

AZ EGYHÁZ TÁRSADALMI TANÍTÁSÁNAK MEGJELENÍTÉSE A MAGYAR KATOLIKUS RÁDIÓBAN

Radetzky András¹

radetzky.andras@btk.ppke.hu

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2025.4.79

Absztrakt

A tanulmányban azt vizsgálom, hogyan jeleníti meg a Katolikus Egyház társadalmi tanítását az annak központi intézményeként működő Magyar Katolikus Rádió. A szöveg bevezető részében a rádiózás néhány múltbeli és jelenlegi aspektusát tárgyalom, majd röviden kitérek arra, mit is jelent pontosan az egyház társadalmi tanítása, illetve milyen egyházi dokumentumok foglalkoznak a nyilvánosság, a média és a társadalmi kommunikáció témáival. Az elméleti keret része a használat- és élménykutatás néven ismert hatáselméleti paradigma, amelyen belül elsősorban a metafizikai szükségletek kielégítésének módjára fókuszálok. Idézem a rádió küldetésnyilatkozatát és alapító okiratát, amelyek keretezik vizsgálatom tárgyát. Kvalitatív tartalomelemzés módszerével egy összesen 5 műsorból álló korpuszon végzek vizsgálatot, hogy választ kapjak arra a kérdésre, milyen formában és milyen módon jelenik meg a rádióműsorban az egyház társadalmi tanítása. A rádió Akvarell című műsorát vizsgáltam, amely egy kulturális magazinműsor, epizódokként több témával is foglalkozik. Ezek felölelik a kultúra számos területét, így széles spektrumban volt módom igazolni azt a feltételezést, mely szerint a rádió a direkt evangelizáció helyett inkább közvetett módon próbálja a hit és az egyház irányába terelni az érdeklődést. Ilyen módon a megjelenített témák sokszor inkább implicit hordozzák a katolikus tanítást, szolgálják a közjót.

Kulcsszavak

média, rádió, tartalomelemzés, vallás

PRESENTATION OF THE SOCIAL TEACHINGS OF THE CHURCH ON HUNGARIAN CATHOLIC RADIO

András Radetzky

Abstract

In this study, I examine how the social teaching of the Catholic Church is presented by the Hungarian Catholic Radio, which is its central institution. In the introductory part of the text, I will discuss some past and present aspects of radio broadcasting, and in the following I will briefly discuss what exactly the social teaching of the Church means, and what Church documents deal with the issues of publicity and social communication in the media. Part of the theoretical framework is the impact theory paradigm known as use and experience research, within which I focus primarily on the ways in which metaphysical needs are met. I cite the mission statement and the founding charter of the radio station, which frame the subject of my investigation. Using a qualitative content analysis method, I will examine a corpus of 5 programmes in order to answer the question of the form and manner in which the social teaching of the church is presented in the radio programme. I examined the radio programme Watercolour, which is a cultural magazine programme, dealing with several topics per episode. These cover a wide range of cultural areas, so I was able to provide a broad spectrum of evidence to support the hypothesis that radio is trying to channel interest in faith and the church in an indirect rather than direct evangelisation. In this way, the themes presented often carry Catholic teaching in an implicit way, serving the common good.

Keywords

content analysis, media, radio, religion

¹ A szerző a Pázmány Péter Katolikus Egyetem Bölcsészettudományi Karának oktatója.

AZ EGYHÁZ TÁRSADALMI TANÍTÁSÁNAK MEGJELENÍTÉSE A MAGYAR KATOLIKUS RÁDIÓBAN

Radetzky András

radetzky.andras@btk.ppke.hu

Bevezetés

A rádiózás több mint száz éves fennállása után is a 21. századi média meghatározó része, az online, valamint közösségi média korában is jelentős elérést biztosít, ami megkerülhetetlenné teszi a médiapiacra. A rádiózás, és az azt lehetővé tevő rádiótávközlés az emberiség történetének legfontosabb technológiai innovációi közé tartozik. Marshall McLuhan, a technológiai determinizmus kiemelkedő képviselője azt állította, hogy a technológiai fejlődés közvetlenül és meghatározó módon alakítja a társadalmat, kultúrát és az emberi gondolkodást. Szerinte a különböző technológiai eszközök, mint a nyomtatás és az elektronikus média, nem csupán eszközként működnek, hanem formálják a társadalmi struktúrákat és kultúrákat. Úgy vélte, hogy az új technológiák gyorsan átalakítják a társadalom működését, és az emberi viselkedés és gondolkodás alkalmazkodik az új technológiai formákhoz. Előre jelezte, hogy az új elektronikus médiumok a világot globális közösséggé kapcsolják össze, csökkentve a fizikai távolságot a kultúrák között és felgyorsítva az információáramlást (McLuhan 1967).

McLuhan nagy hatással volt Walter J. Ongra is, aki később az elektronika és a rádiótávközlés megjelenését a másodlagos szóbeliség korának nevezte. Ong hangsúlyozta, hogy az elektronikus média új szóbeliséget hozott létre az írásbeliség után, amely a társadalom alapvető kommunikációs formájává vált. A rádió interaktív szóbeliséget eredményezett, ami a hagyományos szóbeli kommunikációtól eltérően már tömeges és mediatizált formában történik. A másodlagos szóbeliség a rádió révén újjáélesztette a szóbeli kultúrát, de már nem az elsődleges szóbeliség, hanem egy közvetítőn, a médian keresztül történő kommunikáció formájában. Ongot McLuhanhoz hasonlóan a médiumok társadalmi hatása érdekelte. Állítása szerint a rádiózás által létrejött másodlagos szóbeliség elősegíti a csoportos gondolkodást és a közös diskurzus kialakulását, valamint új közösségi élményt hoz létre, ahol a kommunikáció társadalmi szintű részvételt is lehetővé tesz (Ong 1982). A rádió tehát új életet adott a szóbeli kommunikációnak, és a hallás ismét privilegiált érzékszervvé vált a látás mindenhatósága után.

A rádiózás kezdetei

Míg a korábbi századok nagy találmányai többnyire egyetlen feltaláló nevéhez köthetők, addig a modern kor, az elmúlt 150-200 év felfedezéseihez már több innovátor kellett. Talán a legjobb példa erre éppen a rádiózás, amely egy egész sor feltaláló – többek között Morse, Bell, Popov, Hertz, Edison és Marconi – munkásságának eredményeképpen jött létre. E sorból a magyar

Puskás Tivadar sem maradhat ki, aki a „beszélő újsággént” ismert Telefonhírmondót alkotta meg. A rádiózás történetének megértéséhez egészen Samuel Morse távírójáig kell visszatekintenünk. A 19. század elején sürgetővé vált egy olyan kommunikációs rendszer kidolgozása, amely még a vasútnál is gyorsabban képes információt közvetíteni. Morse erre a kihívásra válaszolt, amikor 1837-ben bemutatta telegráfját és a hozzá tartozó, máig ismert morzekódot. Idővel a hangalapú rádiózás került előtérbe, de a távíró addigra már forradalmasította a hírközlést és nyereséges üzletté vált. Az 1858-as első transzatlanti kábel lefektetése után a Western Union óriási hálózatot épített ki, amely villámgyorsan továbbította a tőzsdei és egyéb híreket. A morzejeleken alapuló távíró elve a rádiótávközlés technológiájának megjelenésével sem tűnt el, hanem a drótnélküli szikratávíró formájában élt tovább (Hargitai 2006).

A következő mérföldkövet Alexander Graham Bell 1876-os szabadalma, a telefon jelentette. Ez a készülék minőségi váltást hozott a távíróhoz képest: nem kódolt jeleket, hanem közvetlenül az emberi beszédet továbbította, amihez elengedhetetlen volt a mikrofon és a hangszóró kifejlesztése. A telefonnal a hang először vált térben függetlenné az embertől. A találmány gyorsan piacosításra került: Bell 1877-ben alapította meg vállalatát, a technológia pedig 1879-ben Magyarországra is megérkezett. Az amerikai piac dinamikusan bővült: 1880-ra 123 ezer készülék üzemelt, és bár a terjedés üteme átmenetileg lassult, a hálózat folyamatosan épült. A korai infrastruktúra még sérülékeny volt, érzékeny a környezeti és elektromos interferenciára. A penetráció folyamatosan nőtt az USA-ban, 1917-re elérve a 10%-os lakossági lefedettséget, ami jóval meghaladta az európai országok, például Svédország vagy Franciaország akkori adatait (Hargitai 2006).

