
EVANGELISATSIOON KUI KOMMUNIKATSIOON: religioonisotsioloogiline vaatlus krusaadi Pro Christ näitel

Ingmar Kurg

Üheks religiooni fenomenaaalseks tunnuseks on katkematu interaktsioonis püsimine. Võib väljenduda isegi nii: religioon eksisteerib selle toimimise ajal. Religioon on alati kitsamalt või laiemalt gruppikooslusest kantud – seetõttu kujunebki religiooni nägu nii kommunikatsioonis osalejate kui ka konfronteerujate vastastikuste mõjutuste summast. See interaktiivsus on iseäranis omane kristlusele, kuivõrd kristlus on aeg-ajalt olnud oma kirikuloolises kulgemises aktiivselt misjoneeriv religioon, mis otsib väljendusvõimalusi väljaspool iseennast. Henning Wrogemann on viimase aja misjoniteoloogias kristluse sellist eripära esile tõstnud: kristlust tuleks näha kui kontekstuaalset, kultuuri loovat ja seetõttu kultuuriliselt pidevas muutumises toimivat religiooni.¹ Nii esimeste kui ka viimaste sajandite kirikul on tulnud enese mõistetavaks tegemiseks sõnumit Kristusest tõlkida² ja kontekstualiseerida. Kõikvõimalikud selle üritusega kaasnenud raskused ja möödapanekud rõhutavad seda enam kompetentse kommunikatsioonivõime hädavajalikkust. Iga kord, kui kirik on hakanud kaotama oma usulist kõnetamisvõimet,

¹ Henning **Wrogemann**, „Wer betreibt Inkulturation? Evangelium und Kulturen im Spannungsfeld von Machtkonstellationen, Anerkennung und kritischem Dialog“ – *Zeitschrift für Mission (ZfM)*, 3 (2006), 234–253.

² Lamin Sanneh kirjeldab kristlust kui tõlkivat kultuuri: „*Christianity is a translated religion without a revealed language...*”, vt Lamin **Sanneh**, *Whose Religion is Christianity? The Gospel beyond the West* (Grand Rapids: Eerdmans, 2003), 97.

on sedamaid järgnenud ka reaktsioon – „*missionaries, go home!*”³. Religiooni interaktiivsuse printsiip mõjub siinjuures aga katalüsaatorina, mis omakorda sunnib kirikuid kui kristluse struktuuri kandjaid tegema oma esitlustes vastavaid parandusi.

RELIGIOOSNE KOMMUNIKATSIOON

Alates Max Weberi (1864–1920) aegadest on sotsioloogia ülesandeks peetud määratleda indiviidi „sotsiaalset toimimist” (*soziale Handeln, social act*)⁴ ning kui see meetod kanti üle religioonisotsioloogia valdkonda, siis tulnuks Weberi järgi püüda tabada religioossuse kui sotsiaalse akti ilminguid avalikus ja privaatsfääris. Vaja oluks välja sõeluda religioosne fenomen ühiskonnasuhetes: see, kuidas inimene igapäevaelus vastavalt oma religioossetele arusaamadele loob ja kujundab ümber sotsiaalset keskkonda.⁵ Niisugust fenomenoloogilist meetodit jätkasid Thomas Luckmann ja tema koolkond alates 1960. aastatest. Nemad on otsinud seletusi indiviidi religioossetele sotsialisatsioonile, milleks on subjekti tekitatud interaktsioon, kui too astub kontakti temast väljaspool asuva transtsendentsusega; selles protsessis osalev inimene identifitseerib iseennast religioosena või laiemas tähenduses indiviidina üldse jne.⁶ Siin kajastub weberlik strateegia, kuidas siseneda reli-

³ James A. **Scherer**, *Missionary, go home!* (Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1964); teose ilmumine tähistas üht kriitilisemat ajajärku XX sajandi kristlikus misonis.

⁴ Max **Weber**, *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre* (Tübingen: Mohr, 1988), 429: „*Handeln... im speziellen ein Verhalten, welches 1. dem subjektiv gemeinten Sinn des Handelnden nach auf das Verhalten anderer bezogen, 2. durch diese sinnhafte Bezogenheit in seinem Verlauf mitbestimmt und also 3. aus diesem subjektiv gemeinten Sinn heraus verständlich erklärbar ist.*” – „Toimimine, iseäranis käitumine, mida (1.) arvatakse toimija subjektiivse arvamuse kohaselt kellegi teise kohta käivaks, mis (2.) on selle mõttelise seotuse kaudu tema kulgemises kaasa mõjunud ja mis niisiis (3.) on sellest subjektiivsest arvamusest lähtudes mõistetavalt seletatav” (Jaan Lahe tõlge).

⁵ *Homo sapiensi* vaadeldakse *Homo sociusena* – nagu Peter L **Berger**, Thomas **Luckmann**, *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie* (Frankfurt a. M.: Fischer, 1969), 54.

⁶ Luckmann on püüdnud määratleda inimest religioosena seeläbi, et on defineerinud religioossust antropoloogiliselt, vrd Thomas **Luckmann**, *Die unsichtbare*

gioossesse sfääri ja konfronteeruda tundmatuga, et teda haarata ja määratleda, olgu selleks siis loodusobjektid, ühiskond või Transsendentne.

Sellist sotsiaalakti klassikalist käsitamist on hakanud kritiseerima Jürgen Habermas. Ta tituleerib „eetiliseks kuritarvitamiseks” niisugust lähenemist sotsioloogias, kus subjekti toimimist vaadeldakse isoleeritult, eriti kui on tegemist religioossete teemadega.⁷ Nimelt, seni kuni ühiskondlikku toimimist mõistetakse indiviidi interaktsioonina, milles ta püüab saavutada konventsionaalsust kollektiivis, on tegu ühepoolse, monoloogse enesekehtestamisega.⁸ Siin mängib põhirolli subjekti tahe ja teovõime. Isoleeritud subjektina võib käituda ka kollektiiv, kes püüab kehtestada mängureegleid kollektiivi liikmetele või mõnele teisele kollektiivile. Selleks aga, et indiviidi sotsiaalset toimimist saaks vaadelda dialoogses kommunikatsiooniprotsessis – sellise vastastikuse aktsioonina, kus määravaks pooleks ei ole ainult toimiv subjekt ise, vaid tekib uue tagasiside võimalus – on vaja loobuda indiviidi enesekesksest, isoleeritud immanentsusest. Kommunikatsiooni edukat kulgemist ei määra ainuüksi aktsioon millegi toimesaatmiseks või kellegi ümberveenmiseks. Pigem vastupidi, tõeliseks „sotsiaalsuseks” on eeldatav avatud hoiak protsesside puhul, kus on palju võimalikke resultate ning on võimatu eelnevalt ära määrata, kes pöörduv kelle teele.

