondolkozásmód megőrzésében. A 20. század közepére az egész amerikai protestáns kereszténységre jellemző, hogy mindennek ellenpárja született. A *Christian Century* konzervatív/evangéliumi ellenpárja a Billy Graham által 1956-ban

¹⁹ David Snowball: *Continuity and Change in the Rhetoric of the Moral Majority*. Santa Barbara, ABC-CLIO, 1991.

²⁰ Rick Perlstein: *The Invisible Bridge. The Fall of Nixon and the Rise of Reagan*. New York, Simon & Schuster, 2014.

²¹ Joel D. Vaughan: *The Rise and Fall of the Christian Coalition: The Inside Story*. Eugene, Wipf and Stock Publishers, 2009.

²² Elesha Coffman: *The Measure of a Magazine: Assessing the Influence of the Christian Century. Religion and American Culture*, 22. (2012), 1. 53–82.

alapított *Christianity Today* lett.²³ A közel 150 ezres példányszámban megjelenő kiadvány a fősodratú evangéliumi kereszténység zászlóshajója, teológiailag konzervatív, míg szociális ügyekben inkább haladó, finoman liberálisan érzékeny álláspontra helyezkedett, ezzel ékelve be magát a liberális protestánsok és a fundamentalista elkülönülők közé. A nyomtatott média hagyományosabb formájáért, mint a könyvek, óriás kiadók feleltek, amelyek az evangéliumi rés szélesítésén fáradoztak. Ezek között a mai napig nagy piaci részesedéssel rendelkező kiadók között található például a Zondervan Publishing House, a Tyndale House vagy a Thomas Nelson Publishing.²⁴

Az amerikai örökség megőrzése

A hagyományos nyomtatott média mellett az új médiumok új platformot is nyitottak az amerikai protestáns közösség jövőjéért folytatott küzdelemben, ugyanakkor amerikai örökségük megőrzésében is. A konzervatív és liberális protestánsok közötti határvonalat már az 1920–1940-es években meghúzták a gyülekezetek és teológiai szemináriumok szintjén. Ez azzal járt, hogy a konzervatív és fundamentalista protestánsok visszahúzódtak, illetve kiszorultak a nagy médianyilvánosság elől. Ugyanakkor a háttérben folyamatosan zajlott az építkezés, amelynek eredményeképpen minden liberális intézménynek, szervezetnek és egységnek létrehozták a konzervatív párját.²⁵ Így alakult ki nagyvonalakban a(z amúgy ennél sokkal fragmentáltabb)²⁶ protestáns kétpárti rendszer, liberálisok a konzervatívokkal szemben.

Míg a főáramú protestánsok a *Broadcast and Film Commission* (BFC – Műsorszórási és Filmbizottság) azért küzdöttek, hogy korábbi előjogaikat

²³ Mark G. Toulouse: *Christianity Today and American Public Life: A Case Study*. *Journal of Church and State*, 35. (1993), 2. 241–284.

²⁴ Christian Smith – William R. Kenan Jr.: *American Evangelicalism: Embattled and Thriving*. Chicago–London, University of Chicago Press, 1998. 12–13.

²⁵ Nathan O. Hatch: *Evangelicalism as a Democratic Movement*. In George M. Marsden (szerk.): *Evangelicalism and Modern America*. Grand Rapids, Eerdmans, 1984. 72.

²⁶ A liberálisok két altáborra, a neoortodoxokra és a klasszikus modernistákra oszlottak, míg a konzervatívok a (neo-) evangéliumistákra és szeparatistákra/fundamentalistákra. Utóbbiak közötti különbség ugyancsak azokra a társadalmi és gazdasági különbségekre vezethető vissza, mint a protestánsok ötven évvel korábbi, 20. század eleji szakadása, amely végül elvezetett az evangéliumi tradíció térnyeréséig.

megtartsák, addig a (neo-) evangéliumiak a társadalmi elfogadottságért és társadalomformáló hatásért harcoltak. A küzdelem ugyanúgy folyt a rádióhullámokért, mint a tévéműsor-sugárzási lehetőségekért egyaránt. A BFC ellensúlyozására a konzervatívak megalapították a *The National Religious Broadcasters Association* (NRB – Nemzeti Vallási Műsorszolgáltatók), a főáramhoz tartozó *National Council of Churches* (NCC – Egyházak Nemzeti Tanácsa) ellenében pedig a *National Association of Evangelicalst* (NAE, 1941-ben).²⁷

Ennek az átfogó szerveződésnek a révén hozták létre 1947-ben a már tárgyalt nyomtatott média szervezetek mellett a *Fuller Theological Seminary*-t²⁸ is, amely a modern evangéliumi mozgalom elméleti bázisát adta több más szervezet mellett.

A média szerepe és befolyása

A modern teológia és az új médiumok

A második világháború után a protestáns kereszténységen belüli szembenállás újabb fejezethez érkezett. Az előjogok szellemében működő *Broadcast and Film Commission* elitista pozíciójának következtében a tömegmédia által az amerikai társadalomban véghezvitt kulturális átalakulásnak a liberális, modern protestáns teológia inkább gátja lett, a kereskedelmi televíziózás meghódításának pedig leginkább csak szemlélője.²⁹ Ezt többek között az is megalapozta, hogy a kereskedelmi televíziózás első tíz évében mind az istentiszteletek látogatottsága, mind az imaházépítések száma történelmi csúcsokat döntött, így a pillanatképeket szemlélve egészen úgy tűnhetett, hogy a keresztény vallásosság, a protestánsok és a katolikusok fej-fej mellett haladva visszaszerzik Amerikát a szekularizációtól. A *The Christian Century* hasábjain 1946-tól, amikor a fekete-fehér tévék elkezdték elárasztani az amerikai otthonokat, 13 részes cikksorozat jelent meg

²⁷ Joel Carpenter: *Revive Us Again: The Reawakening of American Fundamentalism*. New York, Oxford University Press, 1997. 150–151.

²⁸ George M. Marsden: *Reforming Fundamentalism: Fuller Seminary and the New Evangelicalism*. Grand Rapids, Eerdmans, 1995.

²⁹ Michele Rosenthal: 'This Nation under God': The Broadcast and Film Commission of the National Council of Churches and the New Medium of Television. *The Communication Review*, 4. (2001), 3. 347–371.

