

**MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE
UNIVERSITATEA „1 DECEMBRIE 1918” ALBA IULIA
FACULTATEA DE TEOLOGIE ORTODOXĂ
ȘCOALA DOCTORALĂ DE TEOLOGIE**

REZUMAT

COMUNICARE ȘI MISIUNE. LIMBAJUL BISERICII ÎN EPOCA POSTMODERNĂ

COORDONATOR ȘTIINȚIFIC:

Pr. prof. univ. dr. habil. Mihai HIMCINSCHI

DOCTORAND:

Pr. Cătălin Marius RESCEANU

ALBA IULIA

2020

Cuprins

Introducere

- I. Scurtă descriere a comunicării și misiunii Bisericii în era postmodernă, ca argument pentru alegerea temei
- II. Stadiul actual al cercetării și bibliografia aferentă temei alese pentru cercetare
- III. Ipoteza de cercetare și conținutul lucrării

Capitolul 1 Noțiuni introductive despre comunicare și limbaj

- 1.1. Modele fundamentale de comunicare
- 1.2. Mesajul – cuvântul vorbit/scris – necesitate și motivație
- 1.3. Comunicator public (ascultători). Efectele comunicării
- 1.4. Comunicare interpersonală, comunicare de masă – limbaj verbal/non-verbal
- 1.5. Comunicarea non-verbală – caracteristici
- 1.6. Comunicare și responsabilitate în familie, biserică, școală și mass-media

Capitolul 2 Comunicare și misiune în contextul lumii postmoderne; tehnologia comunicării și impactul său social, cultural și religios

- 2.1. Tehnologie, secularizare, globalizare
- 2.2. Noile tehnologii și procesul formativ eclezial
- 2.3. Dimensiunea culturală a globalizării
- 2.4. Efectele globalizării asupra comunicării și limbajului religios
- 2.5. Misiunea Bisericii și globalizarea culturală. Biserica Ortodoxă și dinamica schimbărilor globale
- 2.6. Comunicare și misiune în contextul pluralismului și al relațiilor religioase – specificul, contribuția și responsabilitatea ortodoxă

Capitolul 3 Misiune și dialog. Biserica în epoca postmodernă

- 3.1. Biserica și societatea postmodernă
- 3.2. Mărturie și misiune. Provocări misionare la început de mileniu
- 3.3. Misionarismul vieții ecleziale
- 3.4. Limbajul creștin și provocările postmoderne

Capitolul 4 Comunicare și misiune în diaspora: provocări și limitări de natură pastoral-misionare

- 4.1. Rolul limbajului liturgic și bisericesc în definirea și păstrarea identității naționale și religioase a creștinilor ortodocși din diasporă
- 4.2. Încorporarea în serviciul liturgic a limbii țării de adopție. Provocări și limitări în plan misionar-pastoral. Studiu de caz pentru parohiile ortodoxe din nordul Italiei
- 4.3. Comunicare și limbă prin mass-media românească din diasporă – aspecte misionare

Capitolul 5 Limbaj și comunicare. Actualitatea mesajului Bisericii în spațiul public

5.1. Mijloace și metode de comunicare specifice, tradiționale

5.3. Presa bisericească și mijloacele de comunicare electronice

5.4. Mijloacele audio-video

5.5. Mass-media laică și misiunea Bisericii. Interferențe și inadaptări. Modalități de promovare a mesajului Bisericii. Studiu de caz

5.6. Limbajul religios, bisericesc și teologic în mass-media publică. Realități curente de receptare. Relația cultură-misiune. Studiu de caz.

Concluzii

Bibliografie

Izvoare:

Literatură de specialitate:

Cărți și lucrări în volum:

Adrese WEB:

Curriculum Vitae

Declarație de onestitate

REZUMAT

Cuvinte cheie: comunicare, postmodernism, misiune, mărturisire, apostolat, limbaj, globalizare, secularizare, digitalizare, media, diaspora, comuniune.