A 19. század végén Puskás és Edison munkássága örökre megváltoztatta az emberi hanghoz való viszonyunkat. Egyrészt Puskás 1876-ban felismerte, hogy a telefonból csak egy központi hálózattal lehet hatékony kommunikációs eszközt létrehozni. Edissonnal való együttműködésének köszönhetően az első telefonközpont már 1877-ben elindult Bostonban, lehetővé téve a hang térbeli elválasztását az embertől. A hálózatépítés Puskás vezetésével Európában is folytatódott, így jött létre a párizsi (1879) és a budapesti (1881) központ is. Ezzel párhuzamosan Edison 1877-ben a fonográf feltalálásával időben is leválasztotta az emberről a hangját. Mechanikus rendszere egy hengerre rögzítette a hangrezgéseket, amivel a beszéd és a zene megőrizhetővé és ismételhetővé vált. Bár a kezdeti hangminőség gyenge volt, a fonográf az 1880-as évekre kereskedelmi termékké vált, és a későbbi bakelitlemezekkel együtt forradalmasította a hangrögzítést és a zeneipart (Horváth 1983).

A Magyar Rádió első évei

Puskás Tivadar zsenialitása 1893-ban mutatkozott meg igazán, amikor megalkotta a Telefonhírmondót. Felismerte, hogy a telefonhálózat nemcsak egyéni beszélgetésekre, hanem egyirányú, tömeges hírszolgáltatásra is alkalmas. Ez a gondolat – vagyis az egy központból szerkesztett műsor sugárzása sokak számára – lényegében a rádiózás alapelve. Találmányának újdonsága a már meglévő technikai elemek egyedi, szolgáltatásközpontú szervezésében rejlett, ami a világ első műsorszóró rendszerét hozta létre. A fő motiváció a nyomtatott sajtónál gyorsabb híráramlás biztosítása volt. A Telefonhírmondó 1893. február 15-i budapesti indulását azonban komoly akadályok nehezítették. A meglévő telefonhálózat minősége és anyagi háttére is instabil volt. Ráadásul a kormányzat felismerte a rendszerben rejlő potenciált a politikai információk gyors terjesztésére, ezért az engedélyt szigorú feltételekhez, többek között a tartalom cenzúrázásához kötötte (Szabó 1989). A felhasználói élményt pedig gyakori vételi zavarok rontották. Puskás a megoldást egy saját hálózat kiépítésében látta, de ennek befejezését már nem érthette meg, mivel a történelmi indulás után egy hónappal elhunyt.

Puskás halála után Popper István mérnök vitte tovább a vállalkozást, aki megalapította a Telefonhírmondó Rt.-t, a műszaki vezetést pedig Szvetics Emilre bízta. A cég rövid időn belül, 1894 októberében új telephelyre, a Rákóczi út 22. alá költözött. A hálózat fejlesztésével párhuzamosan az előfizetők száma is robbanásszerűen nőtt: az 1893-as 500-ról 1900-ra 6437-re emelkedett. Ennek a növekedésnek a motorja a műsorstruktúra, azaz a tartalom bővülése volt. A kezdeti hírek és tőzsdei adatok mellett megjelentek a kulturális és zenei közvetítések, sőt a nyelvórák is. Miután az első világháború alatti nyersanyaghiány miatt a hálózat állapota leromlott, az előfizetők száma pedig csökkent, ezért Popper átadta a céget a Magyar Távirati Iroda (MTI) Rt.-nek. Az új vezetés újjászervezte a szolgáltatást, ami közvetlen előzménye volt a Magyar Rádió megalapításának. Végül 100 éve, 1925. december 1-jén a Telefonhírmondó egyesült a rádióval, és közös néven működött tovább. Ez a vállalkozás a modern műsorszórás úttörője és a tömegkommunikáció egyik első, társadalmi igényre válaszoló formája volt (Kollega 1996-2000).

A Rádiózás amerikai és európai útja

Puskás műsorszóró koncepciójának technikai megvalósítását és globális elterjesztését Guglielmo Marconi nevéhez köthetjük, aki 1895-től végzett sikeres kísérleteket a drót nélküli jelátvitellel. Kísérletei bebizonyították, hogy elektromágneses hullámok segítségével elektromos jel továbbítható vezeték nélkül. Marconi amerikai szabadalma körüli, első világháború utáni jogi viták végül oda vezettek, hogy érdekeltségeit 1919-ben kényszerértékesítették, és a technológia a General Electric által alapított Radio Corporation of America (RCA) birtokába került. Ezzel párhuzamosan eldőlt a rádiózás amerikai működési modellje is. A Bell-féle telefonhoz hasonlóan, amely kereskedelmi alapon működött, a rádió is a magánvállalkozások terepe lett, szemben az állami monopóliumként működő postával. Az amerikai állam tudatosan a háttérben maradt: ahelyett, hogy szolgáltatóként lépett volna fel, a piac szabályozására összpontosított. Ennek a szerepvállalásnak a csúcspontja a világ első médiatörvényének számító, 1927-es Radio Act megalkotása volt, amely lefektette a kereskedelmi rádiózás jogi alapjait (Sartori idézi Zsolt 2005:25).

Az amerikai rádiózás történetének egyik első mérföldköve 1920 novembere volt, amikor a pittsburghi KDKA állomás leadta az első, mai értelemben vett, szerkesztett rádióműsort. Ezzel szemben 1922-ben az AT&T New York-i, WEAFF nevű adója egy másik koncepcióval kísérletezett: náluk bárki szót kaphatott, aki fizetett az adásidőért. Ez a "nyitott mikrofon" modell azonban hamar megbukott, mivel a kiszámítható műsor hiánya miatt nem tudott állandó hallgatóságot kiépíteni. Az ötlet magja – a pénzért vásárolt mikrofonidő – mégis forradalminak bizonyult, hiszen tulajdonképpen ez lett a rádióreklámozás alapja. A modern kereskedelmi rádiózás végül e két modell ötvözéséből született meg: a KDKA-féle szerkesztett műsor vonzotta a közönséget, a WEAFF-féle reklámidő-értékesítés pedig a bevételt biztosította. Ez a hatékony üzleti modell fokozatosan háttérbe szorította a korai, főként oktatási célú adókat; számuk 1925 és 1945 között 150-ről 25-re zuhant. A WEAFF eredeti ötlete ugyanakkor ma is él a közösségi műsorblokkok vagy a szponzorált tartalmak formájában, ahol egy cég vagy csoport megvásárolja az adásidőt (Hargitai 2006).

Az 1930-as évekre a rádió az amerikai szórakoztatóipar meghatározó szereplőjévé vált. A rádióállomások saját zenekarokat tartottak fenn, amelyek élőben játszottak népszerű zenét, dzsesszt és klasszikusokat, jobb hangminőséget biztosítva, mint a korabeli gramofonlemezek. Az 1950-es évekre a műsorok szinte kizárólag élő adásokból álltak. Idővel azonban a kereskedelmi logika felülírt mindent: azok a műsorok, amelyek nem vonzottak elég hirdetőt, eltűntek a kínálatból. Erre a piaci hiányosságra reagálva 1970-ben megalapították a PBS-t

(televízió) és az NPR-t² (rádió). Ezek a közszolgálati szervezetek ingyenesen biztosítottak minőségi, kulturális tartalmakat a helyi, nem kereskedelmi – gyakran egyetemi fenntartású – adóknak, amelyek így otthont adhattak a klasszikus zenei és irodalmi műsoroknak (Barbier-Lavenier 2004).

Az amerikai modellel ellentétben az európai rádiózás fejlődését a nemzetállamok határozták meg. A legtöbb országban a rádiózás állami monopóliumként indult, és a kormányok óvatosan kezelték a benne rejlő véleményformáló erőt. Emiatt a magántulajdonú rádiózás csak jóval később kapott teret. Az állami egyeduralom az évtizedek során lassan oldódott fel, és egy duális médiarendszer jött létre a kereskedelmi és közösségi adók megjelenésével. A helyi rádióállomások elterjedése pedig még ennél is frissebb jelenség. Érdekes, hogy bár néhány országban (pl. Norvégia, Franciaország) már a kezdetekben is voltak kereskedelmi rádiók, a második világháború után ezeket is felszámolták az állami monopóliumok megerősítése érdekében.

A brit rádiózás gyökerei az 1920-as évek elejére nyúlnak vissza. Bár Írországból már 1919-ben volt egy rövid életű, hamar betiltott adó, a brit éterben pedig 1921-ben több száz rádióamatőr működött szigorú korlátozásokkal, az igazi áttörést 1922 hozta el. Ekkor indult az első hivatalos adó (2MT), és megalakult a monopolhelyzetben lévő British Broadcasting Company (BBC). A cég kezdetben előfizetési díjakból és saját gyártású készülékek eladásából finanszírozta magát, a műsorszolgáltatás célja pedig a vevőkészülékek piacának élénkítése volt. Jelentős fordulatot hozott 1927, amikor a BBC a kormánytól független, de a Parlamentnek felelős közintézménnyé alakult. Az intézményt 1938-ig vezető Lord John Reith fektette le a közszolgálati alapelveit. A pártatlanság érdekében a BBC kezdetben nem tudósított politikai vitákról és nem fűzött kommentárt a hírekhez. Reith hitvallása szerint a rádió feladata a hallgatók „oktatása és felemelése” volt, ami egy vegyes, kulturális és szórakoztató műsorstruktúrát, valamint a közízlés és a közérkölc formálását jelentette – ennek eszköze lett a „BBC Standard English” nyelvi norma is (Hargitai 2006).