Meg tudja-e a protestantizmus nyerni Amerikát? címmel.³⁰ Ebben többek között amellelt foglaltak állást, hogy az elkereskedelmiesített szórakozás morálisan és társadalmilag elfogadhatatlan. Így helyett, hogy a 19. századi elődökhöz hasonlóan az új kulturális formák krisztianizálására törekedtek volna, a keresztény etikával ellentétes szórakozási, szabadidős és rekreációs tevékenységnek minősítették azokat. A liberális protestánsoknak ezt az elutasító hozzáállását csak tovább erősítette az olyan régi vágású protestánsok tévészereplése, mint Billy Graham vagy Oral Roberts.³¹ Ugyanakkor ezek a (neo-) evangéliumi összejövetelek a nézettségi adatok szempontjából jó műsoroknak számítottak.³²

Mindennek a hátterében a második világháború utáni pluralista társadalmi és technikai átalakulás új kihívásai álltak, és ezek láthatóan megjelentek az egyre inkább két táborra vált (liberális és konzervatív) protestánsok között. A sors fintora, hogy a nevükben modern fővonalasok, szemben a teológiaiilag fundamentalista evangéliumiakkal, nem ismerték fel a kulturális hatásgyakorlás lehetőségét az új médiumon, a televízió keresztül. Így míg az előbbieket egyre inkább csak az új médium kritikusaiént, addig az utóbbiak egyre inkább annak hasznélvezőiként pozícionálták magukat.

A műsorsugárzás szabadságát, legyen szó akár rádiós, akár televíziós műsorokról, a fundamentalista protestáns teológia identitásszabadságával egyenlőnek értelmezték a konzervatív keresztények. Sőt a szűkebben vett evangéliumi identitás kialakulásában, megalkotásában és térhódításában – egyes kutatók szerint – kimondottan kulcsszerepet játszott az evangéliumi keresztények médiáért folytatott küzdelme.³³

A (neo-) evangéliumi vezetők teológiai értelemben nem, hanem csak kulturális adaptációs hozzáállásukban és képességükben különböztek fundamentalista társaiktól. Ez együtt járt az új technikai vívmányok megragadásával, és magával hozta a társadalmi felemelkedést, illetve mobilitást. Így vált a régi vágású protestantizmus, az ekkora már egyre karakteresebb evangéliumi identitás és mozgalom az új középosztály vallásává az 1970-es évek végére, 1980-as évek elejére.

³⁰ Charles Clayton Morrison: Can Protestantism Win America? *The Christian Century*, 63. (1946). 425–427.

³¹ Cristi Eschler-Freudenrich: Oral Roberts and the Battle to Access National Network Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 65. (2021), 2. 289–310.

³² Michele Rosenthal: *American Protestants and TV in the 1950s: Responses to a New Medium*. New York, Palgrave Macmillan, 2007. 29.

³³ Lásd például Tona J. Hangen: *Redeeming the Dial: Radio, Religion and Popular Culture in America*. Chapel Hill – London, University of North Carolina Press, 2002.

Eme újkeresztény tradíciónak a televízióhoz és tömegmédiához való hozzáállása is nagyban az amerikai örökség megőrzéséért folytatott küzdelemnek a kontextusában értelmezendő igazán. Az evangéliumiak komoly, az egyénre és annak identitására direktben ható és azt meggyőzni képes eszközként tekintettek az új médiumra (a tévére), és csak nagyon marginálisan foglalkoztak annak negatív etikai és társadalmi hatásaival.

Az információközvetítésen és kommunikáción alapuló erőter, vagyis a média ideológiai/teológiai uralása mindig is fontos kérdése volt a protestáns gyökerű, bibliai küldetéstudattal rendelkező amerikai társadalomnak. Habár az eszközök és médiumok változtak, és talán a korai keresztény üzenet is átalakult (mások szerint csak köntöst cserélt: a zarándokatyáktól a jólét-teológiáig), a meghatározó hang jelentősége változatlan napjaink új médiumaiban is (Facebook, Twitter, YouTube stb.).³⁴

Teleevangélisták mint az új amerikai keresztény médiakultúra³⁵

1987-ben az evangéliumi teleevangélisták (televíziós prédikátorok) és a hozzájuk kapcsolódó botrányok a világi hírek főcímeibe kerültek. Így lett Jim Bakker és később Jimmy Swaggart a képmutató egyháziak példjaként a világi média közvetítésével mindennapos beszédtemává.³⁶ Ugyanakkor ezek a botrányok csak még inkább rávilágítottak a teleevangélistáknak a kiterjedt és nagy hatású társadalomformáló erejére és médiajelenlétére. A botrányok árnyékában talán a legmegdöbbentőbb mégis az volt, hogy a liberális protestánsok mennyire alábecsülték az 1970–1980-as évek alatt végig tevékenykedő hasonló egyháziaknak és az eredeti amerikai jelenségként elkönnyvelhető elektronikus egyháznak (*Electronic Church*³⁷) a társadalomra, kultúrára és gondolkozásra gyakorolt hatását, valamint az abban rejlő lehetőséget. Egy másik, legalább ennyire szembeszökő jelenség a médiamunkások és kutatók számára, hogy ezek a teleevangélisták

³⁴ Mark Ward Sr.: Digital Religion and Media Economics: Concentration and Convergence in the Electronic Church. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 7. (2018), 1. 90–120.

³⁵ Lásd erről részletesen Schultze (2003b): i. m.

³⁶ Mark Ward: Televangelism, Audience Fragmentation, and the Changing Coverage of Scandal. In Hinda Mandell – Gina Masullo Chen (szerk.): *Scandal in a Digital Age*. New York, Palgrave Macmillan, 2016. 57–60.

³⁷ Quentin J. Schultze: The Mythos of the Electronic Church. *Critical Studies in Mass Communication*, 4. (1987), 3. 245–261.

milyen erős kapcsolatokat építettek ki az úgynevezett Új Keresztény Jobboldallal (*New Christian Right*).³⁸ Ez a politikai szempontból konzervatív evangéliumiakból, fundamentalistákból és karizmatikusokból kovácsolódott koalíció Ronald Reagan 1980-as választási győzelmétől kezdve egyre erőteljesebb hangként jelentkezett a médiában és a belpolitikában, ezzel megkérdőjelezve az addig kialakult vallási-társadalmi, kulturális konszenzust is.

A majomper (*Scopes Trial*, 1925)³⁹ utáni években a protestánsok haladó, liberális irányzata, közismertebben a főáramhoz tartozó protestánsok (*mainline Protestants*) uralták a közösségi tereket, és teljesen figyelmen kívül hagyták az evangéliumi és fundamentalista irányzatokban rejlő potenciált. Legnagyobb kihívásuknak a szekularizációt tekintették, és ez alapján is választottak elitista, simulékony és kritikus stratégiát a társadalmi terekben való megjelenésükhöz. Az 1980-as évekre azonban a konzervatív protestánsoknak és azon belül is az evangéliumiaknak az Új Keresztény Jobboldallal való egymásra találása következtében a politikai térben a szociológusok és társadalomtudósok által várt eljelentéktelenedés helyett ez a vallási meggyőződés komoly tartalékokat halmozott fel az amerikai társadalomban, és erős médiajelenlétének köszönhetően jelentős kultúraformáló tényezővé vált.⁴⁰ Habár a főáramhoz tartozó protestánsok episztemológiai alapállása, szemben a konzervatív (evangéliumi és fundamentalista) irányzattal, megengedőbb volt a tudomány és technika vívmányaival szemben, mégis az a helyzet állt elő, hogy utóbbiak voltak azok, akik felismerve a televízióban rejlő lehetőségeket Isten igéjének a terjesztésében baconi gyakorlati filozófiai alapon⁴¹ igyekeztek a maguk hasznára fordítani ennek az új, modern médiumnak és technológiai robbanásnak az amerikai társadalomban kibontakozó térhódítását. Még ha kezdetben tudatosan nem is vehették számba

³⁸ Jeffrey K. Hadden: Religious Broadcasting and the Mobilization of the New Christian Right. In Martin E. Marty (szerk.): *Modern American Protestantism and Its World. Volume 10 Fundamentalism and Evangelicalism*. München, K. G. Saur, 2011. 295–318.