Comunicare și misiune, limbajul bisericesc în epoca post-modernă nu este un subiect care a fost cercetat îndeajuns la noi în țară. În limba română nu avem o bibliografie bogată despre acest subiect. Studiarea unei teme precum comunicarea religioasă în contextul societății dominate de mass-media și de evoluția rapidă a noilor tehnologii de comunicare poate fi considerată riscantă, nepotrivită sau chiar lipsită de sens, având în vedere deosebirile constitutive și funcționale ale celor două domenii: religie și mass-media (mijloacele moderne de comunicare). Este o provocare foarte mare să propui o asemenea temă într-o epocă în care noile tehnologii au acaparat toate spațiile publice de interes larg, o epocă în care tinerii și nu numai, obțin informații cu o rapiditate uimitoare, o epocă în care informația a schimbat dimensiunea timpului și a spațiului. Biserica are misiunea sa sfântă de a mărturisi și transmite cuvântul lui Dumnezeu, cel care este dătător de lumină, pentru a călăuzi pe toți fiii săi: Biserica nu se înstrăinează de lume pentru că are de la Dumnezeu misiunea de a sluji și însufleți, chiar și atunci când lumea îi este ostilă. La rândul ei, lumea nu poate face abstracție de Biserică, pentru că în căutările sale dramatice aude în mod inevitabil glasul Creatorului și simte puterea iubirii răstignite a lui Hristos.

Este limpede că persoana, creația lui Dumnezeu, joacă un rol important într-o lume care nu este unită, unde oamenii sunt dezbinați, mânați spre individualism. Lipsa unei reale comunicări nu are o finalitate de comunicare. Epicentrul dezbinării mondiale se găsește în inima omului, în omul lăuntric; iar dezbinarea care se creează în acesta depășește orice dezbinare exterioară.

Comunicarea este o expresie a iubirii lui Dumnezeu față de/pentru oameni, un dar și un instrument de transmitere de mesaje, unic, care îl poartă pe om spre comuniune. Comunicarea este o *conditio sine qua non* pentru viața umană, un dar de la Dumnezeu, care îl ajută pe om într-un context social să acumuleze, printr-un proces complex, reguli de comunicare, schimb de informații, idei, opinii, cunoștințe. Creștinismul a dat un sens spiritual, euharistic, cuvântului *comunicare*, apropiindu-l de participarea credincioșilor la cuminerea cu Trupul și Sângele

Mântuitorului Hristos. Atât comunicarea, cât și cuminecarea sunt o punere în comun, o împreună-mergere, o împărtășire și o unire. Așadar nu vorbim doar despre un simplu schimb de informații, ci despre o unitate, o comuniune, ca scop final de a fi împreună – *de a fi una*, potrivit îndemnului Mântuitorului nostru Iisus Hristos.

Comunicarea a devenit omniprezentă, trăim într-o eră a comunicării iar înțelegerea comunicativă a devenit și mai prezentă, datorită faptului că oamenii sunt din ce în ce mai implicați în producerea și schimbul de informații, în conținuturi simbolice de orice natură.

Viața socială este îmbrăcată în comunicare, toate aspectele centrale ale vieții sociale gravitează în jurul comunicării. Societatea digitală în care trăim – o societate a diversității și a minorităților –, este într-o continuă și alertă transformare, dimensiunile spațiului și ale timpului sunt puternic afectate iar noi ne aflăm într-un prezent care-și trăiește viitorul acum. Ne aflăm într-o plină și rapidă revoluție multimedia, un proces cu foarte multe instrumente: internet, computer personale, cyberspațiu, toate caracterizate de un numitor comun, un *video-vedere*. Omul post-modern este atras de locuri necunoscute, care oferă bunăstare, un trai mai bun, dar cu reguli noi, diferite de cele cunoscute.