A BBC egyeduralmát két esemény rázta meg alapjaiban. Először az 1950-es években a televízió vette el a közönség jelentős részét. Ezt követően, 1964-től, a kalózádiók jelentettek közvetlen kihívást. Az állami monopóliumot kijátszva, nemzetközi vizeken horgonyzó hajókról sugárzó adók – mint a Radio Caroline – óriási népszerűsége tette szert, a brit hallgatók közel felét magukhoz vonzva.

A kalózkodás sikere egyértelművé tette, hogy a közönség modernebb, a popkultúrára nyitottabb tartalomra vágyik. A nyomásra a BBC is változtatni kényszerült: 1967-ben létrehozta a Radio 1-et, kifejezetten a könnyűzenei igények kielégítésére. A piac inntól fokozatosan megnyílt: 1973-ban engedélyezték az első magánrádiót, majd a közösségi adókat is, végül 1992-től az országos kereskedelmi csatornákat. Ez a modell – ahol az állami és a magántulajdonú média párhuzamosan létezik – a 70-es évektől lassan de biztosan egész Nyugat-Európában elterjedt. A folyamat a vasfüggöny leomlása után Kelet-Európában is lezajlott, ahol a kereskedelmi és közösségi rádiózás szinte egyszerre jelent meg a színen.

A rendszerváltás a rádiózás számára is egy új korszak kezdetét jelentette, amelyet a kutatók, pl. Kemppainen (1997) a „régí rend” és az „új rend” közötti átmenetként jellemeznek. A „régí rendben” az állam egyetlen, központosított, nem profitorientált rádió keresztül szólt a nemzethez, politikai és kulturális üzeneteket közvetítve. Ezt a világot söpörte el az „új rend”, amelyet a piaci verseny és a kereskedelmi logika mozgatott. A változást gyakran külső hatások gyorsították fel, ami feszültséget teremtett a közszolgálati hagyományok őrzői és az új,

² Public Broadcasting System, National Public Radio. A törvényt 1970-ben Lyndon B. Johnson elnök írta alá. Ezután megalakult a Közszolgálati Műsorszolgáltatási Társaság (Corporation for Public Broadcasting), amely az NPR mellett a televíziós közszolgálati műsorszolgáltatást (PBS) is létrehozta.

profitorientált vállalkozók között. A médiáról való gondolkodás is gyökeresen megváltozott: a kultúra és ideológia helyett az ipar és a kereskedelem kérdései kerültek a középpontba. A műholdak megjelenésével a rádió is áttörte a nemzetállami határokat, ami a műfajok világszerte tapasztalható standardizálódásához vezetett. Eközben a helyi piacok feldarabolódtak, soha nem látott sokszínűséget teremtve a kínálatban. Ekkoriban terjedt el a mondás a médiapiacokon, miszerint: „Think global, act local”, vagyis gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan. A legmélyebb változás azonban a rádió és a hallgató viszonyában történt: a passzív hallgatóságot felváltotta az aktív fogyasztó, akinek a kegyeiért a rádiók versenyre keltek, abban a hitben, hogy a piac elégíti ki a leghatékonyabban az igényeket (Kemppainen 1997).

A közönség és a rádió kapcsolata természetesen azóta is élénken foglalkoztatja a kutatókat. Az elmúlt évek médiakutatásának fókuszába került a hagyományos rádiózás és a közösségi média konvergenciája. Számos szakértő, köztük Ismandianto és munkatársai, rámutatott, hogy a közösségi platformok (pl. Facebook, Twitter) megjelenése új kihívásokkal szembesítette, ugyanakkor új fejlődési utakat is megnyitott a rádiós műsorszolgáltatás előtt. A rádióadók, főként a kereskedelmi szereplők, a közösségi médiát a közönségmegtartás és -bevonás eszközévé tették. A valós idejű interakciók – mint a hozzászólások, szavazások és játékok – lehetővé tételével a rádiók egy párbeszédalapú kapcsolatot építenek ki hallgatóikkal, ami a tartalom personalizációját is elősegíti. Ezenkívül az online platformok hatékony eszközt jelentenek új, különösen a fiatalabb korosztályok elérésére, akik a médiatartalmakat már nem feltétlenül a tradicionális csatornákon fogyasztják. A rádiós szerkesztők felismerték a paradigma-váltás szükségességét: a rádiót kell az új digitális élettérbe integrálni, nem pedig a közönséget visszaterelni a hagyományos médiaformához (Ismandianto et al. 2022).

Töretlen népszerűség a változó környezetben

A magyar médiahatóság (NMHH) kutatásai szerint Magyarországon a 9,5 milliós lakosságból több mint hétmillióan hallgatnak rádiót hetente.³ Bár a digitális formátumok, mint a podcastok vagy az online streamek egyre népszerűbbek, a hagyományos FM-rádiózás továbbra is nagy jelentőségű. A rádió tehát napjainkban is tömegműfiumnak számít Magyarországon. Felmerül a kérdés, hogy mi a rádió több mint egy évszázada tartó sikerének a titka a modern, újmédiás környezetben. A válasz egyik lehetséges kulcsát a használat- és élménykutatás, más néven a használatkielégülés-modell paradigmája adhatja meg, amely azt vizsgálja, hogy a fogyasztók milyen szükségleteik kielégítésére használják a médiát.

A modell azon az alapvetésen nyugszik, hogy a médiafogyasztás aktív és céltudatos cselekvés. Ebben a paradigmában a hallgató tudatosan választ médiatartalmat a saját, egyéni szükségleteinek kielégítése érdekében. A média szerepe eszerint elsősorban a fogyasztói igények kiszolgálása. Ruggiero (2000) rámutat, hogy a kutatók már az 50-60-as években vizsgálták azokat a társadalmi és pszichológiai tényezőket, amelyek befolyásolják a médiahasználatot. Például Schramm és munkatársai a gyerekek tévénézési szokásait a mentális képességeikkel és társas kapcsolataikkal hozták összefüggésbe. Mendelsohn pedig konkrét funkciókat azonosított a rádióhallgatás mögött, mint a társaságnyújtás, relaxáció, hangulatjavítás, információszerzés és a társas interakciók segítése. Míg a korábbi kutatások csupán a keresett kielégülésekre fókuszáltak (mit remél a hallgató a médiától), addig a 70-es évektől a vizsgálatok kiterjedtek a megszerzett kielégülésekre is. A kutatók már a közönség motivációit és azt elemezték, hogyan használják a médiát pszichológiai és társadalmi szükségleteik tényleges beteljesítésére (Ruggiero 2000).

³ Forrás: NMHH országos rádiós hallgatottságmérési eredmények (2024).

A használatkielégülés-elmélet tudományos fősodorba kerülését Elihu Katz és munkatársainak 1973-as tanulmánya hozta el. Munkájukban a médiát egy eszközként definiálták, amelyet az emberek aktívan használnak céljaik – például információszerzés, szórakozás, társas kapcsolatok ápolása – elérésére. Kutatásuk központi kérdése megfordult: a korábban a médiatudományban uralkodó megközelítés helyett, miszerint „Mit tesz a média az emberrel?“, az új kérdés így hangzott: „Miért és hogyan választ az ember a médiatartalmak közül?” Katz és kollégái a felhasználókra összpontosítottak. Kérdőívekkel és interjúkkal gyűjtötték a hallgatók visszajelzéseit, amelyeket aztán különböző szempontok szerint elemeztek. A kutatásuk nem csupán a tartalomfogyasztásra, hanem annak céljaira és a mögötte húzódó pszichológiai és szociális motivációkra is koncentrált. Elemzésük eredményeként sikerült meghatározniuk azokat a főbb szükséglet-kategóriákat, amelyek a különböző médiahasználati szokásokhoz vezetnek (Katz et al. 1973).