³⁹ A majomper részletesebben tárgyalja az 1. fejezet.

⁴⁰ Kenneth J. Collins: *Power, Politics and the Fragmentation of Evangelicalism: From the Scopes Trial to the Obama Administration*. Downers Grove, InterVarsity Press, 2012. A baconi gyakorlati filozófia a józan ész realizmusával együtt adja az evangéliumi kereszténység értelmezésében a tudomány és vallás viszonyának alapját. Olyan gondolati megközelítés ez, amely a darwini evolúciós elmélettel szemben a tapasztalati, empirikus világ figyelmes, rendszerezett vizsgálatából von le tudományos, racionális következtetéseket.

⁴¹ David N. Livingstone – D[aryl] G. Hart – Mark A. Noll: *Evangelicals and Science in Historical Perspective*. New York, Oxford University Press, 1999. 25., 47., 56.

a vallásos-közéleti műsorok hosszú távú sikerességét (például *The 700 Club*),⁴² hosszú távon mégis sikerült azt elérniük, hogy az addig látens támogató tömegből egy kulturálisan és politikailag is nagyon meghatározó, aktív és mérhető közösséget tudtak ezek segítségével kovácsolni.

Miközben az 1950-es évek Amerikájában a televíziózás volt a legújabb és leginnovatívabb kommunikációs médium, és miközben a vallásszociológusok a vallás jelentőségének radikális csökkenését prófétálták, amikor a fővonalas protestánsok társadalmi hegemoniájuk zenitjéhez érkeztek, a konzervatív evangéliumi keresztények – teológiájuk alapján nem magától értendő módon –, mégis kulturális szempontból rugalmasan nagy erőfeszítéseket tettek e médiumnak a meghódítására és a társadalmi, média-, politikai és kulturális viszonyok megváltoztatására. Amíg az 1950-es években a főáramhoz tartozó protestánsok közszolgálat jogcímén ingyenes műsoridő keretében tehettek volna az új amerikai kultúra formálása érdekében, addig az evangéliumi és fundamentalista körök piaci alapon jutottak csak műsoridőhöz. E gazdasági előny ellenére is az 1980-as évekre a *mainstream* protestánsoknak már csak mintegy múltbéli tapasztalatként élt a társadalmi szinten exponenciális robbanást megélt televíziózás, ezzel szemben az evangéliumi teleevangélisták nagyban uralták a műsoridőket.

Edward John Carnell, a Fuller Teológiai Szeminárium teológiai tanszékének munkatársa volt az első, aki már 1950-ben *Televízió: szolga vagy úr*⁴³ címmel megjelent művével előrevetítette a televíziónak a társadalomra, valamint az evangéliumi közösségekre gyakorolt hatását. Többek között kiemelte a szórakoztató, illetve rekreációs jellegét. Összegezte a tévéprédikátor személyiségével, karakterével és integritásával kapcsolatos magasabb követelményeket, továbbá világosan levezette: igaz, a legdrágább, az evangéliumiak számára mégis a leghatásosabb útja annak, hogy saját szolgálatukba állítsák ezt az új médiumot, az, ha maguk válnak tévéállomás-tulajdonossá és -üzemeltetővé. Ezzel igazából a Pat Robertson-i CBN-modellt vetítette előre, amit azzal magyarázott, hogy az emberek magánélete a televíziózás korában mindenféle befolyásnak lesz kitéve.⁴⁴

⁴² 1966 óta a Pat Robertson által alapított CBN minden hétköznapi jelentkező zászlóshajója. Világviszonylatban mint az egyik legrégebb óta töretlenül sugárzott televíziós műsor egyben lenyomata és gerince is az evangéliumi mozgalom médiajelentőségének. Jeremy Hexham: *Incarnating a Rhetoric of Identity: Pat Robertson and the 700 Club. Communicatio*, 39. (2013), 3. 305–318.; Stewart Hoover: *The 700 Club as Religion and as Television: A Study of Reasons and Effects. Dissertations (ASC)*, 1985. 19.

⁴³ Edward John Carnell: *Television, Servant Or Master?* Grand Rapids, Eerdmans, 1950.

⁴⁴ Rosenthal (2007): i. m. 100.

Habár műve nem kapott túl nagy figyelmet, mégis igaznak bizonyult, és meghatározó keretrendszere lett az azt követő évtizedeket domináló teleevangélista generáció értelmezésének. Számos kortárs kommentátor kiemelte, hogy a teleevangélisták sikerének egy része műsoraik és személyiségük szórakoztató jellegéből fakadt.

Az elektronikus egyháztól a politikai aktivistákig

A televíziózás korai szakaszától kezdve hosszú vitát generált, hogy az új médium inkább közvetítő, missziós szerepet tölt-e be (konzervatív protestánsok), vagy inkább egy új megnyilvánulási formájú liturgikus funkciót (liberális protestánsok). Az erről alkotott elképzelés nagyban meghatározta azt is, hogy a liberális és konzervatív protestáns körök hogyan is viszonyultak a televízió nyújtotta lehetőségekhez, és milyen formában éltek velük. Az evangéliumi mozgalomhoz köthető teleevangélisták előszeretettel hangsúlyozták és legitimálták nagy számokkal igazolva az új technológiának a közvetítő, missziós szerepét. (Ugyanakkor némely kutatási eredmény inkább azt bizonyítja, hogy a tévé liturgikus funkciót töltött be az evangélium hirdetésében, valamint csak megerősítette a nézőkben már eleve meglévő véleményeket, érzületeket és álláspontokat).⁴⁵ A főáramhoz tartozó protestáns vezetők a tömegmédián alapuló egyházi szolgálat kritikájaként inkább a liturgikus jelleg széles tömegek elé tárásának hígító hatásával érveltek és cselekedtek, ezzel azonban figyelmen kívül hagyták a tömegmédia igen meghatározó közösségépítő erejét és jelentőségét.⁴⁶

Végül az az ironikus helyzet állt elő, hogy a politikában inaktív evangéliumiak lettek az 1980-as évekre a legsikeresebb politikai erő hátszaga és meghatározó hangadói (például Jerry Falwell⁴⁷ – *Moral Majority*,⁴⁸ Pat Robertson – CBN, *Christian Coalition*). Azok az evangéliumiak, akik alapállás szerint a kapitalizmus kritikusai voltak, annak kedvezményezettjei lettek, valamint akik egykoron a szórakoztatóipart az ördög megtévesztésének tekintették, most Jézus

⁴⁵ Janice Peck: *Gods of Televangelism: The Crisis of Meaning and the Appeal of Religious Television*. Cresskill, Hampton Press, 1993.