În această epocă postmodernă, se pierde anumite referințe esențiale ale ființei umane, culturale, religioase și etnice. Spiritul concurențial îl determină pe omul modern să renunțe la valori precum familia, școala, biserica și să intre într-un sistem bine pus la punct care reușește să-l absoarbă, impunându-i un ritm precis de muncă. Este foarte greu pentru omul post-modern, care aparține unei religii tradiționale, să îmbrățișeze noi precepte morale/religioase, străine de valorile sale religioase. Omul trebuie să fie mereu în centrul societății, el este cel care unește prin comuniune și comunicare. Atât comunicarea, cât și comuniunea sunt puternic expuse unor majore transformări datorate globalizării. Globalizarea îndepărtează particularitățile și schimbă persoanele și societățile într-o masă amorfă.

Omul, fiind înzestrat cu darul comunicării, este supus unor noi reguli propuse de tehnologie, reguli care îl izolează, îl individualizează, îl înstrăinează. Grijă pe care mijloacele de comunicare în masă trebuie să o manifeste astăzi privește tocmai acest aspect menționat mai sus, astfel ele se fac vinovate de degradarea persoanei și de viața umană, prin promovarea patimilor pline de violență și individualism. Dumnezeu l-a creat pe om cu capacitatea de a dialoga cu El și cu semenul. Orice trebuință de a vorbi unii cu alții și de a aștepta răspuns este poruncă divină pusă în noi. Cuvântul, Logosul divin, Fiul înomenit al Tatălui este definitiv

în acest dialog interpersonal plin de iubire. Cuvântul lui Dumnezeu este diferit de cuvintele oamenilor. Sfânta Scriptură ne învață despre însușirile cuvântului dumnezeiesc, care este: *adevărat* (Psalmul 33, 4), *viu și lucrător* (Evrei 4, 12), *hrănitor* (Amos 8, 11 și Matei 4, 4), *plin de putere* (Luca 1, 37), *vindecător* (Matei 8, 8), *veșnic* (Matei 24, 35) etc. Logosul nu este altceva decât numele lui Hristos Cel Care S-a întrupat atunci când s-a împlinit vremea rânduită de către Dumnezeu-Tatăl. Comunicarea este puternic legată de cuvânt, ea ne putând exista fără acea unitate lexicală distinctă, fixă – comunicarea, pentru că orice proces de comunicare are un fundament sacru, ce exprimă o intenție. Provocările tehnologice propun o nouă abordare în ceea ce privește receptarea cuvântului de către oameni. Este evident că, astăzi, noi trăim un adevărat paradox al comunicării fără comuniune, paradox pe care mediul virtual îl încurajează. Sfântul Apostol Pavel ne învață că Logosul este Cel Care însuflețește, Care dă viață, Care face prezent și lucrător cuvântului lui Dumnezeu în întreaga Sa creație. (Evrei 1, 1-2). Diferența clară dintre cuvântul sau cuvintele omului și cele ale lui Dumnezeu este că primele se sting și dispar, însă cele ale lui Dumnezeu sunt veșnice și atotputernice: *cuvintele Mele duh sunt și viață sunt* (Ioan 6,63)...*cerul și pământul vor trece, dar cuvintele Mele nu vor trece, zice Domnul* (Mt. 24,35).

Omul își exprimă, prin cuvânt, gândurile, dorințele, așteptările sale, el este mânat de dorința personală, limitat de cunoaștere, de timp și spațiu; de aceea, cuvântul său nu este deplin ca al Domnului.

Logosul este cuvânt, dar în același timp este și rațiune. Cuvântul dat trebuie crezut. Dacă Dumnezeu și-a dat Cuvântul, noi Îl credem. Însă lumea în care trăim ne dovedește de multe ori contrariul, pentru că oamenii nu se mai încred în cuvântul dat. Acesta nu mai este însoțit de faptă și de adevăr, devenind de neîncredere. Cuvântul schimbă totul în om, îl învață să iubească, să creadă, să aibă nădejde și încredere, pentru că „dacă cineva Mă iubește, zice Domnul, va păzi cuvântul Meu” (Ioan 14, 23).

Sistemul care adună, așază și ordonează toate aceste semne comunicative – cuvintele – se numește limbaj. Credem că există o armonie deplină între comunicare și limbaj, deoarece noi nu comunicăm doar cu ajutorul cuvintelor, ci și prin intermediul gesturilor, imaginilor sau al sunetelor.