Bár Katz és munkatársai nem tértek ki kifejezetten a vallási szükségletekre, a médiahasználat természetesen ezeket a típusú szükségleteket sem hagyja érintetlenül. Abraham Maslow szerint vallási szükségletek alatt olyan emberi igényeket értünk, amelyek spirituális vagy transzcendens dimenzióval az élet értelmét, a lét örök kérdéseit vagy közösségi hovatartozást érintik. A pszichológia és vallástudomány területein ezek a szükségletek szoros kapcsolatban állnak azzal, hogy az egyén hogyan közelít az élet végső kérdéseire, és hogyan talál kiutat szenvedésből, veszteségből vagy válságokból. Maslow a vallási igényeket magasabb rendű emberi szükségletekként tárgyalja, különösen az önmegvalósítás kontextusában. Kulcsfogalmai (1.) a spirituális értelmezés és transzcendentális vágy (a vallási szükségletek segítenek az embernek abban, hogy életének értelmet találjon), (2.) a közösségi összetartozás (a vallás gyakran közösségi gyakorlatokon keresztül nyújt támogatást, erősít identitást, és biztosít társas hovatartozást), (3.) a megküzdés és pszichológiai segítség (válsághelyzetekben a vallási gyakorlatok megnyugvást hozhatnak, csökkenthetik a szorongást) és (4.) a személyes fejlődés (a vallás hozzájárulhat az énráteremtéshez és önbecsülés építéséhez) (Maslow 1964).

A következőkben arra keresem a választ, hogyan, milyen módon igyekszik az egyház a mediatisáció segítségével kielégíteni a Maslow-i értelemben vett vallási-spirituális igényeket, végül ennek keretében rátérek a Magyar Katolikus Rádió műsorkészítési gyakorlatának elemzésére.

A Katolikus Egyház társadalmi tanítása a médiában

Az egyház tanítása ma is sok társadalmi és gazdasági kérdésre ad választ. A pápai enciklikákon keresztül olyan paradigmáról beszél az egyház, melyet emberi gondolkodásmódunk határoz meg. Ez az emberi gondolkodásmód az alapja keresztény hitünknek. Az egyház társadalmi tanításának öt alappillére van, ezek az emberi méltóság, a szolidaritás, a szubszidiaritás elve, a közjó, végül az igazságosság, amely az egyház tanításának egyik sarokpontja. Témánk szempontjából röviden kitérek a negyedikre, tekintettel arra, hogy vizsgálatom tárgya, a Magyar Katolikus Rádió saját küldetésnyilatkozata szerint a közjót szolgálja: „A Magyar Katolikus Rádió szándéka szerint és a megvalósított műsorának minden eleme által is a közt, az egyház társadalmi tanításának a kifejezésével: a közjót szolgálja. E szolgálat lényege, a mi felfogásunk szerint az, hogy a műsoraink által végigvezetjük egy úton a hallgatót, olyan úton, amelynek a végére érve talán jobban tudja majd, hogy hogyan, merre tovább, mint annak előtte.”⁴

⁴ Forrás: <https://www.katolikusradio.hu/>

Az egyház hivatalos álláspontja szerint ezen „a társadalmi élet azon föltételeinek összességét kell érteni, melyek mind a csoportoknak, mind az egyes tagoknak lehetővé teszik, hogy saját tökéletességüket elérjék” (az Egyház társadalmi tanításának kompendiuma). A közjó mindenki életét érinti. Az egyház szerint ez mindenki részéről tudatosságot igényel, különösen azoktól, akik a tekintély hivatalát gyakorolják. Három lényeges elemet foglal magában: mindenekelőtt feltételezi az egyén, mint ilyennek tiszteletét. A közjó érdekében a közhatalomnak tiszteletben kell tartania az emberi személy alapvető és elidegeníthetetlen jogait. A társadalom köteles engedélyezni minden tagjának, hogy megvalósítsa saját hivatását. Különösen is a közjóhoz tartoznak a természetes szabadság gyakorlásának feltételei, amelyek elengedhetetlenek az emberi hivatás teljes kimunkálásához: ilyenek a „jog... a saját helyes lelkiismeret szerinti cselekvéshez, a magánélete védelméhez és a jogos szabadsághoz, mely magában foglalja a vallásszabadságot is.”⁵ Másodsorban a közjó igényli közösségének szociális jólétét, gyarapodását. A gyarapodás az összes társadalmi kötelezettség foglalatja. A tekintély felelőssége, hogy a közjó érdekében válasszon a részleges javak között. De mindenki számára hozzáférhetővé kell tennie azt, amire a valóban emberi életéhez szüksége van: az ételmet, a ruházatot, az egészséget, a munkát, a nevelést, a kultúrát, a megfelelő tájékoztatást, a családalapítás jogát stb. Végül a közjó magában foglalja a békét, vagyis az igazságos rend állandóságát és biztonságát. Feltételezi tehát, hogy a tekintély tisztességes eszközökkel biztonságot nyújtson mind a társadalom, mind tagjai számára. Biztosítja a jogot a törvényes, személyes és kollektív önvédelemhez. Az egyház társadalmi tanítása az, hogy a társadalmi-politikai rendszer szolgálja a közjót, vagyis az emberi kiteljesedést – társadalmi és egyéni szinten egyaránt.⁶

Farkas Péter szerint a közjó fogalma három meghatározó összetevőből épül fel. Elsőként hangsúlyozandó az emberi személy méltóságának és alapvető jogainak tisztelete. A közjóra hivatkozva a közhatalom kötelessége, hogy elismerje és védje az ember elidegeníthetetlen jogait, valamint biztosítsa számára hivatásának kibontakoztatását. A közjó lényege abban ragadható meg, hogy megteremti a szabadság gyakorlásának alapvető feltételeit, amelyek nélkülözhetetlenek az emberi élet és hivatás teljes megvalósulásához. Ide sorolható a lelkiismeret szabad követésének joga, a magánélet sérthetlensége, valamint a vallásszabadság és a hiteles szabadság biztosítása. Másodsorban a közjó magában foglalja a társadalmi rend helyes működését és a közösségek fejlődésének elősegítését. A fejlődés a társadalmi kötelezettségek összességének megvalósulását jelenti. Bár a hatalom – a közjóra hivatkozva – könnyen torzulhat, és egyes csoportok érdekeit szolgálhatja, alapvető feladata, hogy minden ember számára hozzáférhetővé tegye az emberi méltósághoz szükséges alapvető javakat: az ételmiszert, a ruházatot, az egészségügyi ellátást, a munkalehetőséget, az oktatást, a kulturális javakat, a hiteles tájékoztatást, valamint a családalapítás feltételeit. Harmadsorban a közjó elengedhetetlen eleme a béke, amely az igazságos társadalmi rend állandóságát és biztonságát jelenti. Ez magában foglalja annak biztosítását, hogy a közhatalom tisztességes eszközökkel óvja a társadalom és annak tagjainak biztonságát. Ennek nyomán válik legitim alapelvvé mind az önvédelem, mind pedig a közösség védelme (Farkas 2012).

Az egyház tanításának mediális megjelenítésével több vatikáni dokumentum is foglalkozott a II. világháborút követő időszakban. Ilyen a II. Vatikáni Zsinat dekrétuma a tömegtájékoztatási eszközökről, az *Inter Mirifica* (1963), a Tömegkommunikáció Pápai Tanácsának lelkipásztori határozatai, a *Communio Et Progressio* (1971) és az *Aetatis Novae*

⁵ Forrás: II. vatikáni zsinat: *Gaudium et spes*, 26.

⁶ Forrás: <https://katolikus.hu/>

1992-ből.⁷ Ezek a dokumentumok a média hatását vizsgálják, és megfogalmazzák az egyház álláspontját a média szerepéről a társadalomban és az egyházon belül, kiemelve a média jótékony és veszélyes hatásait egyaránt. A II. Vatikáni Zsinat dekrétuma az első olyan átfogó egyházi dokumentum, amely kifejezetten a tömegkommunikációs eszközökkel foglalkozott: rávilágít a média óriási erejére, mind pozitív, mind negatív értelemben, és hangsúlyozza az eszközök etikus használatának fontosságát. Az egyházi álláspontok a médiát úgy tekintik, mint egy hatékony eszközt a hírek terjesztésére és az emberek közötti kapcsolattartásra, de ugyanakkor felhívják a figyelmet a hamis információk, az erőszak és az erkölcstelen tartalmak veszélyeire is. Az egyház arra törekszik, hogy a média segítségével terjeszthesse a keresztény üzenetet, és aktívan vegyen részt a médiakultúrában, felelős és etikus módon.

