

GYAKORLATI TEOLÓGIA

Győri Kornél

A TÁRSADALOMMAL ÉLŐ HÍVŐ EMBER SZEMÉLYES BRANDJE

Győri Kornél a Pécsi Vonósok karmestere, a Pannon Filharmonikusok nagybőgőse, a Pécsi Baptista Gyülekezet tagja és presbitere. Négy fiúgyermek édesapja. Feleségével, Edittel Pécsen élnek.

Az itt olvasható írás a 2015. március 28-ai baptista média-konferencián a Pestszentimrei Közösségi Házban elhangzott előadásának írott változata.



Szeretettel köszöntöm a konferencia résztvevőit! Nagyon örülök, hogy felkérést kaptam erre a konferenciára. Nagyon érdekes a téma, és már korábban is foglalkoztatott – ha nem is ilyen átfogóan és körülhatárolva. Most rákényszerítettek arra, hogy összeszedjem ezzel kapcsolatos gondolataimat. A szervezőknek bizonyára az volt a szándékuk velem, hogy egy amatőr is legyen az előadók között. Látva az előadók névsorát kicsit megremegtek a lábaim, de kérem, fogadják el mondandómat, mint egy laikusét. Nem tudok kutatási eredményekről beszámolni, nem fogok különböző grafikonokat kivetíteni, nincsenek ezzel kapcsolatos publikációim, csak elmondom, hogy én, Győri Kornél karnagy, a Pécsi Vonósok karmestere miként látom a társadalommal élő hívő ember személyes brandjének kérdéskörét.

Ha már személyes brandről van szó, akkor legyen teljes a bemutatkozás! A témával kapcsolatban a Pécsi Vonósok karmestere titulussal kerültem a programba. Ez csak egy kis szelet az életnek – de az a szelet, ami a szívem egyik legkedvesebb csücske. 22 éve vezényelem ezt az amatőr vonószekart, és a zenekar-, műsorépítés, a karmesterkedés mindig izgalmas és örömteli kihívás számomra. És hogy a témánkhöz kapcsolódóan rögtön illusztráljam azt, hogy mit kezd egy hívő ember egy alapvetően világi kamarazenekarral – íme következő koncertünk plakátja (ez itt a reklám helye): Nagypéntekre virrasztó zenés elmélkedés a Pécsi Vonósokkal.

Folytatva a bemutatkozást: a Pécsi Baptista Gyülekezet tagja és presbitere vagyok, négy fiúgyermek édesapja és feleségem, Edit szerető férje – túl az első közös huszonöt éven. Munkahelyem a Pannon Filharmonikusok, ahol a nagybőgőt fűrészelem közel negyed évszázada.

A Pannon Filharmonikusok maga is egy brand, egy márka ma Magyarországon, ami az utóbbi tíz év tudatos brand-építésével

vált azzá. De nemcsak a munkahelyemen, hanem az élet minden területén brandek vesznek körül. Ott van például az autóm, az autók közt egy igazi nagy márka: másfél éve vásároltam egy Mercedest. Tudatos keresés után sikerült megtalálnom. 19 éves, vezérműláncos, elnyúlhatetlen csoda. Éppen ezért vettem meg. Az volt az álmom, hogy legyen még egyszer az életemben egy igazi autóm. Amit én irányítok és nem az elektronika. Eddig nem csalódtam, és remélem, hogy sokáig kitart mellettem.

Van egy kutyám is: Bruce. A srácok neveztek el így még mielőtt kiválasztottuk az alomból. Azután sem találtak jobb nevet, miután kiderült, hogy szuka. A kutyafuttatóban többen is kérdezték már, hogy Bruce Willis, vagy Bruce Lee a névadó? Mivel a kutyus fekete, és a legkisebb fiam kedvenc filmje a Batman, ezért hát Batman megszemélyesítője, azaz Bruce Wayne az igazi névadó. Nekem viszont jobban tetszik a „Drágán add az életed” – Bruce Willisszel, aki

a filmművészet terén egy igazi márka. Azok közé a filmsztárok közé tartozik, akiknek neve a plakátokon vonzza az embereket a moziba – vagy a tévé elé. (Persze nevének láttán az is sejthető, hogy nem egy Shakespeare-dráma filmes változata lesz műsoron.) Ő még az igazi sztárok közé tartozik. Manapság viszont lassan már mindenkit sztárnak neveznek. Én, aki nem sokat ülök a tévé előtt, csak kapkodom a fejem, amikor az újságokban főcímek hozzák, hogy ez és ez történt X.Y.-nal, a TV2 sztárjával, a Való Világ sztárjával pedig az meg az esett – és én még sosem hallottam a nevüket. Bizonyára bennem van a hiba.