Limbajul bisericesc nu poate utiliza decât cuvântul Sfintei Scripturi, care nu se reduce doar în a fi un mijloc de transmitere a informațiilor, ci reprezintă acea energie creatoare a Logosului.

Mărturisirea lui Dumnezeu prin cuvinte este una dintre componentele de căpătâi ale lucrării și misiunii Bisericii. Limbajul bisericesc devine acel instrument prin care se echilibrează tradiția cu modernitatea, sacralitatea cu accesibilitatea. Chiar dacă lexicologii confirmă existența unui așa numit conflict de întâietate datorat raportului dintre slavonisme, grecisme și neologismele romanice, nu putem să nu observăm monumentalitatea limbajului bisericesc. Dincolo de caracterul său arhaic, limbajul bisericesc este permanent supus unor dinamici de asimilare și înglobare a numeroase elemente noi, multe dintre acestea fiind, datorită provenienței lor, incompatibile stilului religios.

Lucrarea de față este structurată pe cinci capitole, precedate de cuprinsul cercetării și introducere; sunt urmate de concluziile finale și lista bibliografică.

În introducere sunt menționate cinci componente distincte, și anume: argumentarea temei, scopul lucrării, stadiul cercetării, baza documentară și metoda de lucru. Noțiunile introductive au fost folosite pentru a ne familiariza cu specificul științelor comunicării.

Primul capitol, numit *Noțiuni introductive despre comunicare și limbaj*, cuprinde câteva aspecte legate de modelele fundamentale de comunicare, aici fiind surprinse cele șase dimensiuni comunicative: mesaj, comunicator, ascultători-public, transmițător, receptor, canal de transmisie. O atenție specială am acordat-o responsabilității pe care o au Biserica, școala, familia și mass-media în raport cu comunicarea sau transmiterea de informații.

Capitolul al doilea, denumit *Comunicare și misiune în contextul lumii postmoderne; tehnologia comunicării și impactul său cultural, social și religios*, evidențiază provocările actuale ale tehnologiei și ale impactului pe care aceste le au din punct de vedere cultural, social și religios. Într-o eră globalizată, desacralizată, secularizată, noile tehnologii și procese formative comunicative au modificat în mare parte modul în care comunicarea de toate tipologiile se realiza. De asemenea, acest capitol prezintă care sunt principalele efecte pe care le-a produs globalizarea asupra culturii,

identității, tradițiilor, valorilor și principiilor de viață creștină și care este misiunea Bisericii în această dinamică a schimbărilor postmoderne.

Capitolul al treilea, intitulat *Misiune și dialog. Biserica în epoca postmodernă*, este o prezentare a contextului actual al societății postmoderne în care Biserica își împlinește misiunea ei. De asemenea, sunt analizate provocările misionare, instrumentele și limbajul pe care Biserica le folosește în această epocă a transformărilor tehnologice, o lume marcată de hiperdigitalizare. Apostolatul și mărturisirea credinței sunt două dintre argumentele care susțin misiunea Bisericii prin mijloace moderne de comunicare.

Capitolul al patrulea, *Comunicare și misiune în diaspora: provocări și limitări de natura pastoral-misionare*, ne prezintă rolul pe care-l are limbajul bisericesc în păstrarea identității naționale și religioase a creștinilor ortodocși din diaspora.

Capitolul al cincilea, *Limbaj și comunicare. Actualitatea mesajului Bisericii în spațiul public*, face o trecere în revistă a tuturor instrumentelor comunicative, pe care Biserica le are la îndemână pentru a transmite mesajul său în acest context postmodern. Presa bisericească, televiziunile religioase și toate celelalte instrumente de comunicare în masă sunt doar câteva dintre mijloacele comunicative, care contribuie la activitatea misionară a Bisericii.