Religion (Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1991), 151. Indiviid oma igapäevases elus „transsendeerib bioloogilist natuuri” (*ibid.*, 108), sest niimoodi „inimorganism saab sotsialiseerimise protsessi käigus isiksuseks” (*ibid.*, 88). Religioon olevat seega n-ö indiviidi inimesekssaamise sündmus; religioon tekkivat privaatsfääris ja selle loovad inimesed ise. Niisiis on Luckmann religiooni kestvuse küsimuse postmodernses ühiskonnas justkui lahendanud. Kui lääne kultuuri moderniseerumisel on täheldatav kiriklikult organiseeritud religioossuse taandumine, siis Luckmanni teesis säilib religioossus ühiskonnas tervikuna, sest religioon pole institutsionaalse sotsiaalvormina defineeritud. Ta ei nõustu sellega, et Euroopa sekulariseerumist (kiriku mõju vähenemist ühiskonnas) seostatakse mittereligioossusega ühiskonnas (*ibid.*, 60). Kui Euroopas kristlus hääbub, siis religioossus mitte ja inimesed on usutahtest täidetud. Luckmanni koolkonna poolehoidjate silmis on suurt tähelepanu võtnud individuaalse religioossuse väljendusvormid, mida kohtab rohkesti ja eri kujul uusreligioossuses koondnimetusega *new age*.

⁷ Jürgen Habermas, *Theorie des kommunikativen Handelns* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1981), 377.

⁸ *Ibid.*, 524j.

Niklas Luhmanni mõjul on religioonisotsioloogia tähelepanu pöördunud fenomenoloogiliselt kursilt kommunikatsiooniteoreetilisele suunale.⁹ Oma uues kommunikatsiooniteoorias otsustab Luhmann loobuda antropoloogilisest lähteasendist ning peab seda lähenemisviisi paradigmaatiliseks pöördeks sotsioloogias.¹⁰ Ta märkab, et modernse ühiskonna muutuste selgitamiseks ja ühiskonna dünaamika mõistmiseks ei piisa indiviidi muutuste jälgimisest – kui individid üldse muutunud ongi. Ühenduses olemine ühiskonnas ja ühiskonnana tähendab selles osalemist ilma ennast ja teist blokeerimata. See ei tähenda ainuüksi informatsiooni ülekandmist ühest kohast teise või ühelt subjektilt teisele.¹¹ Avatud, st tõeliselt toimivast kommunikatsioonisüsteemist osa võtmisel on omad reeglid: ühelt poolt ei kontrolli informatsiooni enam üksikisik, teiselt poolt on indiviidil võimalik ennast reprodutseerida ainult niipalju, kuipalju ta end mõistetakse teha suudab. Seega eeldab interaktsioon, olgu selleks toimimine või kõnelemine, vastuvõtja olemasolu ja avatust. Suhtlemine sellises süsteemis toimub sündmusest sündmuseni, mis sündmuste jadana hoiab ühiskonna toimivana. Luhmann teeb üldistuse: „Ühiskonnana saab vaadelda vaid seda, mis on kommunikatsioonina realiseeruv; ka religioon saab ühiskonnas eksisteerida ainult kommunikatsioonina”.¹² Hartmann Tyrell on märganud, kuidas kommunikatsiooniakti on pikalt mõistetud kui millegi kordasaatmist vastupidi pelgalt rääkimisele

⁹ Luhmann kasutab kommunikatsiooni kirjeldamisel ka mõistet „teine” ja „teisiti-olek”, mis on Emmanuel Lévinase filosoofia põhimõisteks ning on edasi arendatud Theo Sundermeieri „võõra” misjoniteoloogias, vt Theo Sundermeier, „Konvivenz als Grundstruktur ökumenischer Existenz heute” – *Ökumenische Existenz heute*. Wolfgang Huber, Dietrich Ritschl, Theo Sundermeier, Hgg. (München: Kaiser), 40–100.

¹⁰ Niklas Luhmann, „Religion als Kommunikation” – *Religion als Kommunikation*. Hartmann Tyrell, Volkhard Krech, Hubert Knoblauch, Hgg. (Würzburg: Ergon, 1998), 135.

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*, 137. Luhmann ei arva, et religioon on ühiskonna kommunikatsioonisüsteemi „vang”, vaid et religioonil on kommunikatsioonis täita unikaalne, ainult temale omane roll „dekodeerijana”. Kuivõrd ühiskond on kommunikatsioonisüsteemi operatsioonivõime poolt määratud ja seetõttu iseenesega piirnev ning iseennast reflekteeriv, vajab ta enese mõttekuse tabamiseks uusi valikuvõimalusi, mida saab anda ainult süsteemiväline vorm, milleks ongi ainsana religioon.

ja kõnele, mille abil justkui ei õnnestu hästi esile kutsuda reaalsuse muutust.¹³ Sellist arusaamist esindab ilmekalt oikumeenilises misjoniteoorias välja kujunenud ja *social gospel*'i kontseptsioonile toetuv sotsiaaleetiline suund,¹⁴ mida Luckmann sotsioloogina täiendab nii:

Seal, kus on põhimõtteliselt tegu nälja ja söömisega, soo ja armastusega, võimu ja õiglusega, elu ja surmaga, toimitakse pea-aegu alati kommunikatiivselt. Ainult: nälga ei saa sõnadega vaigistada. Asi on selles, et midagi tehakse ära, ehkki võib-olla enne, vahepeal ja seejärel ka räägitakse.¹⁵

Kuid tänu sellele, et John L. Austin oli pakkunud välja „kõneakti teoria”,¹⁶ saab „sõna” siiski sotsiaalse toimijana taas õigustuse.¹⁷

Luhmann näitab religioosse kommunikatsiooni võimalustele teed nõnda: et rääkida mõttekast religioosest kommunikatsioonist, on vaja selles osalejaid, kes asuvad mingilgi määral teineteise suhtes eelnevalt kooskõlastatud ja avatud positsioonil. Ainult nii võib juhtuda, et religioon vestluse käigus midagi tähendama hakkab.¹⁸ Siis ei räägita enam osalejatest üle, vaid osalejatega. Religioosne teema on sedavõrd tundlik, et ilma adressaadi eelneva häälestuseta oleks targem vaikida. Kes sellest reeglist kinni ei pea ja loeb maha monolooge – nagu ükselt uksele jehhovistid ja mor-

¹³ Hartmann **Tyrell**, „Handeln, Religion und Kommunikation. Begriffsgeschichtliche und systematische Überlegungen” – *Religion als Kommunikation*, 126.