⁴⁶ Rosenthal (2007): i. m. 9.

⁴⁷ Macel Falwell – Melanie Hemry: *Jerry Falwell: His Life and Legacy*. New York – London – Toronto – Sydney, Howard Books, 2008.

⁴⁸ Matthew Avery Sutton: *Jerry Falwell and the Rise of the Religious Right. A Brief History with Documents*. Boston, Bedford, St. Martin's, 2013.

szolgáltatába igyekeztek azt állítani – jelentős politikai, társadalmi és média-sikereket elkönyvelve.

Mindezek fényében rendkívül figyelemre méltó az evangéliumi elektronikus egyház (*Electronic Church*) és a teleevangélisták népszerűségének rövid idő alatt bekövetkezett növekedése.⁴⁹ Gyors ütemű térhódításuk olyan tényezőkre vezethető vissza, mint a kormányrendeletek szintjén bekövetkezett változások, a konzervatív gyülekezetek létszámbeli növekedése, a főáramhoz tartozó egyház hanyatlása, az új informatikai technológia hajnalához kapcsolódó társadalmi várakozások, az evangéliumi teológia adaptációs képessége, valamint az 1960–1970-es években a tévéállomásokat érintő gazdasági átalakulások.⁵⁰ Ennek következtében azáltal, hogy a vallásos televíziózás belépett az otthonokba, egyre inkább elmosódott a vallás magánügy és közügy volta közötti tradicionális határ. A teleevangélisták hathatósan egyesítették, és hangot adtak a sok milliós evangéliumi tábor világszemléletének, még ha ezzel automatikusan nem is térítették át a maradék amerikaiak millióit saját politikai nézeteikre.⁵¹ Annak ellenére, hogy az elektronikus egyház csökkentette a közösségbe járás szükségességét, egyszersmind erősítette a magánszféra témáinak a közösségi terekben történő megjelenését. Így e műsorok nézői nemcsak a kanapéikon tepsedő fogyasztói keresztények lettek, hanem azáltal, hogy elmosódott a határ az egyházi és társadalmi tér között, maguk is aktivizálódtak, és tevékenyen bevonódtak a gyülekezeti közösség falain kívül is először a társadalmi, majd egyre inkább a politikai kérdésekbe.⁵²

Azáltal, hogy a *Federal Communications Commission* 1960-ban egy döntéssel eltörölte a főáramlathoz tartozó egyházak műsorsugárzási előjogait, és piaci alapon igyekezett a kérdés további rendezését megoldani, az addig egy (a liberális) irányba lejtő pálya a konzervatívok, evangéliumiak piaci tapasztalata, felkészültsége és teológiai hozzáállása miatt elkezdett a másik irányba lejtteni.⁵³ Még úgy is igaz ez, hogy a 29 felekezetet, 143 ezer közösséget és közel 33 millió tagot tömörítő *National Council of Churches of Christ* és a hozzájuk tartozó

⁴⁹ Steve Bruce: *Pray TV: Televangelism in America*. London, Routledge, 1990.

⁵⁰ Peter G. Horsfield: *Religious Television: The American Experience. (Research on Teaching Monograph Series)*. New York, Longman Publishing Group, 1984. 15–23.

⁵¹ Everett C. Parker: *The Television-Radio Audience and Religion*. New York, Harper and Brothers, 1955. 401–414.

⁵² Bobby Alexander: *Televangelism Reconsidered: Ritual in Search for Human Community*. Atlanta, Scholars Press, 1984.

⁵³ Horsfield (1984): i. m. 13–14.

Broadcast and Film Commission gazdasági lehetőségeiben ekkor még messze felülmúlta a többnyire egyemberes, így az Oral Roberts vagy Rex Humbard nevről ismert konzervatív műsorokat.⁵⁴ Ennek természetesen másik oldala, hogy a főáramlathoz tartozó protestánsok a 20. századra a kulturális hierarchia csúcsának, a magas művészetnek váltak a felkent letéteményeseivé és őrzőivé, ami motiváltság szempontjából ellene játszott annak, hogy az alacsony szintűnek minősített tömegmédiát – mint amilyennek a televíziózást is tartották – kiszolgálják. Ezzel szemben az evangéliumiak, ignorálva az új médiának az e világi, domináns kereskedelmi részét, úgy tekintettek a televíziózásra, mint missziós eszközre. Ebben is tisztelve a hagyományokat, a régi ébredési mozgalmakhoz hasonlóan minimális különbséget tettek a hagyományos és új tömegkommunikációs eszközök között. Még annak ellenére is, hogy a kor tömegmédiával kapcsolatos kutatási eredményei helyenként ellentmondtak feltételezéseiknek,⁵⁵ nagy hozzáértéssel kezelték ezt a komplex eszközt, amivel végső soron egy máig ható keresztény szubkultúrát, társadalmi összefogást és politikai érdek- és értékszövetséget hoztak létre. Az 1950–1960-as évek protestáns viszonyait jól összefoglaló zászlóshajók tartalma szerint a *Christianity Today*-ben messze nincs annyi média- és társadalomkritika megfogalmazva, mint a *The Christian Century*-ben. Előbbiben leginkább a misszió előmozdítása kapcsán került elő a rádiózás és televíziózás.⁵⁶

Az evangéliumiaknak az evangelizálás egyenlő (volt) az ébredéssel, és annak előmozdítására minden eszközt igyekeztek felhasználni, kimondottan annak az urbanizált, középosztályt célzó formáit. Habár a főáramhoz tartozó Reinhold Niebuhr már az 1950-es években világosan felismerte, hogy Billy Graham, az evangéliumiak aranyembere már a konzervatív protestánsoknak egy teljesen új generációjához tartozik (az evangéliumi kereszténységhez), mégis kritikus és távolságtartó volt az általa képviselt keresztény tradícióval kapcsolatban.⁵⁷

⁵⁴ Rosenthal (2007): i. m. 13–14.

⁵⁵ Schultze (1987): i. m. 245–261.

⁵⁶ Michele Rosenthal: “Turn It Off!”: TV Criticism in the Christian Century Magazine, 1946–1960. In Stewart M. Hoover – Lynn Schofield Clark (szerk.): *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*. New York, Columbia University Press, 2002. 138–162.

⁵⁷ Rosenthal (2007): i. m. 83.