Lucrarea se încheie cu concluziile finale, intenționând să sintetizăm, în câteva puncte, clare și bine sistematizate, părerile prezentate pe parcursul acesteia. Totodată, din aceste concluzii se pot surprinde legătura puternică care există între comunicare și misiunea Bisericii. Este de remarcat faptul că era postmodernă a adus cu sine noi tehnologii, aflate într-o permanentă schimbare, acestea reprezentând o reală și complexă provocare misionară, căreia Biserica Ortodoxă Română trebuie să îi răspundă pertinent și cu foarte mult tact pastoral și misionar. Concluziile finale conturează și noutatea cercetării, raportul cu literatura de specialitate deja existentă, limitele studiului dar și ideile logice care rămân deschise și pot forma un fundament pentru cercetările viitoare pe această temă.

Lumea postmodernă, aflată într-o permanentă mișcare, unde noile tehnologii sunt prezente în viața noastră de zi cu zi, ne propune o transformare continuă a persoanei umane, un om tehnologic care este împins să învețe și să citească prin intermediul acestor instrumente de comunicare.

Mass-media, astăzi, este principalul instrument care modelează și relansează tiparele și stilurile de viață ale gândirii omului modern. Le putem socoti un „*instrument care dirijează*”, oferă soluții și răspunsuri pentru nevoile de toate tipurile pe care le are astăzi omul tehnologic.

Preocuparea Bisericii în acest sens este aceea de a oferi posibilitatea de a cunoaște adevărul prin Cuvântul lui Dumnezeu care înțelepțește spre mântuire.

Schimbările rapide, la care este supusa societatea modernă, împing Biserica către o abordare firească în ceea ce privește comunicarea. Modul în care Biserica folosește mijloacele de comunicare și facilitățile mediilor digitale pentru a face educație religioasă și activități catehetice și pastorale, o mai bună comunicare a Bisericii mamă cu comunitățile din diaspora, constituie astăzi o mare provocare.

Biserica este conștientă că mijloacele de comunicare socială sunt importante împlinirii misiunii sale, în contextul postmodernității, menținând în același timp o atitudine critică cu privire la modul în care aceste mijloace sunt folosite. Este foarte important ca aceste fenomene sociale de masă și impactul pe care acestea le au asupra dezvoltării umanității, să nu iasă din cadrul evanghelic, mesajului creștin ziditor.

Biserica s-a confruntat cu multe situații provocate de schimbări și transformări culturale. A fost nevoie de multă energie, inspirație și imaginație nouă în proclamarea singurei Evanghelii a lui Iisus Hristos. Astăzi, dacă ne gândim la impactul Internetului și la noul context cultural pe care tehnologiile îl determină în ceea ce privește comunicarea, cu siguranță vorbim despre un alt prag decisiv. De asemenea, spațiul cibernetic este socotit ca o nouă frontiera care se deschide la începutul acestui mileniu, îmbunătățirea culturii Internetului este o altă provocare cu care se confruntă Biserica.

Datorită influenței mass-media, Biserica acorda o atenție specială realității parohiei, *chipului misionar-pastoral* al preotului, care se folosește de toate instrumentele comunicative.

Se pot evidenția, de asemenea, câteva elemente necesare misiunii Bisericii în era postmoderna: o mai mare conștientizare a credincioșilor că Biserica există pentru comunicare, comuniune și cuminecare; comunicarea și cultura impulsionează către un angajament educațional reînnoit, care ne permit să realizăm un discernământ concret și luminat asupra realității complexe din zilele noastre; trebuie să fim din ce în ce mai critici și mai atenți la tot ceea ce ni se oferă prin intermediul acestor instrumente comunicative; să avem o voce

profetică în toate dezbaterile publice, în vederea apărării valorilor și principiilor creștine. În același timp, există o nevoie urgentă de a întreprinde o vastă activitate educațională din care mass-media sunt o parte integrantă.

Biserica trebuie să fie în slujba Cuvântului, astfel împlinind o lucrare misionară eficientă, toate elementele constitutive ale comunicării sunt folosite de către aceasta în vederea transmiterii mesajului său. De asemenea, limbajul este strâns legat de comunicare, fără cunoașterea codurilor limbajului religios nu putem vorbi despre o comunicare clară, corectă și eficientă. Instituțiile de bază ale unei societăți, familia, școala, Biserica chiar și mass-media, au o responsabilitate foarte mare în ceea ce privește raportul cu comunicarea. A transmite informații corecte, adevărate, obiective este un lucru benefic pentru societatea întreaga, dacă nu sunt adevărate, nu sunt clare și maschează interese personale sau de grup, atunci vorbim de o comunicare greșită care produce rău.