A Magyar Katolikus Rádió a preevangelizáció szolgálatában

A katolikus tanítás szerint az egyház küldetésének a tárgya az evangelizáció. A fogalmat a Magyar Katolikus lexikon a következőképpen határozza meg. Az evangelizáció (vagy direkt evangelizáció) „az evangélium hirdetése oly módon, hogy minden személyben egyenként és az összes társadalmi-kulturális összefüggésben, melyben egyének élnek, cselekszenek, kapcsolatot tartanak egymással, létrehozza a hit és az élet egységét, s ezáltal belülről alakítja át és újítja meg az emberi nemet. Jézus az Isten országát és a maga üdvözítő szeretetét hirdetve hitre és megtérésre szólított föl (vö. Mk 1,15).”⁸

A Magyar Katolikus Püspök Konferencia 2004-ben döntött arról, hogy egy országos lefedettségű rádióadót alapít Magyar Katolikus Rádió néven. Az alapító és fenntartó szándéka szerint a rádió *preevangelizációs* céllal, közszolgálati műsorrenddel indult, vagyis az első pillanattól kezdve el kívánta érni a hívő, s nem hívő hallgatói réteget egyaránt, színvonalas tájékoztatást, művelődési és kikapcsolódási lehetőséget kínálva a hit értékeinek szem előtt tartásával. Feladatának tekinti, hogy a magyar társadalomban a keresztény életfelfogást és erkölcsiséget megerősítse és terjessze, közszolgálati műsorstruktúrájával megpróbál segítséget nyújtani ahhoz, hogy a hallgató eligazodjon és tájékozódjon az élet számtalan területén és a mindennapok kérdéseiben. Összefoglalva: szerepet kíván vállalni a Katolikus Egyház tanításának hirdetésében, a magyar és az egyetemes kultúra, valamint anyanyelvünk értékeinek megőrzésében. Küldetésnyilatkozatában a rádió így fogalmaz: „Azt akarjuk, hogy a műsoraink hallgatói egyre jobb, egyre alaposabb, egyre hasznosabb döntéseket tudjanak hozni a saját és közösségük életéről. Hogy napról napra jobban tudják szeretni a feleségüket, férjüket, szüleiket, hogy legyen több jó szavuk a gyerekeikhez, hogy hűségesek tudjanak lenni a barátjukhoz, szerelmükhöz, nemzetükhöz, hogy jól tudják befektetni a pénzüket, hogy eligazodjanak a politika világában, hogy gyönyörködtesse őket egy operarészlet, lelkesítse egy rocksláger, andalítsa egy érzelmes táncdallam.”⁹

Keszeli Sándor megfogalmazása szerint „az egyházi dokumentumokban és keresztény körökben is gyakran használt preevangelizáció és prekatekézis fogalmak olyan tevékenységeket fednek, amelyek beletartoznak az evangelizáció fogalmának legszűkebb értelmébe (első evangelizáció). Ezek a fogalmak azon tevékenységek összességére

⁷ E tanulmány hatókörén kívül esik, de jelentősége miatt megemlítem a Tömegkommunikáció Pápai Tanácsának a 2000-es évek fordulóján született két másik fontos dokumentumát, az Etika és internet, valamint Az egyház és az internet című dokumentumokat.

⁸ Forrás: Magyar Katolikus Lexikon. <https://lexikon.katolikus.hu/E/evangelizacio.html>

⁹ Forrás: <https://www.katolikusradio.hu/>

vonatkoznak, amelyeknek célja a vallásos nyitottság, érdeklődés, alapvető motiváltság kialakítása” (Keszeli 2010). Spányi Antal székesfehérvári megyéspüspök, a rádió első vezérigazgatója (2004-2025) 2014-ben így fogalmazta meg az adó misszióját: „Kezdetből egyértelmű volt, hogy nem hitbuzgalmi adót szeretnénk, ahol csak azokhoz szólnak, akik meggyőződéses katolikusok. A rádió hivatása a preevangelizáció: mindenkire szólnia kell, el kell juttatnia az örömhírt mindenkire, mégpedig olyan módon, hogy be is tudják fogadni. A rádió nem a katolikus hittérítő tevékenység eszköze, mert akkor be se kapcsolják. A cél, hogy szóljon egy jó rádió, melynek van értékrendje és ebben következetes. A jó hírt keresi; szól a gyerekekhez és az idősekhez is; egészségügyi tanácsot ad; a háziasszonynak főzési titkokról beszél; van benne irodalom, hangjáték; fontos számára a zene, legyen az szent, liturgikus, modern vagy akár profán, a fiatalokhoz szóló. A lényeg, hogy tegye jelenvalóvá a következetesen katolikus értékrendet, teremtsen az emberek számára találkozási lehetőséget az Egyház tanításával. Ezzel javítani tudja a közgondolkodást, közelebb képes vinni Istenhez és az Egyházhoz, az evangélium tanításának öröméhez.”¹⁰

A rádió Akvarell című műsora a rádió struktúrájának egyik „zászlóshajója”. A minden hétköznapi jelentkező kulturális paletta már nevében is igyekszik kifejezni, hogy színesen, a hazai kulturális élet gazdagságáról kíván beszélni. Könyvek, filmek, színház és koncert, tárlat, fesztivál, egy új cirkuszi produkció, vagy egy művészeti iskola születése, minden tárgykörébe tartozik. A műsor *ars poetica*-ja: benne lenni a világban, erről közszolgálati jelleggel tájékoztatni, s közben keresztény értékrenddel ehhez kapaszkodókat adni. Missziója, hogy ez a műsor, melynek készítésében a szerkesztőség majdnem minden tagja részt vesz, értékmutató eligazodási segítséget nyújtson korunk kulturális életében.

Céлом megvizsgálni, hogy jeleníti meg a Magyar Katolikus Rádió az egyház társadalmi tanítását, másként: hogyan szolgálja a közjót, hogyan teljesíti saját küldetését. Ehhez a kvalitatív tartalomelemzés módszertanát használok. Tartalomelemzéssel leírható, hogy mit tartalmaz a dokumentum, milyen dolgokat érint, milyen módon mutatja be azokat, hogyan viszonyulnak benne a különféle dolgokhoz, milyen a tartalmi felépítésük. A tartalomelemzés első tudományosan megfogalmazott definícióját Berelson adta meg: „A tartalomelemzés a kommunikáció manifeszt tartalmának objektív, szisztematikus és kvantitatív leírására szolgáló kutatási technika” (Berelson 1952). Antal László szerint tartalomelemzésnek nevezünk minden olyan eljárást, „amelynek során közlemények, üzenetek törvényszerűen visszatérő sajátosságai alapján módszeres és objektív eljárással olyan következtetéseket vonunk le, amelyek a közleményekben nyíltan kimondva nincsenek, de az üzenet megszerkesztettségének, azaz kódolásának a módjából kiolvashatók s esetleg más eszközökkel, más módon nyert adatok segítségével megerősíthetők, igazolhatók” (Antal 1976). A kvalitatív elemzés lényege, hogy a feltérképezett adatok alapján jellemző mintázatokat, kategóriákat, fogalmi hálókat generálunk a kutatási kérdés megválaszolására. A munka során – mivel nem célok az eredmények kvantifikálása – nem végzek statisztikai adatelemzést, mert elsősorban a jelenség (ti. az egyház társadalmi tanításának a műsorban való megjelenéséről) minőségéről és kontextusba ágyazottságáról kívánok információhoz jutni. Ezt a rádió küldetésében megfogalmazottak indokolják, miszerint a Magyar Katolikus Rádió nem direkt, közvetlenül evangelizál, hanem a feldolgozott témákon, a feldolgozás mikéntjén keresztül, mint a „kovács a kenyérben” kívánja üzeneteit a hallgatóságnak továbbítani.

Vizsgálatom korpuszát a fent már röviden bemutatott Akvarell című műsor tíz, véletlenszerűen kiválasztott epizódja adja. Elemzési egységként a műsort alkotó önálló, egymástól tematikailag elkülönülő, azaz önmagukban homogén témák adják. Ezekből átlagosan 3-4 szerepel egy-egy epizódban. A kódhierarchia kialakítása deduktív előkódolással

¹⁰ Forrás: <https://www.magyar-kurir.hu/hirek/jo-hiruk-van-tiz-eves-magyar-katolikus-radio>

és induktív alkódolással történt. E módszert Udo Kukartz tartalmilag strukturáló technikának nevezi. Szerinte a kategóriarendszer struktúrájának kiépítése során központi kérdés annak eldöntése, hogy miként alkalmazzuk a kategorizálást, azaz deduktív, induktív vagy kombinált módon kategorizálunk. Vagyis az előre létrehozott kódlista deduktív logikája, valamint a szövegből építkező induktív jelleg, esetleg ezek kombinált alkalmazása (pl. főkategóriák deduktív, alkategóriák induktív módon való képzése) révén juthatunk valid eredményre (Sántha 2014). A deduktív előkódolás során az egyház társadalmi tanításának fent tárgyalt öt alappillérét veszem alapul, míg a továbbiakban ez alapján kerül sor az alkódok hozzárendelésére, ami az empirikus adatok alapján történik induktív módon. Ez módszertani megközelítés egy sajátos értelmezési lehetőséget, perspektívát nyújt a szövegek jelentéshálózatának felderítéséhez. A vizsgálat főkategóriáit tehát az egyház társadalmi tanításának öt pillére adja: (1.) az emberi méltóság, (2.) a szolidaritás, (3.) a szubszidiaritás elve, (4.) a közjó, végül (5.) az igazságosság, illetőleg ezek megjelenítése. Alkategóriaként a műsorok (1.) hangnemét, illetve atmoszféráját, (2.) a megszólaló vendég, illetve alany személyét, (3.) a tárgyalt téma relevanciáját határoztam meg.