¹⁴ Ingmar **Kurg**, „Misjon: eessõna” – *Documenta oecumenica: kirik – ühiskond – misjon*. Koostajad Peeter Kaldur, Ingmar Kurg, Alar Laats, Tauno Teder, Veiko Vihuri. EELK Usuteaduse Instituudi toimetised, XV (Tallinn: EELK Usuteaduse Instituut, 2006), 204.

¹⁵ Thomas **Luckmann**, „Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: Kommunikative Gattungen” – *Kultur und Gesellschaft*. Hg. Friedhelm Neidhardt, Rainer M. Lepsius, Johannes Weiss (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1986), 203.

¹⁶ John L **Austin**, *How to do things with Words* (Oxford: Clarendon Press, 1963).

¹⁷ Ega Luckmanni välista, et kõneakt võib olla ühtlasi tegu: inimese elus on võib-olla teatud mõttes kõik tegu „kõne” ja kõik kõne „tegu”. Mõnikord on kõne teoks ilma metafoorse laiendusega, nimelt kui kommunikatiivsel toimimisel on konstitueeriv lahendus ühiskondlikule probleemile, nagu näiteks pulmatseremoonia või kohtuotsus.

¹⁸ Luhmann, *Religion als Kommunikation*, 140.

moonid – see kukub enamasti läbi. Reageeritakse küll viisakalt, kuid ühemõtteliselt.¹⁹

Kui nüüd „religioon realiseerub ainult kommunikatsioonina”²⁰ ja tal ei ole selleks teist sotsiaalset kohta, siis tekib küsimus, kuidas seda praktiliselt teostatakse. Milliste operatsioonidega „religioonisüsteem omaenese produkti reprodutseerib”²¹ ehk millest tuntakse ära või kuidas saab signaliseerida, et tegemist on religioosse kommunikatsiooniga? Arusaadav, et transtsendentne ei ole iseeneslikult kommu­ni­keeruv ilma seda konkretiseerimata, ning traditsiooniliselt viidatakse siinjuures rituaali vahendusele. Religioosse keele – sümbolite, metafooride, võrdumite, allegooria – abil tõlgitakse tundmatu tuntuks. Selle käigus tunnistatakse ühiselt usku, mille eesmärk jumalateenistuslikus miljöös ei ole kedagi milleski veenda, vaid väljendada konsensust usukogukonnaga ja enese usuliste veendumuste uuendamist.²² Kuid religioosne praktika ei ole riituste kõrvalekaldumatult stereotüüpsete vormidega oma kommunikatiivseid võimalusi kaugeltki ammendanud. Sümbolid ilma hermeneutikata on religiooni surm.²³ Vaimulikud, kes ei pinguta eriti Sõna evangeelse kuulutamise­ga ja otsivad tuge rituaa-

¹⁹ Siin ei soovita ükselt uksele evangelisatsioonimeetodit maha kriipsutada, vaid osutada tähelepanu selle meetodi väärale kasutamisele. Näiteks Lõuna-Korea jt Aasia misjonimaade kogudused kasvavadki suuresti kodukülastuse-meetodi kaudu, mis paneb mõtlema, et ilmselt on nendes ühiskondades selline suhtlusviis vastuvõetavam.

²⁰ Luhmann, *Religion als Kommunikation*, 144.

²¹ *Ibid.*

²² Selliste enesestmõistetavuste eest tuleb tänada postmodernset filosoofi Jürgen Habermasi, kellele toetudes räägitakse julgelt ka kommunikatiivsest religioosest toimimisest, nagu nt Arens, Soosten, Krech. (*Religion als Kommunikation*, Hg. Hartmann Tyrell, Volkhard Krech, Hubert Knoblauch), mis lõpetab pika perioodi religioonipsühholoogias ja -sotsioloogias, kus individuaalset religioosust defineeriti institutsionaalsest religioonipraktikast lahus ja sellele vastandatult.

²³ Hubert Knoblauch osutab põhjendatult pluraliseerunud Euroopa religioosse kommunikatsiooni sünkretistlikele konventsioonidele – nagu küsitlused näitavad, sünteesitakse erinevate religioonide sümbolid (rist, *yin-yang*) kirikuvälises keskkonnas üksteisega ja mõtestatakse ümber, mis tekitab lahknevaid tõlgendusi. Peale selle kasutab kaubandus vabalt religioosseid sümboleid ja kontekste seal, kus need ei ole enam seotud ühegi religioosse institutsiooniga. Vt Hubert **Knoblauch**, „Transzendenzerfahrung und symbolische Kommunikation” – *Religion als Kommunikation*, 178j.

list – mille üle Martin Luther mahlakalt ironiseeris²⁴ –, arvestavad sellega, et kommunikatiivne vägi on sümbolis eneses. Ometi ei saa selles eelnevalt sümbolite keelt õppimata ja harjutamata kindel olla. Kui sümbolitest tingitud võõristustunne tundmatu ja salapärase ees oleks religioosse kogemuse sisuks – siis muidugi, ent nüüdisaegses kaubanduses ringleva religioosse sümboolika kohtlemine toob esile pigem selle, kuidas religioosse salapära ligitõmbavus võib mõjuda täiesti religiooniväliselt ja seda saab äriliselt ära kasutada.

Kiriku sotsiaalse tähenduse kadumise indikaatoriks sekulariseerunud ühiskonnas – *à la* Luhmann – ei ole ainuüksi ühiskonna negatiivne või ükskõikne reaktsioon religioosle kommunikatsioonile, vaid samavõrd kiriku võõristus ühiskonna suhtes. Kirik on vägagi teadlik modernse ühiskonna tundlikkusest religioosse kommunikatsiooni ja ühiskonna kaitsereaktsioonidest pealetükivuse suhtes, ning nii kardetakse teha end tõrjutavaks ja väljanaerdavaks sellega, et esitatakse võõritavat evangeeliumit Kristusest. Traditsioonilistele Euroopa kirikutele näibki olevat kindlam sulguda sümbolitest ümbritsetud kirikumiljõesse või vagatsevasse religioonikeelde, mitte riskida kontrollimatute tagajärgedega. Kiriku väärikus võib ju sellest kõigutatud saada, kui inimene avatult suheldes langetab tõrjuvaid või lõplikult eitavaid otsuseid! Ometi võiks kirik selle asemel, et tegeleda pidevalt oma kriisiga ning kurta religioossuse hääbumise üle ühiskonnas ja inimeste eemaldumise üle kirikust – mis viitab selgelt kommunikatsiooni-vaegusele –, võtta misjoneeriv positsioon. See soovitus, millest ka Luhmann kommunikatiivse miljöö loomise kontekstis rääkis, tundub tänapäeval möödapääsmatu. Siiski ei suuda paljud kirikud ja evangelistid oma kuulutustegevuses sellest hädavajalikke järeldusi teha. Tyrelli sõnul annavad reklaami- ja mainekujundus-agentuurid pidevalt kirikutele soovitusi vabastada kristlik sõnum „dogmaatilisest jäikusest” ja rüütada „meie kaasaegsesse keelde”,²⁵

²⁴ *Lühikeses pihimanitsuses* hurjutatakse sunniviisilist rituaalsust, millega reformatsiooni ideedest eemal olevad vaimulikud „vaevavad ja piinavad iseendid ja teisi inimesi”, vt Martin Luther, *Suur Katekismus* (Tallinn: EELK Konsistooriumi kirjastusosakond, 1996), 191.