Misiunea Bisericii reprezintă acțiunea lui Dumnezeu de a chema pe oameni la desăvârșire prin Mântuitorul Iisus Hristos. Motivul firesc al misiunii Bisericii nu poate fi decât iubirea lui Dumnezeu, care reprezintă criteriul absolut al tuturor activităților misionare.

Rolul pe care-l are limbajul religios în păstrarea identității de neam și credință a românilor ortodocși din diaspora este foarte mare. Bisericile parohiile ortodoxe din diaspora au devenit, *pământ românesc, ceva de acasă, familia românească, locul care ne adună, bucuria întâlnirii*. Activitatea misionară pe care o realizează aceste parohii este una specială, aici se îngrijesc de credința strămoșească, de limba națională, de tradiții și obiceiuri, de portul românesc, de cei care sunt în dificultate, de cei care au nevoie să fie ajutați. Limba țării de adopție substituie într-un mod firesc, natural, limba mamă. Pericolul cel mai mare îl constituie faptul că, toți copiii născuți în aceste țări de adopție, în mare parte nu cunosc limba părinților, aici Biserica intervine prin programele sale de învățare și cultivare a limbii naționale. Școala se încadrează în mod firesc în spațiul eclezial, ea nu poate sta departe de Biserica, de învățătura sa, de limbajul său.

Misiunea Bisericii nu se schimbă niciodată, ea lucrează în tot locul și în timp, folosindu-se de toate instrumentele de transmitere a mesajului său. Rolul principal al activității misionare este de a sluji și de a da viață prin Cuvânt lumii acesteia, nu se îndepărtează de această lume care este supusă permanent schimbărilor.

Biserica se folosește de toate mijloacele de comunicare în masă, este prezentă în spațiul public, caută un limbaj adecvat lumii postmoderne, pentru a se face înțeleasă.

Unul dintre subiectele supuse atenției la Adunarea Nationala Bisericeasca din data de 10 februarie 2020, a fost legat de misiunea desfasurata de BOR prin Centrul de Presa Basilica al Patriarhiei Romane, enunțată în raportul Comisiei sociale și comunicații media. Exista o evidentă preocupare legată de modul în care este adaptat mesajul Bisericii la timpurile actuale. Ispita limbajului secularizat este un pericol clar pe care-l observăm cu multă ușurință în cadrul comunicării, însă este nevoie de multă atenție și precauție în ceea ce privește adaptarea limbajului Bisericii.

Sfântul Vincențiu de Lerin, spunea că, trebuie să ai grija când înveți ceva într-o formă nouă să nu înveți un conținut nou în credință.

Este o lucrare misionară foarte mare a Bisericii, care se extinde tot mai mult și produce o comunicare mai intensă. (vezi Twitter și Instagram). Prezența Bisericii pe rețelele de socializare prin intermediul Agenției de știri Basilica este foarte apreciată, iar efectele pe care le produce din punct de vedere comunicativ sunt multiple. Mesajul ortodox trebuie să fie curat și elegant formulat și să țină cont de evoluțiile din societatea romanească și din lume. Biserica trebuie să-si adapteze constant strategiile de comunicare la reliefurile mental și cultural al creștinului de astăzi racordat la lumea din ce în ce mai tehnologizată și influențată de provocările acesteia. (din cuvântul Patriarhului Daniel cu ocazia prezentării raportului Comisiei sociale și comunicații media în plenul ANB).

Amintim și proiectul *Biserica online*, început în septembrie 2019, care și-a propus să ofere anumite recomandări privind comportamentul unei parohii pe Facebook, iar din noiembrie pe Instagram, urmatorul material propus de Basilica, va cuprinde mai multe recomandări despre Instastory și IGTV.