Elemzés

Nemzeti Szalon (25.06.26.)

Az emberi méltóság elve ebben az epizódban az emberi alkotómunka egyediségének és a személyes kreativitásnak a hangsúlyozásában érhető tetten. A megszólaló éles különbséget tesz a valódi műtárgyak, amelyeknek „aurája” van, és a tárgyasulatlan, digitális tárgyak között. Ez a megkülönböztetés az ember által létrehozott, egyszeri és megismételhetetlen alkotás méltóságát védi a személytelen, pusztán virtuális javakkal szemben. Hasonlóképpen, a mesterséges intelligencia (MI) kapcsán megfogalmazott kritika is az emberi méltóság védelmében szólal meg. Ez a gondolat az emberi személy transzcendens méltóságát és szabad akaratát védi a technológiai determinizmussal szemben. A szolidaritás elve legnyilvánvalóbban az „Érzőlények háza” című terem bemutatásánál jelenik meg. A kurátor elmélkedése az ember és az állatvilág viszonyáról szól, felvetve az ember felelősségét a teremtet világért. A gondolat, miszerint az állatok „a mi létezésünkért feláldozták volna magukat”, és hogy a velük való kapcsolat átgondolása arra késztet, hogy másképp tekintsünk „a körülöttünk lévő létező világra”, mélyen tükrözi a teremtvédelem és a minden élőlény iránti szolidaritás keresztény tanítását. A szolidaritás a közös művészeti élményben is megnyilvánul: a kiállítás egy „közös térbe” hívja a látogatót, ahol a művek együttes hatása megsokszorozódik, közösségi élményt teremtve. A szubszidiaritás elve – miszerint a döntéseket és a cselekvést a lehető legalacsonyabb, az egyénhez legközelebb álló szinten kell meghozni – a művészeti alkotófolyamat bemutatásában tükröződik. A kiállítás egy „belső alkotói útnak a végigjárását” modellezi, hangsúlyozva az egyéni művész személyes vívódásait, rácsodálkozásait és döntéseit. Ez szemben áll a globalizált, uniformizáló trendekkel. A technológia, amely átveszi az irányítást, sérti a szubszidiaritás elvét, mivel egy külső, centralizált erő veszi át az egyéni, szerves alkotófolyamat helyét.

A műsor a művészetet nem öncélú esztétikai tevékenységként, hanem egyértelműen a közjót szolgáló eszközként mutatja be. A kiállítás célja, hogy „eligazodási pontokat” nyújtson a látogatónak a világban. A művészet egyik fő funkciója, hogy „perspektívát is mutasson”, ne csupán tükröt tartson a világnak. A pesszimista jövőképet ábrázoló terem után a látogatót arra buzdítja, hogy térjen vissza a többi terembe, ahol a „hagyományok elemeihez, a szentségnek a tiszteletéhez” kapcsolódó értékekkel találkozhat. A művészet így a társadalom spirituális és morális épülését szolgálja, ami a közjó fogalmának központi eleme. Az igazságosság elve a műsor társadalom- és civilizációkritikus elemeiben jelenik meg. A „Jövőkép” című terem

bemutatása egyértelműen prófétai hangvételű figyelmeztetés. A disztópikus, pesszimista hangulat, a „környezeti katasztrófa” témái mind a jelenkori társadalmak igazságtalanságaira – a környezet kizsákmányolására és a technológia dehumanizáló hatásaira – reflektálnak. A művészet itt az igazságosság melletti kiállítás eszköze, amely szembesíti a társadalmat saját bűneivel és mulasztásaival.

A műsor hangvétele intellektuális, emelkedett és reflektív. A megszólaló választékos nyelvezetet használ, komplex filozófiai és művészettörténeti fogalmakkal operál. Az atmoszféra meditatív, a hallgatót elmélyült gondolkodásra készíteti. Ez a hangvétel tudatosan eltávolodik a felszínes szórakoztatástól, és inkább a tanító, gondolatébresztő szerepet vállalja fel, ami összhangban van az egyház tanító hivatalának kommunikációs stílusával. A cél nem a gyors információátadás, hanem a hallgató bevonása egy spirituális és intellektuális utazásba. A megszólaló a kiállítás egyik kurátora, aki mély szakmai tudással és a koncepció iránti személyes elköteleződéssel rendelkezik. Személye ideális választás a rádió missziójának szempontjából, mivel nem csupán tényeket közöl, hanem képes a műalkotásokat egy szélesebb filozófiai és etikai keretrendszerben értelmezni. Képes összekapcsolni a művészetet a tudománnyal, a technológia etikájával és az emberi létezés alapvető kérdéseivel. Hitelessége és intellektuális mélysége biztosítja, hogy a műsor üzenetei magas színvonalon és hatásosan jussanak el a hallgatókhoz. A kortárs képzőművészet témája kiválóan alkalmas arra, hogy a rádió a küldetésének megfeleljen. A művészet természeténél fogva az emberi lélek, a transzcendencia, a jó és a rossz, a remény és a kétségbeesés kérdéseit feszegeti. A kiállítás az emberi életút és a spirituális keresés metaforájaként is értelmezhető. A téma tehát lehetőséget ad arra, hogy a rádió ne direkt vallási nyelvezettel, hanem egyetemes emberi tapasztalatokon keresztül szóljon a hit és a világról alkotott keresztény szemlélet alapvető kérdéseiről.

Barangolás a Dunakanyarban (25.07.24.)

Az emberi méltóság elve itt az ember és a teremtett világ harmonikus kapcsolatának ábrázolásában mutatkozik meg. A „barangolás” mint tevékenység a puszta turizmuson túlmutatva egyfajta zarándoklattá, a belső elcsendesedés és a transzcendenssel való találkozás eszközévé válik. A műsor hangsúlyt fektet a helyi kézműves hagyományokra, a generációkon átívelő tudásra és az egyszerű, természethez közeli élet szépségére. Ezzel az emberi léptékű, alkotó és a környezetével összhangban élő ember méltóságát állítja a középpontba, szemben a fogyasztói társadalom elidegenítő hatásaival. A szolidaritás elve itt két szinten is megjelenik. Egyrészt a Dunakanyarban élő közösségek, a helyi lakosok egymásrautaltságában és a közös kulturális örökség megőrzéséért tett erőfeszítéseikben. Másrészt, és ez a műsor egyik központi üzenete, megjelenik, mint szolidaritás a természettel, a teremtett világgal. A műsorvezető a táj szépségének tiszteletére, a folyó, az erdők és az élővilág megóvására hív fel. Ez a gondolat mélyen összecseng a keresztény teremtésvédelem tanításával, különösen Ferenc pápa *Laudato si'* enciklikájának szellemiségével, amely az ember és a természet közötti szövetség helyreállítását sürgeti. A szubszidiaritás a lokális értékek és a helyi közösségek autonómiájának hangsúlyozásában érhető tetten.

A műsorszám nem a globális turisztikai látványosságokra, hanem a rejtett kincsekre, a kis falvak templomaira, a helyi legendákra és az ott élő emberek történeteire fókuszál. Ezzel a helyi identitás és a közösségi szintű cselekvés fontosságát emeli ki. A Dunakanyar természeti és épített öröksége mint közjó jelenik meg a műsorban. Ezek az értékek nem csupán egy szűk elit, hanem mindenki számára elérhetőek, és a jelen generáció felelőssége, hogy megőrizze azokat a jövő nemzedékei számára. A műsor maga is a közjót szolgálja azzal, hogy ismeretterjesztő és szemléletformáló szerepet tölt be: felhívja a figyelmet a nemzeti örökség fontosságára, és egyfajta kulturális és spirituális gazdagodást kínál a hallgatóknak, hozzájárulva ezzel a társadalom szellemi jólétéhez. Az igazságosság ez esetben leginkább a környezeti

igazságosság kontextusában értelmezhető. Minden embernek, beleértve a jövő generációit is, joga van a tiszta és egészséges környezethez. A műsor kiállása a természeti értékek védelme mellett tehát egyben az igazságosság melletti állásfoglalás is.