²⁵ Tyrell, *Handeln, Religion und Kommunikation*, 8.

et saavutada kreatiivne kommunikatiivsus.

Kui religioosne kommunikatsioon luuakse väljaspool kiriku sisemiljööd – seega evangelisatsioonis –, siis modernset individuaalseerumist arvestades on tingimata vajalik olla kindel indiviidi vastuvõtlikkuses, mis aga just seetõttu muudab iga kommunikatsiooniakti autonoomseks, kordumatuks ja psüühiliste seisundite kõikumusest sõltuvaks. Selle paratamatuse äratundmine võib samahästi heidutada kui ka julgustada. Tänapäeva Euroopa kiriku kommunikatsiooniprobleeme ei lahenda ka kogu meie kaasaegse tehnika kasutuselevõtt, eksperimendid telejutlustamistest ja satelliit-evangelisatsioonist kuni virtuaalkirikuteni. Probleemi tegelik põhjus on ju selles, et kommunikatsiooni üle ei saa omada kontrolli. Saab ainult kutsuda teist kommunikatsioonis osalema, ning selleks ei või kedagi vastutahtsi sundida. See ongi see, mis kirikuid araks teeb, kui esimesed katsetused annavad tagasilööke. Pidades silmas religioosse kommunikatsiooni erinevust teistest ühiskondlikest funktsionaalsetest süsteemidest, mängib see erisus religioosse kommunikatsiooni kasuks, sest kus niisugune kommunikatsioon tõeliselt aset leiab ja algab transformatsioon, seal ei saa kõrvaline instants seda enam nii lihtsalt kontrollida, tühistada ega ümber defineerida.

EVANGELISATSIOON RELIGIOOSSES KOMMUNIKATSIOONIS

Nüüdisaja konfessionaalsed kirikud on oma sotsiaalses toimimises väga eripalgelised, sellele lisaks evib postkristlik lääne ühiskond peaaegu piiramatuid religioosse kommunikatsiooni võimalusi.²⁶

²⁶ Lea Altnurme on uurinud paradigmade vahetust tänapäeva lääne ja eriti Eesti ühiskonna religioossetes suundumustes; vt Lea **Altnurme**, *Kristlusest oma usuni. Uurimus muutustest eestlaste religioossuses 20. sajandi II poolel*. Dissertationes Theologiae Universitatis Tartuensis, 9 (Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2005). Seda, millised võimalused on seejuures jäetud kristlikule kirikule kui institutsionaliseeritud religioonile, ei olegi nii lihtne välja öelda. Kas kirik peaks leiutama uusi kommunikatsioonivorme vanade traditsioonide levitamiseks või hoopis muutma oma religioosseid tunnusoone? Altnurme (*ibid.*, 30) on tsiteerinud klassikut Grace Davie'd järgmiselt: „Usuelu elavdamiseks tuleks avardada reli-

Interaktiivse suhtluse tulemusena on religioosse kommunikatsiooni vormid pidevas ümberkujunemises ning küllap iga generatsioon leiutab juurde uusi väljendusvahendeid temale omases sotsio-kultuurilises kontekstis. Et mitte jätkata vaid võimalike loetelude esitamisega, piirdub käesolev artikkel ühe religioosse kommunikatsiooni vormiga, milleks on evangelisatsioon. Tõsi, et erinevad konfessioonid artikuleerivad erinevalt seda, mida mõiste evangelisatsioon peaks sisaldama või ei tohiks sisaldada. Näiteks ärkamisliikumised ning nende pinnalt tekkinud vabakogudused identifitseerivad end sageli läbi aktiivse kuulutuse; ajaloolised kirikud seevastu ei näe iga kord põhjust, miks peaks tavapärasest evangeelset kuulutust jumalateenistuse raames tituleerima evangelisatsiooniks või vastava terminoloogia kaudu võimendama. Evangelisatsiooni kui kommunikatsiooniakti kirjeldamine on tõepoolest suuresti sõltuv nii kommunikaatori kui ka retsiptendi sotsiaalsest portrest, ehk teisisõnu – evangelisatsioonisündmuse toimumise tingimused on suuresti ära määratud nii konkreetse kiriku või üksikkristlase individuaalsuse kui ka evangelisatsiooni oletatava sihtauditooriumi kommunikatsioonisuutlikkuse ja -harjumustega. Siiski on oikumeenilise suhtluse tulemusena jõutud selgemale arusaamisele selles, mis laadi religioosse kommunikatsiooni valdkonnana võiks evangelisatsiooni arvesse võtta ning ellu rakendada.

Kirikute Maailmanõukogu misjonidokument 2000. aastast püüab misjoni ning evangelisatsiooni teoloogiliste arusaamade hetkeseisu kirjeldada ning teeb viiteid uue sajandi võimalikele suundumustele, pakkudes välja sellise evangelisatsiooni mõiste definitsiooni: „Evangelisatsioon ... osutab täpselt ja sihipäraselt evangeeliumi kuulutamisele, sealhulgas isiklikule pöördumiskutsele, saamaks uut elu Kristuses ja olemaks Kristuse järgija”.²⁷ See määratlus on konventsionaalne ning rahuldab erinevaid konfessioone ja misjoniteoloogilisi koolkondi. Rõhuasetuste erinevused

giooni mõistet nii, et see hõlmaks küsimusi individuaalsest ja sotsiaalsest tervisest, eksistentsi mõttest, planeedi tulevikust, vastutusest ligimeste ja kogu elava eest”, vt Grace Davie, *Religion in modern Europe. A memory mutates* (Oxford: Oxford University Press, 2000), 181.