És bocsánatot kérek, hogy ennyire leragadtam a sztárok világánál, de érdekes, hogy kutyám névadásánál Bruce Willisre még 85 éves édesapám is rákérdezett, pedig ő legutoljára moziban a Ben Hur vetítésén járt. Hogyan tehet szert valaki ekkora ismertségre?

Nagypéntekre virrasztó

Zenés elmélkedés a Pécsi Vonósokkal

2015. április 2. 23:00 óra, Pécsi Baptista templom (Bokor u. 52.)

MŰSOR:
ALBINONI: Adagio
Igei gondolatokat mond:
Mátyás Tivadar baptista lelkipásztor
SAINT-SAËNS: Vízözön – eljáraték
BRAHMS: 13. zsoltár op.27
VIVALDI: a-moll kétégegedis koncerto RV 522
GRIGER: Holberg szvit IV. rész – Air

KÖZREMŰKÖDŐK:
S. Kis Györgyi | hegedű
Kálman Eszter | hegedű
Kálman Kinga | hegedű
Canticum Pécsi Néi Kamarakórus

VEZÉNYEL:
Győri Kornél

A KONCERTRE A BELÉPÉS INGYENES

Hogyan lesz – hogyan lehet – valakiből márka, brand?

Vizsgáljunk meg most kisebb sztárokat: Milyen érzéseket vált ki valakiből, ha meghallja Győri Kornél nevét? Persze jelen pillanatban nem világméretekre gondolok, hanem csak szűkebb környezetemre, mondjuk Pécsre.

Egyébként nem szerencsés a családnevem. Volt, hogy alakítottam egy kamarazenekart, és mikor nevet kellett választanunk, többen azt javasolták, hogy a művészeti vezetőről nevezünk el, mint például a Tátrai vonósnegyest. Egy szegedi ember viszont nem értene, hogy miért Pécsen működik a „Győri kamarazenekar”. Amúgy Győr szép város, ezért a csengése jó a nevemnek. Volt egy osztálytársam, a Domján Pityu, aki ha vicces kedvében volt, akkor „Győri Keksz- és Ostyagár”-nak szólított. (Én nem találtam annyira humorosnak ezt a becézést.) Később egyszerűen Győri Keksz lettem. Felnőttként aztán egy üzletkötő rokonom megajándékozott a győri gyár emblémáját hordozó nyakkendőjével... Persze nem az én dicsőségem, hogy a régi pilótakekszen is visszaköszön a monogramom.



Az sem, hogy családnevemet már nagyapám márkává tette falujában. A Tolna megyei kis településen, Borjádön (ahol Petőfi is járt, méghozzá négyökrös szekéren!), a „Győriesen megrakott szekér” fogalommal vált. Győri István fuvaros volt, emellett nagyon precíz ember. Nem csak összevissza dobálta a szekérra a szénát, hanem úgy, hogy sok férjen rá. Lovai erősek, egészségesek voltak. Néha megvett gyenge, vagy beteges lovakat olcsón, aztán hozzáértéssel gondozva felelősítette őket, hogy el tudják húzni a „Győriesen megrakott szekereket”!

Nagyapám nem tudta, mit jelent a „személyes brand” – személye mégis az volt környezetében. És tisztelet övezte a faluban Győri Istvánt. Akkor is, amikor munkáját végezte – és akkor is, amikor a helyi kis baptista imaházban vasárnaponként az igét hirdette. Nagyon egyszerűen építette fel személyes brandjét. Honnan tanulta?

Nincs új a nap alatt. A hívő ember számára ebben is legjobb kézikönyv a Biblia. Jó lenne, ha mások számára is az lenne. Saj-

nos az élet nem ezt mutatja. Manapság, az előbb említett olcsó „sztárok” világában sokan akarnak híressé válni – lehetőleg minél gyorsabban. Sokat adnának ezért, és sokat is adnak. Sokan eladják még a becsületüket és a magánéletüket is ezért.