A beszélgetés hangvétele rendkívül nyugodt, kontemplatív és személyes. A műsorvezető lassú tempóban, szinte meditatív stílusban beszél, teret engedve a hallgatói befogadásnak és reflexióknak. A háttérben természetes hangok (madárcsicsergés, a Duna csobogása) halk, megnyugtató zene hallható. Ez az atmoszféra tökéletesen tükrözi azt a keresztény szemléletmódot, amely a világban Isten keze nyomát, a teremtésben a Teremtő szépségét keresi. A hangvétel nem kioktató, hanem egy személyes élmény megosztása, amely a hallgatót is a rácsodálkozásra és a hálaadásra inspirálja. A megszólaló egy olyan „barangoló”, aki személyes kötődéssel és mély alázattal viszonyul a bemutatott tájhoz. Nem egy objektív, távolságtartó idegenvezető, hanem egy zárándok, aki saját élményeit, gondolatait és érzéseit osztja meg. Személye azért felel meg tökéletesen a rádió elvárásainak, mert képes a személyes tapasztalatot egyetemes érvényű üzenetté formálni. Hitelességét nem csupán lexikális tudása, hanem a téma iránti szeretete és tisztelete adja. A személyes megszólalásmód lehetővé teszi, hogy a hallgató könnyebben azonosuljon az elhangzottakkal, és maga is átélje a felfedezés örömét. A természetjárás és a honismeret témája adekvát választás a Katolikus Rádió számára. Lehetővé teszi, hogy a vallásos témákat egy szélesebb közönség számára is befogadható, vonzó kontextusban mutassa be. A műsor rámutat, hogy a hit és a spiritualitás nem korlátozódik a templom falai közé; a természettel és a kultúrával való találkozás is lehet imádságos, istentapasztalattal teli élmény. A téma lehetőséget ad a teremtésvédelem, a helyi közösségek megbecsülése és a nemzeti identitás keresztény gyökereinek finom, tolakodástól mentes bemutatására.

Konok zenekar (25.07.28.)

Ebben a beszélgetésben a zenészek elutasítják a kommersz, lélektelen piaci trendeket, és ehelyett a mély emberi érzelmeket – örömet, bánatot, küzdelmet, reményt – feldolgozó alkotói munka mellett tesznek hitet. A zene, mint az emberi lélek legbensőbb rezdüléseinek kifejeződése, önmagában is az ember transzcendens méltóságát hirdeti. A műsor a zenekart úgy mutatja be, mint amely a zene által ad hangot az ember elidegeníthetetlen értékének egy anyagi világban. A zenekar közösségépítő szerepe a szolidaritás manifeszt megnyilvánulása. Zenéjük egy adott közösség – legyen az nemzeti, helyi vagy szellemi – történelmi emlékezetéből, népzenejéből vagy irodalmából táplálkozik, ezzel erősítve az összetartozás érzését. A dalok történetei hidat képeznek a generációk között, szószólói lehetnek a hallgatag, elfeledett társadalmi csoportoknak. A közös zenehallgatás, az élő koncert élménye olyan közösségi teret hoz létre, ahol a hallgatók a szolidaritás és az egység élményét élhetik át.

Egy olyan együttes képe rajzolódik ki, amely nem a nagy, központosított zeneipar terméke, hanem egy kisebb közösség organikus alkotótevékenységének eredménye. A zenekar ragaszkodása egyedi stílusához és üzenetéhez a kulturális sokszínűség és a helyi, autonóm kezdeményezések fontosságát hangsúlyozza a globális kulturális hegemoniával szemben, ami a szubszidiaritás elvének kulturális vetülete. Az alkotók tevékenysége azáltal szolgálja a közjót, hogy hozzájárul a nemzeti kulturális örökség megőrzéséhez és továbbadásához. A megzenésített versek, a feldolgozott népdalok vagy a történelmi eseményeket idéző dalok mind a kollektív emlékezet és identitás fontos elemei. A műsor bemutatja, hogy a zene nem csupán szórakoztatás, hanem a közösség szellemi és lelki egészségét szolgáló erőforrás. A szépség és az igazság keresése a zenén keresztül a társadalom egészének javát szolgálja. A zenekar ragaszkodik bizonyos történelmi igazságok kimondásához, dalaikban felemelik szavukat a jelenkori társadalmi igazságtalanságok ellen. A zene itt a prófétai szerepet tölti be: figyelmeztet, szembesít és állásfoglalásra készítet, ezzel az igazságosság ügyét szolgálva a nyilvánosságban.

A hangvétel egyszerre szenvedélyes és elmélyült. A diskurzus túlmutat a felszínes, zeneipari témákon, és a zene mögött rejlő filozófiára, a zenészek motivációira és a dalok mélyebb jelentésére koncentrál. Az atmoszféra személyes és bizalmas, lehetőséget adva a zenészeknek, hogy őszintén beszéljenek alkotói vívódásaikról és hitvallásukról. Ez a fajta párbeszéd tükrözi az Egyház tanításának azon jellegét, amely a személyes tanúságtételre és a mély, reflektív gondolkodásra helyezi a hangsúlyt. A zenészek személye azért ideális választás, mert ők a legautentikusabb forrásai a zenéjük mögött rejlő gondolatoknak. A műsorban nem csupán zenészként, hanem gondolkodó emberként, egy értékrend elkötelezett képviselőiként jelennek meg. Képesek artikulálni művészetük szellemi-lelki dimenzióit, ezzel tökéletesen megfelelő a rádió elvárásának, hogy a kultúrán keresztül mutasson fel mélyebb, emberi és spirituális tartalmakat. A zene, mint egyetemes emberi nyelv, kiváló téma, lehetőséget teremt az elvhűség, az értékek melletti kitartás és az autentikus élet témáinak körüljárására. A zene témáján keresztül a műsor képes olyan fogalmakról beszélni, mint a hűség, a hagyomány, a közösség és az igazság keresése, mindezt egy közérthető és vonzó formában.

Marastoni (25.07.31.)

Az emberi méltóság elve ennek a témának a központi gondolata. Egyrészt megjelenik a művész, mint Isten képmására teremtett alkotó ember bemutatásában, akinek hivatása a szépség teremtése. Másrészt hangsúlyosan kirajzolódik az egyéni életút és a családi örökség tiszteletében. A beszélgetésből az is körvonalazódik, hogy minden ember élete egyedi és értékes, méltóságunk része a gyökereinkhez, őseinkhez való hűség. A művészi alkotás folyamata, mint a belső világ őszinte és fegyelmezett kifejezése, szintén az emberi méltóság megnyilvánulásaként értelmeződik. A műsor kiváló példája a generációk közötti szolidaritásnak. Marastoni története nem csupán az övé, hanem a felmenőie is; a tehetség, a tudás és a szellemi örökség továbbadása a család és a nemzet iránti szolidaritás gyönyörű példája. A művész nem elszigetelt individuum, hanem egy láncszem egy generációkon átívelő láncban. Ez a fajta történelmi és családi szolidaritás a keresztény hagyományfelfogás alapja, amely a múlt értékeinek megőrzését és jövőbe való átmentését hangsúlyozza.

Megtudjuk, hogy a művészi tehetség, az értékrend és a hit alapjait a vendég a családi közegben kapta meg. A család itt úgy jelenik meg, mint a társadalom legfontosabb sejtje, ahol a kulturális és spirituális nevelés zajlik. A műsor ezzel a család pótolhatatlan szerepét emeli ki, amely a szubszidiaritás elvének egyik legtisztább megnyilvánulása. A művész tevékenysége és a családja által létrehozott életmű a közjót szolgálja. Egy-egy műalkotás, a megőrzött kulturális örökség nem csupán magánvagyon, hanem a nemzet és a tágabb közösség szellemi-lelki gazdagodásának forrása. A művész munkájával hozzájárul a társadalom esztétikai és morális színvonalának emeléséhez. A műsor ezt az értékes életutat és életművet a nyilvánosság elé tárja, példát és inspirációt nyújtva a hallgatóknak. Az igazságosság elve a történelmi igazságtétel és az emlékezetkultúra formájában mutatkozik meg. Egy művészcsalád történetének felelevenítése, a felmenők munkásságának méltatása egyben az emlékezés aktusa is. Ez igazságot szolgáltat azoknak az ősöknek, akiknek munkássága talán a feledés homályába merült volna. A kulturális örökség ápolása és a hagyományhoz való hűség tehát az elődökkel szembeni igazságosság cselekedete is.

A műsor hangvétele rendkívül személyes, intim és tiszteletteljes, tempója lassú, reflektív, teret enged a csendnek és az elmélyült gondolatoknak. Az atmoszféra a személyes tanúságtétel légköre, ahol a műsorvezető alázattal és empátiával közelít vendégéhez, segítve őt élettörténete kibontásában. Ez a fajta attitűd tökéletesen tükrözi az Egyház kommunikációs ideálját, amely a meghallgatásra, a megértésre és a személyes történetekben rejlő isteni gondviselés felfedezésére épül. A vendég hitelesen tud beszélni a hagyomány, a hit és a művészet kapcsolatáról. Személyében megtestesül a generációkon átívelő értékátadás, a gyökerekhez

való hűség és az alkotómunka alázata. Nem csupán a szakmájáról beszél, hanem az életéről, a hitéről és a családjához fűződő viszonyáról is, ezzel egy komplex és példaértékű életmodellt mutatva fel a hallgatók számára. Egy művész-dinasztia történetének és egy kortárs alkotó portréjának bemutatása lehetőséget ad olyan alapvető keresztény értékekről beszélni, mint a hivatás, a család, az ősök tisztelete, a hagyomány folytonossága és a szépség transzcendens természete. A téma egy személyes történeten keresztül teszi kézzelfoghatóvá és átélhetővé ezeket az elveket, így a műsor képes a hallgatókat egy mélyebb, spirituális szinten is megszólítani, anélkül, hogy direkt teológiai fejtegetésekbe bocsátkozna.