Űrkorszak és világvégevárás

Az idő és a történelem kereké azonban nem állt meg, de még csak nem is volt a protestantizmuson belüli útkeresésekhez kötve. Miközben az evangéliumi vezetők létrehozták a Fuller Teológiai Szemináriumot, a *National Association of Evangelicalst*, a *National Religious Broadcasterst*, illetve a *Christianity Today*-t, addig a világ megépítette az atombombát, embert küldött a Holdra, feltalálta a komputert, a televíziót és számos háztartási gépet. Az űrkorszak ilyen beköszönte újabb kihívás elé állította a régi vágású vallásosságot, amelyet nehéz lett volna figyelmen kívül hagyni. Ezeket az eredményeket a missziós lelkület jegyében integrálni kellett a teológiába és a gyakorlatba is.

Az evangéliumi keresztények ilyen jellegű teológiai útkeresése összekapcsolódott egy másik, a korszakot meghatározó globális valósággal. A hidegháború kapcsán egyre erőteljesebben napirendre került a világ végének premillennialista⁵⁸ értelmezése, annak a történelmi eseményekkel való párhuzamba állítása. Ebből adódóan az evangéliumi keresztények számára nem maradt fontosabb küldetés, mint az evangelizáció, először az Egyesült Államokon belül, majd globálisan, amihez az űrkorszakra épülő tömegmédia nyújtotta lehetőségek ígértek a leg-hathatósabbnak.

A technológiai fejlődés és a tömegtájékoztatás különféle médiumai már a kezdetektől egymást erősítő jelentőséggel bírtak. A reformáció és az egyetemes papság egyénenkénti értelmezése és megélése nem lett volna lehetséges a nyomtatás elterjedése nélkül. Ennek egyik korai bizonyítéka, hogy az 1520–1530-as évek nagy protestáns pamfletnyomtatása a világtörténelem második tömegnyomtatása volt.⁵⁹ Ebből következően a több médiatermék (több vallásos irodalom, több anyanyelvű biblia, több rádióműsor, több tévéadás, több közösségimédia-poszt stb.) egyre több befogadót eredményez. Viszont ennek következtében egyre több lesz az önálló médiafogyasztó és -alkalmazó is. Napjainkra a poszt-*truth* társadalom nyújtotta médiaplatformok nagyon alacsony előállítási költségeinek is köszönhetően tömegesen elszaporodtak a tartalomelőállítók és az általuk terjesztett médiatartalom. Vallásos szempontból a kinyilatkoztatás individualizálódik. Ennek törvényszerű következménye az elaprózódás, a fragmentálódás és a kleri-

⁵⁸ Azon teológiai nézet, amely szerint Jézus második visszajövele meg fogja előzni az ezer évig tartó aranykort a Földön. Ehhez kapcsolódik a bibliai Jelenések könyvéből nagy nyomorúságként ismert apokaliptikus eseménysor.

⁵⁹ Steven Ozment: *Protestants: The Birth of a Revolution*. New York, Double Day, 1993. 46.

kális tekintély erodálódása. Ebből egy olyan spirál indul el, amely szerint minél több csatornán keresztül, minél szélesebb tömegeknek és minél több előállítótól elérhető a személyes üzenet, annál inkább elhatalmasodik az individualizmus szelleme. Az amerikai protestáns tömegmédiá története tehát leírható az individualizmus történeteként, amelyben a klasszikus alap protestáns igazság (az egyetemes papság) a technika vívmányainak is köszönhetően az egyre személyesebb hit megélésének hajtóerejévé vált.

Az amerikai emlékezet régi hagyománya a technikai vívmányokat Isten kegyelmének a megnyilvánulásaiként értelmezni. Ennek egyik legújabb mérőköve az elektronikus forradalom mítosza is,⁶⁰ amely szépen illeszkedik a protestáns kinyilatkozás progresszív világszemléletéhez. A tudomány baconi értelmezése, amelyet az evangéliumiak a magukévá tettek, és a 20. század egyre dinamikusabb technológiai forradalma folyamatos muníciót biztosított ennek a hozzáállásnak. Az olyan technikai vívmányoknak köszönhetően, mint a rádió, tévé és legújabban az internet, az evangélium hirdetése soha korábban nem látott eszközökhöz jutott, az evangéliumiak igazolva látták küldetésük (a világ-evangelizáció) kibontakozásának sikerét. Az űrkorszak médiája kétfunkciójú eszköz volt és maradt: egyrészt hathatósan tud jó szolgálatot tenni az emberek megtérésében, természetük megváltoztatásában és a társadalom biblikus átforgatásában, másrészt az ehhez kapcsolódó gazdasági és politikai folyamatok és források kiaknázásában.

Egy másik terület, ahol a (vég)ítéletre vagy reményteljes jövőre kifuttatott evangéliumi teológia kapcsolódott a tudományos-technikai forradalomhoz, az a történelmi események apokaliptikus, permillennialista értelmezésének a *science-fiction*nel való találkozása és az ennek a kapcsán létrehozott *Left Behind* univerzum.⁶¹ A premillennializmus az evangéliumi mozgalom legfőbb eszkatologikus értelmezése lett.⁶² Ennek menetrendje szerint Krisztus második visszajövetelét megelőzi a nagy nyomorúság, amelyet ezeréves aranykor követ. Utóbbi beköszönte pedig nagyban függ a világevangelizációtól, amelyre minden

⁶⁰ James W. Carey – John J. Quirk: The Mythos of the Electronic Revolution. *The American Scholar*, 39. (1970), 3. 220.

⁶¹ Amy Johnson Frykholm: *Rapture Culture: "Left Behind" in Evangelical America*. Oxford, Oxford University Press, 2004. 1–2.; Craig L. Blomberg – Sung Wook Chung: *A Case for Historic Premillennialism: An Alternative to "Left Behind" Eschatology*. Grand Rapids, Baker Academic, 2009.

⁶² Courtney S. Basham: *Hal Lindsey's The Late, Great Planet Earth and the Rise of Popular Premillennialism in the 1970s*. Masters Theses & Specialist Projects. Paper 1205. 2012.

rendelkezésre álló eszközt (űrtechnológiát) és lehetőséget (média, politika) meg kell ragadni. A tömegkommunikáció médiumait tehát az emberek Krisztus visszajövetelének előmozdítását elősegítő eszközökként kapták.