²⁷ „Misjon ja evangelisatsioon: ühtsuses täna” – *Documenta oecumenica: kirik – ühiskond – misjon*, 267.

jäävad kindlasti ka edaspidi püsima – eriti küsimuses, kuivõrd peaks evangelisatsioon olema verbaalne evangeeliumikuulutus või hoopis teatavate eluväärtuste interkultuuratsioon –, ent asjade käiku nii või teisiti ette kujutades on Kirikute Maailmanõukogu otsustanud evangelisatsiooni mõiste jätta sõltuvusse ühest konstandist, Jeesuse Kristuse isikust. Suhte loomine Kristusega on iga kristliku kommunikatsiooniakti mastaap ja kvaliteedi määr.

Evangelisatsiooni intentsiooniks on kutsuda inimesi uskuma ja oma usus kindlaks jääma, otsides selleks usaldusväärseid lähenejaid adresseerimisele. Religioonisotsioloogilisest perspektiivist ei ole näiteks küsimus usulistest veendumustest mitte enam teoloogiline arutelu Jumala olemasolu kohta, vaid küsimus selle kohta, kas ja kuidas ollakse veendunud religioosse kommunikatsiooni transpertsuses. Toimiv kommunikatsioon saab sündida vaid vastastikuse usalduse miljöös. Kuivõrd on kommunikatsiooni initsiaator usaldusväärne, sel määral ka aktsepteeritakse sõnumit, alandatakse palveks, võetakse omaks usukogukond ja arendatakse välja uus suhe ühiskonnaga. Kommunikatori siiralt välja öeldud kavatsustel on äärmiselt suur kaal. Olgu evangelisatsiooni vormiks jutlus, kuulutus, oma usu tunnistamine, hingehoidlik vestlus või isegi absolutsioon – uut reaalsust loov sõna maksab siin kõrget hinda. Kuulutajal tuleb siseneda tegelikku kommunikatsiooniruumi, kus püütakse üksteist väga ausalt mõista, aktsepteerida ja kuulda võtta. Kõnetaja ei varja oma kavatsust mitmetähenduslike sümbolite taha; tema eesmärk on veenda adresseaati evangeeliumi tões, andes iseennast selle pandiks.²⁸

Selline kõrge eesmärgistatus asetab evangelisatsiooni religioosse kommunikatsiooni vahendajana mitmekordsesse pingevälja. Selle toimimist võib nimetada ka *à la* Pollack, „transsendentaalse kon-

²⁸ Lubatagu siin hetkeks kõrvale kalduda vaieldamatust misjoniteoloogilisest aktsioonist, mis tunnustab evangeeliumi tõekriteeriumiks mitte inimese – ei kuulutaja ega kuulaja –, vaid evangeeliumi sisu ja läkitaja, Kristuse. Praegusel juhul on aga küsimuse all kommunikatsiooni toimumise inimesepoolne garantii, kus kuulutaja peab olema valmis end avama, et olla oma motiivides läbipaistev; see jätab vastuvõtjale vabaduse kas sõnum ja sõnumitooja vastu võtta või tõrjuda, ilma et ta peaks kartma sellele järgnevaid sanktsioone.

tingentsuse reguleerimissüsteemiks”,²⁹ kus inimese senine maailmapilt destabiliseeritakse, seejärel aga juhatakse vastuste juurde, mida võib anda vaid Jumal, kui inimene astub temaga eluosadusse. Ühelt poolt on evangelisatsiooni ülesandeks teha evangelium vastuvõetavaks, usaldatavaks, teiselt poolt aga provotseerida, kutsuda pöördumisele, ja viimaks – alustada uuelaadse kommunikatsiooni ülesehitamist.

Usaldus, mida kuulaja kuulutaja vastu ilmutab, on vastuvõtja pideva kontrolli all ja tal on võimalus vastuvõetavat informatsiooni selekteerida. Sellele skeemile osutab Luhmann, kui ta defineerib kommunikatsiooni kolmeosalise operatsioonina: a) informatsioon, b) vahendamine ja c) mõistmine.³⁰ Informatsioon iseenesest ei põhjusta veel kommunikatsiooniakti; alles siis, kui vastuvõtja suudab end infovoolus määratleda ja toimida subjektina, kellel on vabadsus informatsiooni väärtuse üle otsustamiseks, võib rääkida kommunikatsiooni toimumise tingimustest. Kommunikatiivset akti võib pidada toimunuks ja lõpetatuks siis, kui vastuvõtja on ka mõistnud seda, mis informatsiooni vahendamisel on aset leidnud.³¹ Kas vastuvõtja on vahendamist mõistnud või ei, seda saab edastaja teada ainult kommunikatsiooni jätkumise puhul. Iga järgmine kommunikatsiooniakt on eelmise aktseptandiks. Seega kui rääkida evangelisatsioonist, siis selle kulgu saab kujutleda kuulaja ja kuulutaja interaktsioonina, kus vastuvõtja, kellele on jäetud kriitilise tagasilükkamise ja tõrjumise võimalus, annab mingil viisil märku,

²⁹ Religioonisotsioloog Detlef Pollack ei rahuldu religiooni seletamisega „universaalse paratamatusena” à la Luckmann. Religioon ei ole iseeneses püsiv antropoloogiline nähtus, vaid seisneb pigem interaktiivses vahendamises. Ka on religioossuse avaldusvormid mitmetahulised ja dünaamilised ning vajavad diferentseeritud lähenemist. Pollack kõneleb seetõttu religiooni seemisest kahesuunalisest protsessist, mille üheks taotluseks on ülemäärase kontingentsuse piisavalt edukas lahendamine, teisalt aga sellesama kontingentsuse säilitamine usuliste väljendusvormide elujõulisuseks. Religiooni reproduktsioonivõime oleks tagatud sellega, kui see otsiks üheaegselt transtsendentsuse konkretiseerimise võimalusi rituaalsete ja didaktiliste vahenditega, ning samas transtsendeeriks kõhklemata igapäevaelu kogemusi ja maailmanägemusi. Vt Detlef **Pollack**, *Säkularisierung – ein moderner Mythos? Studien zum religiösen Wandel in Deutschland* (Tübingen: J. C. B. Mohr [Paul Siebeck]), 2003), 49jj.

³⁰ Niklas **Luhmann**, *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1984), 198.

³¹ *Ibid.*, 208.

et ta tahab kommunikatsioonis siiski edasi püsida ja jätkata.

Kuidas saaks luua niisugust kommunikatsiooni, mis soodustab evangeeliumi vastuvõtmist võimaliku tagasilükkamise asemel? Kuidas pakkuda sõnumi sisu nii, et see on kaitstud kahtluse ja usaldamatuse eest ning selle vastuvõtmisele järgnevad uskumine, pöördumine ja uued kommunikatsioonivormid?