A brand egyrészt az ismertség, másrészt a minőség védjegye. Ezt a megállapítást nem magamtól találtam ki. Igyekeztem a témában megszerezni az „alpműveltséget”. Amikor a superbrandekről (mert már ilyenek is vannak) olvastam az interneten, azt láttam, hogy a top márkákat vizsgáló piackutatás két területre terjedt ki: az ismertség és a kedveltség területe. Mindkettő fontos a személyes brand kiépítésében. Nézzük az elsőt! Az ismertség aprópénzre váltható, sőt nem is olyan apróra... *Kolos* fiam egyszer a mohácsi busójárásról hazaállított egy kerámia laposüveggel. Maga a keramikusalkotás nem egy nagy szám, de különlegessége, hogy készítője *Ambrus Attila*. Örömteli, hogy a whiskys rabló jó útra tért, de bizonyára ismertségének, hírhedségének is köszönhet sok vásárlót (köztük a fiamat is). Az sem véletlen, hogy kerámiái között sok a rablótól...

Az ismertségre épül a modern kor egyik pénzkereseti lehetősége is az internetes blogok írása. Az igazi nagy bloggerek komoly pénzeket kaszálnak oldaluk látogatottságából – az ahhoz kapcsolódó reklámok révén. Bár ezek sokszor kétes értékű, sőt olykor szennyes oldalak, önmagában az ismertség abszolút értéke nem negatív dolog. Attól függ, mire használjuk fel. Kézikönyvünk, a Biblia azt írja: *„Senki pedig, ha gyertyát gyújt, be nem fedi azt valami edénnyel, sem az ágy alá nem rejt; hanem a gyertyatartóba teszi, hogy a kik bemennek, lássák a világot.”* (Lk 8,16)

A hívő ember Krisztusban kincsré talál megtérésekor. Ettől kezdve feladata nem az, hogy elrejtve őrizze ezt a kincset, hanem ossza meg másokkal, embertársaival! A társadalomban való széles körű ismertség ennek kiváló eszköze, ha jól használjuk. 22 éve vezetem a Pécsi Vonósokat. Ez elsősorban (és időrendben) szakmai feladat. Hosszú, kitartó munkával értem el, hogy a zenekar ismertté váljon Pécs zeneszerető közönsége számára. És nemcsak ismertté kellett válni, hanem olyan zenei szintre jutni, olyan műsorokat összerakni, hogy minden koncertünk esemény legyen a város zenei életében. Ilyen lesz a csütörtöki virrasztás is. Egyedülálló, különleges. Már várja a közönségünk, és a zenekari tagok is.

Az elmondottak már átvezettek a korábbi megállapításom második részére, tudniillik a brand az ismertség mellett a minőség védjegye. A brand magyar megfelelője, a márka szó etimológiája is azt mutatja, hogy az ismertségnél még fontosabb a minőség. A *marque* francia szó eredetileg *árura rakott jegyet, jelölést* jelentett, amit a német nyelv a *'védjegy, áru-minőség'* többletjelentéssel bővített.



Győri István

Ismérvek

Az erős védjegy elsődleges ismérvei: tisztaság, elköteleződést előhívó képesség, magas fokú oltalom, autentikusság, megkülönböztethetőség, általános elterjedtség, érthetőség (az *Interbrand* nemzetközi védjegyértékelő cég által kidolgozott kritériumrendszer szerint).

Jó lenne most egyenként megnézni ezeket az ismérveket – alkalmazva a hívó ember életére. Sajnos nem fér bele a maradék időmbe, inkább néhány pontban összefoglalnám, hogy a gyakorlatban mit látok fontosnak a személyes brand építésében.

- 1. Légy önmagad!** „Az énmárkádat magadra kell építened. Nincs még egy olyan ember a földön, mint te, úgyhogy ezt ki kell használni.” (studio-x.hu) Önbecsülés, helyes önértékelés szükséges ehhez.

Ne máshoz mérd magad! „Végezd jól a saját munkádat, és aztán lesz valamid, amire büszke lehetsz. De ne hasonlítsd magad másokhoz.” (Gal 6,4 angolból, CEV) Ne mások hibáival igazold, hogy te jobb vagy! Nem kell jobbnak lenned, elég, ha jó vagy. Ez a fokozás ellentmondása a magyarban. Zenekari próbákon ha a karmester instrukciói után ismételtén eljártsszuk az adott zenei részletet, akkor utána az jobb lesz, de nem biztos, hogy már jó. Jobban és jobban – egyre kevesebb hibával – kell játszani, míg végül a karmester megdicsér, hogy „most már jó”. A *Tűzszekerek* című filmben *Harold Abrahams* elveszít egy versenyt, mert futás közben riválisát figyel. Edzője arra tanítja, hogy csak az előtte levő pályára koncentráljon. A párizsi olimpián aztán aranyérmet nyer Harold! Pál apostol ezt így fogalmazza meg: „...de egyet teszek: ami mögöttem van, azt elfelejtve, ami pedig előttem van, annak nekifeszülve futok egyenest a cél felé, Isten mennyei elhívásának a Krisztus Jézusban adott jutalmáért.” (Fil 3,14)