Az utópisztikus elképzelés eredendően nem áll messze a Biblia világától. Az utolsó vagy végidők premillennialista menetrendjének a tömegmédiában való terjesztése azonban csak még közelebb hozta a szinte utópisztikus valóságban élő amerikaiaknak az evangéliumi narratívát (a tévében közvetített Holdra szállás, csillagháborús program stb.). Másik olvasatban a protestáns etika és a kapitalizmus szelleme az elejétől fogva mélyen áthatotta az amerikai pszichét. Az út, amely az édentől az Új-Jeruzsálemig vezeti azokat, akik Isten/a Gondviselés tevékeny partnereiként azon fáradoznak, hogy a baconi empirikus tudás alkalmazásával szolgálva vezessenek, az elektronikus forradalommal és a hidegháborús szembenállással a végéhez közeledőnek tűnt. Habár, ahogy a történelem folyamán oly sokszor, most is benne volt a bábeli fiaskó lehetősége is. Ez a veszély pedig már valódi politikai aktivitásra is ösztönözte az ebben hívőket. Az apokaliptikus ideológiai alapvetés a belpolitikai aktivitáson kívül nagyon komoly hatást fejtett ki a geopolitikai gondolkozásban (például Izrael-barátság, demokrácia-export).⁶³ Természetesen mindennek úgymond járulékos hozadéka az evangéliumi világvége-szemlélet médiapiaci kapitalizációja is.⁶⁴

Digitalizáció és új média

Hetven év telt el a keresztény televízió hajnala óta, de azok a szervezetek, amelyek ennek az akkor még új médiumnak a kibontakozása körül bábáskodtak, ma is aktívan tevékenykednek. Az NRB napjaink protestáns Amerikájának egyik legfontosabb tekintélye, amely úgy gazdasági, mint politikai húzóerővel rendelkezik. Az internet, a digitális média, az információs társadalom berobbanásával e szervezeteknek legalább annyi, ha nem több birkózni valójuk van, mint volt a tömegmédia hőskorában.⁶⁵ A műsorsugárzáshoz való hozzáférés

⁶³ Jason Dittmer: The Geographical Pivot of (the End of) History: Evangelical Geopolitical Imaginations and Audience Interpretation of Left Behind. *Political Geography*, 27. (2008), 3. 280–300.

⁶⁴ Torin Monahan: Marketing the Beast: Left Behind and the Apocalypse Industry. *Media, Culture & Society*, 30. (2008), 6. 813–830.

⁶⁵ Steve H. Chaffee – Miriam J. Metzger: The End of Mass Communication? *Mass Communication & Society*, 4. (2001), 4. 365–379.

nehézségét felváltotta a megszámlálhatatlan rádió- és tévécsatorna, az internet nyújtotta kimeríthetetlen számú lehetőségek hálózata (weboldalak, podcastek, online és virtuális közösségek stb.).⁶⁶ Ennek ellenére a liberális és konzervatív protestánsoknak ezekhez az új médiaeszközökhöz való viszonya szinte semmit nem változott az elmúlt évtizedek alatt. Az NRB továbbra is eltökélt az evangélium terjesztése iránt, míg a liberális protestánsok továbbra is az oktatásban és a média társadalomkritikájában érdekeltek. Figyelemre méltó ez az állandóság, ez a korszakokat átívelő trend. Habár például a *Christianity Today* egész kiadóirodalommá nőtte ki magát, mégis igyekszik lépést tartani a modern technika vívmányaival, és aktivitást feltételez partnerei, követői, támogatói részéről. Ezzel szemben a *The Christian Century* weboldal sokkal passzívabb és kevésbé változatos felhasználói élményt nyújt. Ebből is világosan látszik, hogy az evangéliumi protestáns szervezetek, intézmények és médiumok szemben a fővonalú társaikkal egészen másképp igyekeznek megbirkózni a kibertér kihívásaival, ezzel is formálva az embereknek a világhálóról alkotott elképzeléseit és annak az életükre gyakorolt hatását. Ugyanez az egyéni aktivitásra nevelő evangéliumi világkép az információs társadalom közösségi média által meghatározó platformjain is tovább növekvő előny, amely meg fogja határozni az amerikai kereszténység (leendő) természetét a kibertérben.

Törzsi média – 21. század

A vallás alapvetően törzsi mentalitásra épül. Ez alól az amerikai evangéliumi mozgalom sem kivétel, ennek nyelvezete, küldetéstudata, mozgósító és aktivizáló jellege szerves része az amerikai médiaviszonyoknak is.⁶⁷ Retorikai szempontból a vallás viszonyában öt fő téma különböztethető meg: a térítés/átérés (*conversion*), a belátás (*discernment*), a közösségi hovatartozás (*communion*), a száműzetés (*exile*) és a dicséret (*praise*).⁶⁸

Az áttérés mindig is része volt az Egyesült Államokat mozgásban és fejlődésben tartó folyamatoknak, és ennek nyelvi megtámogatása (meggyőzés,

⁶⁶ Morten T. Hojsgaard – Margit Warburg (szerk.): *Religion and Cyberspace*. London, Routledge, 2005.

⁶⁷ James W. Carey: *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. London, Unwin Hyman, 1989.

⁶⁸ Schultze (2003a): i. m. 3. 7–43.

propaganda és bemutatók formájában) ugyanúgy része volt a szekuláris, mint a vallásos médiának. A mai értelemben vett amerikai típusú hirdetés és marketing a protestáns evangelizálás átültetése a szekuláris közegbe. A termék értékesítését követően egy vásárló közösség (fogyasztói törzs⁶⁹) részévé kell tenni a megnyert embert.⁷⁰ Ezért nem állt távol az evangéliumi mozgalomtól sem az új média ebbéli hasznosítása, sőt szerves része az amerikai kultúra több évszázados formálásának (nem csak a vallás egyik kifejeződése) prédikációk, keresztény zenék, kiadványok, rádió- és tévéműsorok, *talk show*-k által.⁷¹

A hit és technológia könnyen a technológiába vetett hitként is megnyilvánul, így az innováció újabbnál újabb formái is könnyen a misszió szolgálatába állíthatók, az évszázados küldetés, *a hegyen épített város* kiteljesedését betöltendő. Tekintettel arra, hogy az amerikai észjárásban a média a jó jövőndőbe vetett hit egyik legfontosabb kifejezőeszköze – legyen szó arról, hogy a teleevangélisták megnyerjék a tömegeket Jézusnak, vagy a *Super Bowl* döntőjében dollármilliókért értékesítenek reklámmásodperceket –, a 21. századi média ezt csak törzsekre bontva szolgálja.⁷²

A 21. századi információs robbanás és forradalom a nagy változatosság korszaka. Ezzel párhuzamosan a vallási, társadalmi, kulturális polarizáltság is egyre nagyobb, ami végeredményben társadalmi fragmentáltsághoz vezet. Plurális identitású társadalmi törzsek küzdenek egymással a közösségi média nyújtotta platformokon. Ez az eltörzsiesség⁷³ (amely nem negatív jelenséggként használatos, inkább olyan jelenséggként, amely az egész posztmodern társadalomban lejátszódik) pedig áthatja az amerikai posztmodern, posztszekuláris kereszténységet is. Ezek a vallási törzsek különböznek kulturális érzékenységükben, stílusukban, hitvallásaikban, világnézetükben, teológiájukban. Némelyek ezek közül független helyi közösségek, mások különböző méretű szövetségbe tömörülnek, megint mások egyházak közötti szolgálatra specializálódnak. Éppen ezért parttalan, sziszifuszi vállalkozás lenne megpróbálni még csak indexelni is az újmédia-csatornákat. Ennek ellenére világosan látható, hogy az evangéliumi,

⁶⁹ Seth Godin: *Tribes: We Need You to Lead Us*. New York, Portfolio, 2014.

⁷⁰ Schultze (2003a): i. m. 11.