Kommunikatsioonikatsed iseenesest on väärtusneutraalsed, kuni pole võimalik ära tunda nende intentsiooni – seda kavatsust, mille suhtes vastuvõtja saab langetada oma otsuseid. See on evangelisatsiooni seisukohast määrav. Kui evangelistil, misjonäril, üksikul kristlasel, meedial, kirikul laiemas või kitsamas tähenduses ei ole julgust väljakutset esitada, olla *pro vocare*, siis on targem loobuda kogu üritusest ja võtta kuulda soovitusi *missionaries, go home!* XIX sajandi äratusjutlustaja Charles Finney on õpetanud: „Selleks, et jutlus võiks vilja kanda, peab iga kuulaja tundma selles isiklikku väljakutset ja enda poole pöördumist.”³² Evangeeliumi pakkujate esitagu oma sõnum selgelt ja arusaadavusele püüeldes või ärgu esitagu midagi; siin ei ole vahet, kas haakida evangelisatsiooni mõiste külge veel humanitaarse abi osutamine, sõnatu sotsiaalne ligiolu või midagi muud.

EVANGELISATSIOON KOMMUNIKATSIOONI PROVOKAATORINA

Religioonisotsioloogia kasutab evangelisatsiooni kommunikatsiooniprotsessi selgitamiseks *frame extension*'i³³ mõistet. Idee on selles, et kui on seatud eesmärgiks edastada niisugust informatsiooni, mis nõuab vastuvõtjapoolset interpreteerimist, siis tuleb kommunikatsiooni raame nihutada sellisesse asendisse, et potentsiaalset kommunikatsiooniruumi sisenejat oleks võimalik motiveerida ja mobiliseerida. Kommunikatsiooni raamide asetamisest sõltub, kui hästi

³² Charles **Finney**, *Kui saabub ärkamine* (Rakvere: Rakvere Nelipüha Kogudus, 2001), 27.

³³ D. A. **Snow**, E. B. **Rochford**, S. K. **Worden**, R. D. **Benford**, „Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation” – *American Sociological Review*, 51 (1986), 472.

või halvasti saab vastuvõtja end edastatud informatsiooni taustal identifitseerida, oma kogemusi organiseerida ja individuaalsele või kollektiivsele tegutsemisele suunata. Informatsioon, mida pakutakse inimesele tema maailmapildi kujundamise eesmärgil, ei mõju ainuüksi selle informatsiooni olemasolu tõttu, vaid siis, kui informatsiooni edastatakse teatud kindlal viisil.

Järgmine näide on pärit klassikalisest evangelisatsioonisituatsioonist, nii nagu see evangelikaalses kuulutustöös on välja kujunenud:³⁴ selleks on peamiselt Saksamaal korraldatav evangelne krusaad koondnimetusega Pro Christ, kus jutlustab evangelne luterliku kiriku pastor Ulrich Parzany, hüüdnimega „Saksamaa Billy Graham”. Pro Christ on nüüdsel ajal interkonnaalselt ning internatsionaalselt kõige laiemal kandepinnal evangelistlik üritus Euroopas, milles osalevad kristlased erinevatest kirikutest: nii luterlased, nelipühilased, baptistid kui katoliiklased jt. Organisaatsiooni Pro Christ tegevuse juurde kuulub enesestmõistetavalt igapäevase vaimuliku töö lai spekter – koolitused, meediatöö, koguduste ühispalvused, kirjastamine jms. Kõik need tausttegevused on lõppkokkuvõttes suunatud põhjalikult ettevalmistatud avalikele massiüritustele, kus toimub intensiivne kontakt jutlustaja ja kohaletulnud kuulajate vahel.

Pro Christi evangelisatsiooni on religioonisotsioloogiliselt analüüsinud Detlef Pollack.³⁵ Pollack püüab kirjeldada, kuidas kulgeb religioosne kommunikatsioon läbi mitme *frame extension*'i etapi. Evangelisatsiooni kommunikatiivne akt on suunatud sellele, et kohaletulnud kuulajate jaoks muudetakse ära situatsiooniraamid, ilma milleta ei tekiks võimalust informatsiooni usaldavaks vastuvõtuks ja konversiooni-situatsiooniks. Sellistel evangelisatsioonüritustel minnakse välja selle peale, et kuulajate maailma- ja enesenägemust põhimõtteliselt muuta, et nad hakkaksid nüüdsest radikaalselt uut moodi uskuma, kogema, mõtlema ja käituma, ning

³⁴ Evangelikaalses evangelisatsioonis on selgelt eristatavad kaks osapoolt: kommunikaator ning vastuvõtja. Evangelisatsiooni meetod ja eesmärgidki on ette ära öeldud: selleks on Kristuse evangeeliumi tunnistamine koos kutsega pöördumisele; vrd „Lausanne'i leping” – *Documenta oecumenica: kirik – ühiskond – misjon*, 216.

³⁵ Pollack, *Säkularisierung – ein moderner Mythos?*, 220jj.

mis antud juhul tähendab Jeesuse Kristuse avalikku tunnistamist oma Issandaks. *Frame extension*'il on kolm avaldumisviisi:

1. Kommunikatiivsete sildade ehitamine. Kommunikatsiooni loomisel toetutakse avaramale horisondile kui seda on inimlik tasand – Jumalale. „Jumal räägib teiega! See pole Parzany, see pole eeslaulja, või kes ka kõneleks, see on enam veel: Jumal räägib kaasa, ta süütab tule...” Kui see on aga Jumal, kes räägib, siis ei peaks kahtlemiseks põhjust olema – sellega on kuulutuse tõeväärsus verifitseeritud. Kui kuulaja aktsepteerib edaspidi ka kommunikatsiooniakti sisu, siis oli see „mitte Parzany, vaid Jumal”, kes mõjutas kommunikatsiooni pakkumise vastuvõtmist.

Teataval määral opereerib Parzany kahel tasandil. Ühel nendest loob ta enese ja kuulajate vahele kommunikatsiooni, teisel muudab selle akti nähtamatuks. Sellel teisel tasandil ei vahenda jutlustaja ise justkui enam midagi ja pole oma kõnega informatsiooni allikaks. Selline määratlemise ja määratlematuse ambivalentsus, representatsiooni konkretiseerimine ja tühi horisont, informatsioon ja informatsioonitu religioosse kõne spetsiifika on Parzanyle iseloomulik. Religioosse kommunikatsiooni spetsiifika oleks antud juhtumi puhul selles, et need kommunikatsiooni raamid muudavad kogetavaks määratlematu-määratletava ühtsuse. See transtendentse ja immanentse suhtlemisfääri ühtsus – see, mida ei saa edasi anda pelgalt mõistuslike vahenditega ning mille toimimiseks ei ole mingit etteantud garantiid, kuna see lubab ka eitamist ja tagasilükkamist – pakub ennast siin inkommunikatiivselt. „Teatud viisil peab religioosnes kommunikatsioonis pakutav sisu olema kaitstud kommunikatsiooni eest”, kui järgida Pollacki loogikat,³⁶ ja see on takistava kahtlustekoorma väljalülitamise eesmärgil nähtamatuna hoitud. Seega siis religioosne kommunikatsioon püüdleb pidevalt olemasolevate raamide eneseületamisele mõlemalt poolt, nii vahendaja kui vastuvõtja jaoks, et jääda avatuks Jumalale.