- 2. Nem másokon keresztül vezet az út.** Nem másokat kell legyőzni, hanem önmagam.
- 3. A cél nem szentesíti az eszközt.** (A 'nem' nélkül a jezsuiták jelmondata volt, *Loyolai Szent Ignációtól* származik.) Harcolj tisztán!
- 4. Tökéletesség** – abban, amit végzel. Bármi legyen az. „Ne látszatra szolgáljatok, mintha embereknek akarnátok tetszeni, hanem Krisztus szolgáláiként cselekedjétek Isten akaratát: lélekből, jóakarattal szolgáljatok, mint az Úrnak, és nem mint embereknek” (Ef 6,6–7) Nincs rosszabb reklám a kereszténység számára annál, ha egy hívő nem állja meg a helyét a munkahelyén.

Martin Luther King írta: „Végezd jól a munkádat! Ha egy embernek utcaseprő a munkája, akkor úgy seperjen utakat, ahogy Michelangelo festett, ahogy Beethoven komponált, vagy ahogy Shakespeare írt verseket. Olyan jól seperje az utakat, hogy a mennynek és a földnek minden lakója megálljon egy percre, s azt mondja, im, itt élt egy nagyszerű utcaseprő, aki jól végezte a munkáját.”

„Bármilyen tennivalót is talál a kezed, csináld teljes odaadással.” (Préd 9,10 angolból, CEV)

- 5. Legyél megbízható!** „Ez is egy jó nagy szeletet tesz ki a brand nevű tortából. Miért? Például ha mekizik az ember, mindig tudja, hogy milyen hamburgert fog enni. Igaz, hogy az elkészítési ár tízszeresét fizeted meg, mégis kifi-

zeted. Mert megbízol abban, hogy mindig ugyanazokat az ízeket fogod kapni. Szükségesnek találok, hogy mindig ugyanazt tudd nyújtani. Ugyanazt – a telefonbeszélgetés stílusától kezdve a csoportmunkához való hozzáállásodig.” (studio-x.hu) Azt mondják – idősebb zenészek –, hogy egy zenész értéke csak részben a hangszeres tudás. Sokat számít a megbízhatóság. *Mátyás* fiam jelenleg a Zeneakadémián tanul nagybőgőzni. A zeneiskolában először csellózni kezdett. Nem ő volt a legjobb, mégis több kamaracsoportba beválasztották, mert megbízható volt. Ő ott volt minden próbán, ha tehette, akkor öt perccel korábban, hogy a termet is berendezze a közös muzsikáláshoz. Ezért szerettek vele dolgozni.

- 6. Hitelesség** – A társadalommal élő hívó ember olyan, mint egy kétéltű jármű: itt is, ott is tudnia kell közlekedni. Bármennyire is a „keresztény Európában” élünk, a világ az világ. Beleolvadhatunk, de nem oldódhatunk fel benne. A kétéltűség persze nem jelentheti azt, hogy két élete van, kétféle arcát mutatja a hívó ember. A világtól nem, de a világiasságtól markánsan elkülönülő életre van szükség a hitelességhez. „Nem az a brand, amit mondasz az embereknek, hanem az, hogy mit gondolnak rólad.” (studio-x.hu)

Milyen érzéseket vált ki valakiből, ha meghallja Győri Kornél nevét? – tettem fel a költői kérdést az elején. Nem tudok és nem is akarok erre válaszolni. A pécsieket kellene megkérdezni. Csak remélem, hogy egy hiteles, megbízható, tökéletességre törekvő embert látnak bennem, akinek hívó élete követendő példa. (Nagy a baj, ha nem így van.)

Hogyan lehet a hívó emberből személyes brand?

Nem lesz mindenki *Albert Schweitzer*, vagy *Böjte Csaba*, hogy ezrek, netán százazrek merítsenek erőt életpéldájukból, de mindig lesznek körülöttünk olyanok, akiknek Istent mutatgatják be szavaink, tetteink. Ehhez nem kell más, mint hogy Kristófok legyünk, azaz Krisztus hordozói.

A személyes brand felépítésében számomra a legfontosabb felismerés, hogy a társadalomban élő hívó ember számára ez nem egy választható – hanem kötelező feladat.



A Szolgotárs
a Facebookon:
facebook.com/szolgotars