⁷¹ Nathan O. Hatch: *The Democratization of American Christianity*. New Haven, Yale University Press, 1989.

⁷² Schultze (2003a): i. m. 14.

⁷³ Michel Maffesoli: *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London–Thousand Oaks, Sage, 1995. ix–xii.; Michel Maffesoli: From Society to Tribal Communities. *The Sociological Review*, 64. (2016), 4. 739–747.

protestáns szellem egy jól megragadható trendet követett, a médiumoktól függetlenül, sőt azokat összekapcsolva igyekszik egyre inkább szélesíteni törzsi táborát (ami ellentétes a Reagan-éra osztálymegközelítésével). Habár Donald Trump 2020-as elnökválasztási kampányának eredménye (több mint 74 millió szavazat) igazolni látszik az egységesítésben rejlő erőt,⁷⁴ ennek az evangéliumi keresztények számára mégis komoly ára van. Ennek során olyan szélsőjobb-dali, összeesküvés-elméleteket propagáló törzsekkel is egy erőterbe kerültek, mint a QAnon-hívők.⁷⁵

A vallás az Egyesült Államokban (tekintettel annak protestáns gyökereire) eredendően közvetítő, átadó jellegű, és ennek nyelvezete szerves része az amerikai médiakultúrának még akkor is, ha mentalitásából adódóan nem minden irányzat ölelte magához a média nyújtotta lehetőséget. Egyes közösségek (főáramhoz tartozó protestánsok) a megkülönböztetés jegyében inkább eltávolodtak a tömegmédiától, és inkább egyfajta kulturális száműzetést választottak. A liberálisabb, fővonalas csoportok és közösségek a média és a társadalom kritikájában találták meg inkább a hangjukat, és az NCC-n keresztül azon voltak, hogy közösségi megközelítésből tematizálják a társadalmat érintő vitákat. Ennek részeként a rádió- és tévéfrekvenciák kiosztását is leginkább ebből a közösségi, szövetségileg szabályozott megközelítésből igyekeztek rendezni. A protestánsok konzervatív ága viszont másik utat választott, és azon volt, hogy (egy)házon belüli médiabirodalmakat hozzon létre, amely amellelt, hogy hangjuknak országos visszhangot fog adni, a társadalmi státuszukat is pozitívan fogja emelni az egyre újabb hullámokban fejlődő Amerikában. Ennek az eredménye az lett, hogy a 20. század végére az evangéliumi mozgalom kiemelkedett a vallásos szervezetépítés és médiauralom terén a többi vallásos, keresztény, protestáns törzs közül. Ezáltal az alapító atyák szellemében a 21. századi digitális robbanás az evangéliumi keresztény mozgalmat hozta történelmi helyzetelőnybe.

⁷⁴ Hanne Amanda Trangerud: The Trump Prophecies and the Mobilization of Evangelical Voters. *Studies in Religion/Sciences Religieuses*, 51. (2021), 2.

⁷⁵ Iulian Dinulescu: The Interference of the Far-Right Ideology Qanon with Christianity. *Strategic Impact*, (2021), 78. 118–134.

Felhasznált irodalom

- Alexander, Bobby: *Televangelism Reconsidered: Ritual in Search for Human Community*. Atlanta, Scholars Press, 1984.
- Armstrong, Ben: *The Electric Church*. Nashville, Thomas Nelson, 1979.
- Balmer, Randall Herbert: A Pentecost of Politics: Evangelicals, Public Discourse, and American Culture. *Union Seminary Quarterly Review*, 47. (1993), 1–2. 15–28.
- Basham, Courtney S.: *Hal Lindsey's The Late, Great Planet Earth and the Rise of Popular Premillennialism in the 1970s*. Masters Theses & Specialist Projects. Paper 1205. 2012.
- Blomberg, Craig L. – Sung Wook Chung: *A Case for Historic Premillennialism: An Alternative to "Left Behind" Eschatology*. Grand Rapids, Baker Academic, 2009.
- Boyer, Paul: *When Time Shall Be No More, Prophecy Belief in Modern American Culture*. Belknap Press, 1994.
- Bruce, Steve: *Pray TV: Televangelism in America*. London, Routledge, 1990.
- Carey, James W.: *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. London, Unwin Hyman, 1989.
- Carey, James W. – John J. Quirk: The Mythos of the Electronic Revolution. *The American Scholar*, 39. (1970), 3. 395–424.
- Carnell, Edward John: *Television, Servant or Master?* Grand Rapids, Eerdmans, 1950.
- Carpenter, Joel: *Revive Us Again: The Reawakening of American Fundamentalism*. New York, Oxford University Press, 1997.
- Chaffee, Steve H. – Miriam J. Metzger: The End of Mass Communication? *Mass Communication & Society*, 4. (2001), 4. 365–379. Online: https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0404_3
- Coffman, Elesha: The Measure of a Magazine: Assessing the Influence of the Christian Century. *Religion and American Culture*, 22. (2012), 1. 53–82. Online: <https://doi.org/10.1525/rac.2012.22.1.53>
- Collins, Kenneth J.: *Power, Politics and the Fragmentation of Evangelicalism: From the Scopes Trial to the Obama Administration*. Downers Grove, InterVarsity Press, 2012.
- Dinulescu, Iulian: The Interference of the Far-Right Ideology Qanon with Christianity. *Strategic Impact*, (2021), 78. 118–134.
- Dittmer, Jason: The Geographical Pivot of (the End of) History: Evangelical Geopolitical Imaginations and Audience Interpretation of Left Behind. *Political Geography*, 27. (2008), 3. 280–300. Online: <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2007.12.002>
- Eschler-Freudenrich, Cristi: Oral Roberts and the Battle to Access National Network Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 65. (2021), 2. 289–310. Online: <https://doi.org/10.1080/08838151.2021.1950155>