Kui nüüd kuulaja vastab sellele pakkumisele positiivselt, siis saab kommunikatsioon jätkuda, ja see suunatakse jutlusega isikliku otsuse langetamisele. Inimene on asetatud „hereetilise impera-

³⁶ *Ibid.*, 223.

tiiv” nõude ette *à la* Peter Berger;³⁷ vahe on ainult selles, et kui Berger räägib valiku langetamise survest postmodernses turusituatsioonis, siis siin aitab sellele kaasa evangelistlik kutse, millega radikaliseeritakse ja dramatiseeritakse diferents konkretisatsiooni ja tühja horisondi vahel, määratletu ja määratlematu vahel. Kuulaja võib siin kaalumise alla võtta, kas mitte allutada oma kontingentsusprobleem kogunisti uuele regulatsioonile, mille garantiis pole enam edastatav tekst, vaid kommunikatsioonist läbi kostuv Jumala hääl. See Jumala hääl on kuulajate juures kohal kui määratlematu, mille üle ei diskuteerita ja mida saab ainult kogeda, tunda ja millele end usaldada. Jutlust kasutatakse siin kommunikatsiooni instseneerimisena inimese ja Jumala vahel. Ning kogu protsessi tulemusena ei vahendata pelgalt informatsiooni Jumala üle, vaid suheldakse temaga vahetult – vähemalt intentsionaalselt. See tähendab inimesepoolset usalduslikku avanemist tema kohaoleku kogemise jaoks.

Kutsele vastamise visualiseerimine toimub sageli „altari ette” tulemisega. See on akt, mis peab saama sisemise muutuse väljendajaks. Selle sisus võib kõrvaltvaataja ehk kahelda, kuid selle kommunikatiivses toimes mitte. Kutse esitamine on suunatud küll sisemistele muutustele, kuid seda signaliseerivad välised sümboolsed toimingud. Otsusele jõudmine ja sellele järgnev pöördumine on küll teadvuse akt, kuid selle juures – kui võrd teadvus üldse pöördumist võimaldab – on nõutav, et viimane loobub oma instinktiivsest sunnitud vastuseisust pealetulvavale uuele kommunikatsioonile.³⁸

³⁷ Peter L. Berger, *Der Zwang zur Häresie. Religion in der pluralistischen Gesellschaft* (Frankfurt a. M.: Fischer, 1980).

³⁸ Kui rääkida mõttekast konversioonist, siis pole sellesse haaratud ainult sisemise muutuse esitamise akt, vaid indiviidi sisemine muutus ise. Konversioon ei ole puhtalt kommunikatsioonisündmus, mis võib-olla alles konversioonist jutustamise aktis konstitueeritakse; vt Volkhard **Krech**, „Religiöse Bekehrung in soziologischer Perspektive. Zur gegenwärtigen Lage der Konversionsforschung” – *Spirita*, 1 (1994), 34. Konversioonis tuleb pöörata palju enam tähelepanu radikaalsele sisemisele muutusele indiviidi enese- ja maailmamõistmises. On teatud mõttes paratamatu, et uus, just avastatud enese- ja maailmamõistmine saab kirkamaks läbi mineviku välistamissoovi. Kas selles mõttes toimub „altari ette” tulemisega konversatsioon, on iseküsimus, sest kutse peale ette tulemine on esmalt üksnes kommunikatiivne akt, mis ei pea alati vastama sisemisele muutusele.

2. Kommunikatsiooni intensiivistamine. Pollack on märganud, et Parzany jutluste kuulamise ajal on teadvus pakutavatest valikutest niivõrd täidetud, et kaotab võimaluse kriitiliseks kommentaariks.³⁹ Sündmustega kaasas käiv inimese teadvus võib ju kommunikatsiooniakti puhul tahta omaenese algatusel tekitada vastureaktsiooni. Kui siiski tahetakse inimesel tekkida võivat kahtlust välja lülitada, siis peab piirama teadvuse võimalust kõike uut relativiseerida varasemate kogemuste alusel. Peatumatu kommunikatsioon peab olema nii tihe, intensiivne ja kõikehaarav, et teadvus enam vahele ei tuleks ning lõpuks kapituleeruks kommunikatsiooniakti ees. Kommunikatsiooni kaudu peab jõutama afirmatsioonini. Pole sugugi juhuslik, et kohe pärast avalikku tunnistamise akti, kus kuulaja on end Jumalale andnud, taotletakse mitte enam kommunikatsiooni nähtamatuks muutmist kahtluse väljalülitamiseks, vaid just vastupidi kutsutakse üles suhtlema – nüüd aga erilisele, grupispetsiifilisele kommunikatsioonile. „Ärge laske katkeda kõnelust Jumalaga, iga suhe elab vestlusest!” Pöördumiskogemust tuleb hoida kommunikatiivsena, sest selle jätkumine kuni võimaliku konversioonini – pöördumine nii mentaalse kui kognitiivse otsustuse tasandil – päädiks siis kriitilisest teadvusest jagusaamisega; ja mis muud rohtu eurooplase religioosse „resistentsuse” vastu olekski pakkuda! Enesestmõistetavalt jäävad teadvus ja kommunikatsioon ka konversiooniaktis sõltumatuteks, aga kommunikatsiooni intensiivsus täidab teadvust sel määral, et distants peaaegu kaob.

Evangelisatsiooni sotsiaalne aspekt seisneb seega kommunikatsiooni õnnestunud kulgemises – esialgu „nähtamatu” suhte väljapakkumine Jumalaga kahtluste, kriitika ja usaldamatuse ületamiseks, seejärel aga jaatamise, nõustumise ja vaimustuse võimaldamine osaduse kaudu.

Jumalaga suhtlemisele liitub eesmärk hoida üksikisiku usku kiriku osaduses elavana. „Kui me alustame uuesti koos Kristusega elamist, siis vajame osadust teiste inimestega, kes käivad sama teed.”⁴⁰ Samal eesmärgil soovitatakse suhtlemist perekonnaliik-

³⁹ Pollack, *Säkularisierung – ein moderner Mythos?*, 225.