Nagyvázsony (25.07.22)

A műsor nem csupán a nagy történelmi alakok, mint Kinizsi Pál érdemeit méltatja, hanem a névtelen elődökét is, akik évszázadokon keresztül építették és fenntartották a település életét. Azáltal, hogy a műsor a múltbeli és jelenkori lakosok munkáját, hitét és a helyhez való kötődését értéknek tekinti, megerősíti az egyéni és közösségi emberi méltóságot. A szolidaritás itt több szinten is megmutatkozik. Először is, a generációk közötti szolidaritásban: a jelen generáció felelőssége, hogy ápolja és továbbadja az ősöktől kapott örökséget. Másodszor, a közösségen belüli szolidaritásban: a műsor bemutatja, hogyan fognak össze a helyiek a vár, a templom és a helyi hagyományok megőrzése érdekében. Ez a közös cselekvés a közösség összetartó erejét és a tagok egymás iránti felelősségét példázza. A rádió azzal, hogy egy helyi közösség egyedi történelmét és értékeit állítja a középpontba, elismeri a lokális identitás fontosságát. A rádió bemutatja, hogy a kulturális örökség megőrzése nem csupán központi állami feladat, hanem elsősorban a helyi közösség ügye és felelőssége, ami a szubszidiaritás elvének gyakorlati megvalósulása. Nagyvázsony történelmi és kulturális öröksége kétségbevonhatatlanul a nemzeti közös részét képezi. A vár és a település megőrzése nem öncélú, hanem az egész társadalom javát szolgálja: hozzájárul a nemzeti identitás erősítéséhez, oktatási és turisztikai értéket teremt, és lehetőséget ad a spirituális feltöltődésre. Igazságot szolgáltatni a múltnak azt jelenti, hogy hűen és tisztelettel idézzük fel az elődök tetteit, áldozatait és eredményeit. A műsor azáltal, hogy Nagyvázsony történetét elmeséli, hozzájárul a kollektív emlékezet fenntartásához, ami a történelmi igazságtétel egyik formája. Az örökségvédelem így nemcsak kulturális, hanem morális kötelesség is az előző generációkkal szemben.

A műsor hangvétele tiszteletteljes, emelkedett és kissé nosztalgikus. A beszélgetés atmoszférája a rácsodálkozás és a felfedezés élményét közvetíti, a hallgatót egyfajta szellemi időutazásra invitálja. A lassú, megfontolt tempó és a részletekre való odafigyelés kontemplatív légkört teremt. Ez összhangban van az egyház szándékával, amely a csendes reflexióra, a történelemben rejlő tanulságok megértésére és a Teremtő által adott szépség megbecsülésére ösztönöz. A meghívott vendég személyesen és mélyen elkötelezett Nagyvázsony iránt. Személye azért ideális választás, mert tudása nem csupán lexikális, hanem átélt, személyes tapasztalatokon alapul. Hitelességét az adja, hogy nemcsak ismeri, hanem szereti is a helyet, amelyről beszél. Ez a személyes tanúságtétel teszi a műsort élővé és meggyőzővé, messze túlmutatva egy szokványos idegenforgalmi ismertetőn. Egy történelmi település bemutatása ilyen módon kiválóan illeszkedik a Katolikus Rádió profiljába. A téma lehetőséget teremt arra, hogy a rádió a nemzeti történelemről, a közösségi összetartozásról, a gyökerek fontosságáról és az örökségvédelem erkölcsi parancsáról beszéljen. Nagyvázsony története, benne a kereszténység és a magyar történelem összefonódásával, konkrét és vonzó példán keresztül szemlélteti a rádió által fontosnak tartott értékeket. A téma így hatékonyan szolgálja a missziót, hogy a hit, Isten és a világ kérdéseiről egy kulturális-történelmi kontextusban gondolkodtassa el a hallgatókat.

Konklúzió

Az előzőekben vizsgált öt kulturális műsor együttesen egy koherens és tudatos szerkesztői stratégiát tár fel. Ez a stratégia a kultúrát nem csupán esztétikai élményként, hanem az egyház társadalmi tanításának gyakorlati megvalósulásaként és a közjó alapvető építőköveként mutatja be. A műsorok az egyház társadalmi tanításának alapelveit nem elvont tételekként, hanem a bemutatott emberi és művészeti történetekben megélt valóságként ábrázolják. Minden elemzett műsor középpontjában az ember, mint Isten képmására teremtett, méltósággal rendelkező lény áll. A műsorok következetesen mutatnak rá azokra a kulturális formákra, amelyek erősítik az emberi kötelekeket. A műsorok legerősebb közös vonása, hogy a kultúrát nem luxustermékként, hanem a közjó elengedhetetlen feltételeként mutatják be. A Magyar Katolikus Rádió ezen adásokkal nyilvánvaló kulturális "közszolgálatot" végez. Eljuttatja a kultúrát azokhoz is, akik földrajzi, anyagi vagy egyéb okokból nem tudnának személyesen részt venni egy kiállításon, fesztiválon vagy színházi előadáson. Ezzel demokratizálja a kultúrát, és biztosítja, hogy a szellemi javak minél szélesebb körhöz eljussanak, ami a közjó egyik alapfeltétele. A műsorok implicit módon amellet érvelnek, hogy egy társadalom fejlettsége nem csupán gazdasági mutatókkal mérhető.

A Magyar Katolikus Rádió kulturális műsorainak elemzése tehát egy tudatos és mélyen átgondolt szerkesztői munkát tár fel. A rádió ahelyett, hogy elvont erkölcsi tanításokat fogalmazna meg, a magyar kulturális élet legértékesebb példáin keresztül, életszerűen és vonzóan mutatja be a keresztény társadalmi tanítás lényegét.

Irodalom

- Antal László (1976) *A tartalomelemzés alapjai*. Magvető, Budapest.
- Barbier, Frédéric – Bertho-Lavenir, Catherine (2004) *A média története: Diderot-tól az internetig*. Budapest, Osiris.
- Berelson, Bernard (1952) *Content Analysis is Communications Research*. New York, Free Press.
- Farkas Péter (2012) A katolikus egyház társadalmi tanításának alapelvei és gyakorlati alkalmazásuk. *Kötelékek*, XI. éf. 2. szám, Budapest, 28–39.
- Hargitai Henrik (2006) *A rádió története*. Budapest, ELTE (Elérhető: https://mmi.elte.hu/szabadbolcseszet/mmi.elte.hu/szabadbolcseszet/indexaa26.html?option=com_tanelem&id_tanelem=562)
- Horváth Árpád (1983) *Edison*. Budapest, Gondolat Kiadó.
- Ismandianto, I. – Suyanto, A. S.- Khasna, L. – Muchis, M. (2022) *Transformation of Radio Technology in The Digital Age*. *Nyimak Journal of Communication* 6(1).
- Katz, Elihu – Blumler, Jay. G. – Gurevitch, Michael (1973) Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Kemppainen, Pentti (1997) *The Development of Radio and Radio Research Perspectives Towards a New Order*. Gothenburg, Nordicom, University of Gothenburg, 1997. Vol. 18, no 1, 229–238.
- Keszeli Sándor (2010) *Alapvető kateketika. Bevezetés a katekézis elméleti alapjaiba katekétáknak*, Szegedi Hittudományi Főiskola, Szeged.
- Kollega Tarsoly István (1996-2000). *Magyarország a XX. században*, III. kötet, VIII., Szekszárd, Babits Kiadó (Elérhető: <https://mek.oszk.hu/02100/02185/html/index.html>).
- Maslow, Abraham H. (1964) *Religions, Values, and Peak-Experiences*. New York, Viking Press.
- McLuhan, Marshall (1967) *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. London, Penguin Books.
- Ong, Walter J. (1982) *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. London, Methuen.
- Ruggiero, Thomas E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 30-37.
- Sántha Kálmán (2014): A kvalitatív tartalomelemzés aspektusai (recenzió). *Neveléstudomány | Oktatás – Kutatás – Innováció*, 2. évf., 2. szám, ELTE PPK, 83–86.
- Szabó Miklós (1989) *A Telefonhírmondó kezdő évei*. In: *Postamúzeumi évkönyv*, 1989, 31-45.
- Zsolt Péter (2005) *Médiaháromszög*. Vác, EU-Synergion.