- Falwell, Macel – Melanie Hemry: *Jerry Falwell: His Life and Legacy*. New York – London – Toronto – Sydney, Howard Books, 2008.
- Frykholm, Amy Johnson: *Rapture Culture: "Left Behind" in Evangelical America*. Oxford, Oxford University Press, 2004. Online: <https://doi.org/10.1093/0195159837.001.0001>
- Gilgoff, Dan: *The Jesus Machine: How James Dobson, Focus on the Family, and Evangelical America Are Winning the Culture War*. New York, St. Martin's Publishing Group, 2007.
- Godin, Seth: *Tribes: We Need You to Lead Us*. New York, Portfolio, 2014.
- Hadden, Jeffrey K.: The Rise and Fall of American Televangelism. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, (1993), 527. 113–130. Online: <https://doi.org/10.1177/0002716293527001009>
- Hadden, Jeffrey K.: Religious Broadcasting and the Mobilization of the New Christian Right. In Martin E. Marty (szerk.): *Modern American Protestantism and Its World. Volume 10 Fundamentalism and Evangelicalism*. München, K. G. Saur, 2011. 295–318. Online: <https://doi.org/10.1515/9783110974362.295>
- Hangen, Tona J.: *Redeeming the Dial: Radio, Religion and Popular Culture in America*. Chapel Hill – London, University of North Carolina Press, 2002.
- Hatch, Nathan O.: Evangelicalism as a Democratic Movement. In George M. Marsden (szerk.): *Evangelicalism and Modern America*. Grand Rapids, Eerdmans, 1984.
- Hatch, Nathan O.: *The Democratization of American Christianity*. New Haven, Yale University Press, 1989.
- Hexham, Jeremy: Incarnating a Rhetoric of Identity: Pat Robertson and the 700 Club. *Communicatio*, 39. (2013), 3. 305–318. Online: <https://doi.org/10.1080/02500167.2013.835531>
- Højsgaard, Morten T. – Margit Warburg (szerk.): *Religion and Cyberspace*. London, Routledge, 2005. Online: <https://doi.org/10.4324/9780203003572>
- Hoover, Stewart: *The 700 Club as Religion and as Television: A Study of Reasons and Effects*. Dissertations (ASC), 1985.
- Horsfield, Peter G.: *Religious Television: The American Experience. (Research on Teaching Monograph Series)*. New York, Longman Publishing Group, 1984.
- Lambert, Frank: "Pedlar in Divinity": *George Whitefield and the Transatlantic Revivals, 1737–1770*. Princeton, Princeton University Press, 1994. Online: <https://doi.org/10.1515/9780691187969>
- Livingstone, David N. – D[aryll] G. Hart – Mark A. Noll: *Evangelicals and Science in Historical Perspective*. New York, Oxford University Press, 1999.
- Lochte, Bob: Christian Radio in a New Millennium. *Journal of Radio & Audio Media*, 15. (2008), 1. 59–75. Online: <https://doi.org/10.1080/19376520801978167>

- Maffesoli, Michel: *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London – Thousand Oaks, Sage, 1995. Online: <https://doi.org/10.4135/9781446222133>
- Maffesoli, Michel: From Society to Tribal Communities. *The Sociological Review*, 64. (2016), 4. 739–747. Online: <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12434>
- Mahaffey, Jerome Dean: *Preaching Politics: The Religious Rhetoric of George Whitefield and the Founding of a New Nation*. Waco, Texas, Baylor University Press. 2007.
- Marsden, George M.: *Reforming Fundamentalism: Fuller Seminary and the New Evangelicalism*. Grand Rapids, Eerdmans, 1995.
- Marty, Martin E.: Protestantism and Capitalism: Print Culture and Individualism. In Leonard I. Sweet (szerk.): *Communication and Change in American Religious History*. Grand Rapids, Eerdmans, 1993. 91–107.
- Monahan, Torin: Marketing the Beast: Left Behind and the Apocalypse Industry. *Media, Culture & Society*, 30. (2008), 6. 813–830. Online: <https://doi.org/10.1177/0163443708096095>
- Morrison, Charles Clayton: Can Protestantism Win America? *The Christian Century*, 63. (1946). 425–427.
- Noll, Mark A.: *A History of Christianity in the United States and Canada*. Grand Rapids, Eerdmans, 1992.
- Ozment, Steven: *Protestants: The Birth of a Revolution*. New York, Double Day, 1993.
- Parker, Everett C.: *The Television-Radio Audience and Religion*. New York, Harper and Brothers, 1955.
- Peck, Janice: *Gods of Televangelism: The Crisis of Meaning and the Appeal of Religious Television*. Cresskill, Hampton Press, 1993.
- Perlstein, Rick: *The Invisible Bridge, The Fall of Nixon and the Rise of Reagan*. New York, Simon & Schuster, 2014.
- Rosenthal, Michele: ‘This Nation under God’: The Broadcast and Film Commission of the National Council of Churches and the New Medium of Television. *The Communication Review*, 4. (2001), 3. 347–371. Online: <https://doi.org/10.1080/10714420109359474>
- Rosenthal, Michele: “Turn It Off!”: TV Criticism in the Christian Century Magazine, 1946–1960. In Stewart M. Hoover – Lynn Schofield Clark (szerk.): *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*. New York, Columbia University Press, 2002. 138–162. Online: <https://doi.org/10.7312/hoov12088-007>
- Rosenthal, Michele: *American Protestants and TV in the 1950s: Responses to a New Medium*. New York, Palgrave Macmillan, 2007. Online: <https://doi.org/10.1057/9780230609211>

- Schultze, Quentin J.: The Mythos of the Electronic Church. *Critical Studies in Mass Communication*, 4. (1987), 3. 245–261. Online: <https://doi.org/10.1080/15295038709360134>
- Schultze, Quentin J.: *Christianity and the Mass Media in America Toward a Democratic Accommodation*. East Lansing, Michigan State University Press, 2003a.
- Schultze, Quentin J.: *Televangelism and American Culture, The Business of Popular Religion*. Eugene, Wipf and Stock Publishers, 2003b.
- Smith, Christian – William R. Kenan Jr.: *American Evangelicalism: Embattled and Thriving*. Chicago–London, University of Chicago Press, 1998. Online: <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226229225.001.0001>
- Snowball, David: *Continuity and Change in the Rhetoric of the Moral Majority*. Santa Barbara, ABC-CLIO, 1991.
- Sutton, Matthew Avery: *Jerry Falwell and the Rise of the Religious Right A Brief History with Documents*. Bedford, St. Martin's, 2013.
- Sweeney, Douglas A.: *The American Evangelical Story: A History of the Movement*. Grand Rapids, Baker Academic, 2005.
- Toulouse, Mark G.: Christianity Today and American Public Life: A Case Study. *Journal of Church and State*, 35. (1993), 2. 241–284. Online: <https://doi.org/10.1093/jcs/35.2.241>
- Trangerud, Hanne Amanda: The Trump Prophecies and the Mobilization of Evangelical Voters. *Studies in Religion/Sciences Religieuses*, 51. (2021), 2. Online: <https://doi.org/10.1177/00084298211012698>
- Vaughan, Joel D.: *The Rise and Fall of the Christian Coalition: The Inside Story*. Eugene, Wipf and Stock Publishers, 2009.
- Voskuil, Dennis N.: The Power of the Air: Evangelicals and the Rise of Religious Broadcasting. In Quentin J. Schultze (szerk.): *American Evangelicals and the Mass Media*. Grand Rapids, Zondervan, 1990. 69–95.
- Ward, Mark: Televangelism, Audience Fragmentation, and the Changing Coverage of Scandal. In Hinda Mandell – Gina Masullo Chen (szerk.): *Scandal in a Digital Age*. Palgrave Macmillan, 2016. 53–68. Online: https://doi.org/10.1057/978-1-137-59545-4_5
- Ward, Mark Sr.: Digital Religion and Media Economics: Concentration and Convergence in the Electronic Church. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 7. (2018), 1. 90–120. Online: <https://doi.org/10.1163/25888099-00701006>