⁴⁰ *Ibid.*, 226.

metega ja sõpradega, et võimalike teisitimõtlejatega vastandumisel leida isiklik positsioon ja sellele kindlaks jääda. „Rääkige oma perekonnaga ja sõpradega sellest, mis täna teie elus juhtus! Rääkige sellest kõigile! Rõõm võimaldab seda edasi jutustada. Sellest on abi teistele ja see aitab teid ennast, et edaspidi käia kindlat teed.”⁴¹

3. Kommunikatsiooni sisu määramine. Evangelisatsiooniga pakutava sisu täiendab peale eelnevate etappide – kommunikatsiooni loomine ja intensiivistamine – ka selle kinnistamine vastava sotsiaalsusega. Jeesuse Kristuse sõnumi vastuvõtmine ja uue inimesena elamine toob enesega kaasa ühelt poolt väljaastumise senisest elust, seni aktsepteeritud ühiskondlike mõõdupuude loovutamise ning seejärel kogu oma isiku pühendamise uutele eesmärkidele. Uues elus püsimine tähendab aga uue suuna võtmist, mida pöördumisega tehtud samm nõuab – püsivasse osadusse jäämist Jumalaga, osasaamist igavesest elust, Jumalapoolset kinnitamist ja vastuvõtmist, kommunikatsiooni Jeesuse Kristusega kiriklikus sakramentaalses elus. „Jumal pühib su pisarad,” ütleb jutlustaja. Kui inimene tahaks oma elu profaanses maailmas teostada, oleks ta kadunud, ebaõnnestumiste puhul mittetunnustatud või väljatõrjutud, aga „Jumala ees ta kogeb tunnustatust, kes talle kingib uue ühiskonna”. Parzany kutsub sel teel vabanemisele vääravast ühiskondlikust survest, pakkudes usuga kaasnevaid võimalusi alustada uut elu sõltumata sellest, mis on olnud enne.

Konversiooni väljenduses „Nüüdsest peale tahan ma kogu oma eluga sulle kuuluda” mõtestatakse usu kaudu kogu inimese elu. Kui profaanses sotsiaalses kommunikatsioonis toimub suhtlemine valikuliselt ja kunagi ei astu isik kommunikatsiooni jäägitult, siis usus peab leidma oma väljenduse terve elu. Olla usuliselt transparentne – see tähendab välja astuda kõikidest rollimängudest, jätta maha

⁴¹ Pöördunud inimese kommunikatsioonis Jumalaga, teistega ja iseenesega tuleb üles ehitada uus relevantne suhe. Selleks on võõraste kommunikatiivsete ühenduste selekteerimine – „õelge ära teised kohtumised!” – kui ka liitumine kirikuga. Nüüd on tegu eriliselt väljajoonistuva territooriumiga ühiskonna sees, millega end teiste konkureerivate grupikuuluvuste ja väärtusorientatsioonide suhtes piiritletakse, et saavutada kindlustunnet usuliselt tervikliku elu elamiseks ühiskonnas.

ilmalikud väärtushinnangud, loobuda ühiskonna ootustest püüdluses ilu, kõige omamise ja enesekehtestamise poole; olla vaid see, kes ollakse. Sest Jumala kõikehõlmava armastuseni jõudmiseks on tähtis ainult üks: enda elu ühendamine Jeesuse Kristusega.

Elu üleandmisega astub konverteeritu uutesse sidemetesse – osadusse Jumalaga, mida religioosselt ja sotsiaalselt väljendab suhtlus uutes kommunikatiivsetes raamides, s.o koguduses, millesse üksikisik peaks nüüd kuuluma. Ühiskond ei ole kuhugi kadunud. Indiviidi suhtes on nüüd uued ootused ja nõuded. Ka siis, kui pöördumine toob kaasa kriitilise distantsi etableeritud ühiskonna teatud ilmingutega ja selle triviaalnormidega, on vastukaaluks veel tugevam sotsiaalne sidusus uue ühiskonnaga Jumala rahva seas. Konversioonil on siin topelettähendus: ühiskonna mõjumehhanismist vabastamisega pakutakse veel tihedamat seotust väljavalitud ühiskonna alaga, *resp.* kirikuga. See on loogiline käik, sest religioon saab oma funktsiooni täita vaid siis, kui religioosse kommunikatsiooni mõttemudelid kinnistuvad mitteselektiivseina sel määral, et nende najal saab üles ehitada väärtussüsteeme ning viimaseid reaalses elus praktiseerida. Nii tekibki seotus *religio* tähenduses.

Kokkuvõtteks: evangelisatsiooni kirjeldamine kommunikatsioonina juhib tähelepanu kriitilistele punktidele, mille juures traditsioonilisel kiriklikkusel puudub lähenemise võimalus sellele ühiskonna osale, kes asub väljaspool traditsiooni. See on üks võimalikke religioonisotsioloogiliselt osundatud vihjeid kirikule, kes vajab julgustust oma misjonikutsumuse täitmiseks. Oleks tervitav, kui kirikud osaleksid nüüdisaja religioossete pakkumiste turul aktiivsemalt ja vahendaksid inimestele usu, mõistuse ja sotsialisatsiooni seni selgitamata vahekordade klaarimiseks religioossete lahendusi. Kuid igasuguse suhtluse eeltingimuseks on aus ja toimiv interaktiivne kommunikatsioon, mis võimaldab sotsiaalseid ja religioossete seotusi. Kui jätta evangeeliumi kuulutamine vaid meedia hooleks või kiirmenetluseks tänavatel-turuplatsidel, siis ei lahenda väärtalt alustatud kommunikatsioonitaotlusi pikk kirikulooline traditsioon.

Jeesuse hoiatus mõttetu evangelisatsiooni kohta „ärge heitke pärleid sigade ette” (Mt 7:6) ei pea silmas vaid „pärlite” säästmist, vaid ka seda, et sööjad ei suuda neid seedida: „...et nad ei pöörduks tagasi ja teid lõhki ei kisuks”. Evangelisatsioon ilma kommunikeerimiseta võib vabal turul saada ebapädeva kritiseerimise, labastamise, tükeldamise, selekteerimise, modifitseerimise ja sünkretistliku komplekteerimise objektiks ning muutuda antisõnumiks, mis pöördub kuulutaja enese vastu. Parim, mida „müügiks” pakkuda kõlbab, on kuulutaja ise oma usulises terviklikkuses; see on kaugelt provokatiivsem kui valjud sõnad või vagad teod.