

Universitatea din București
Facultatea de Teologie Romano Catolică București
Master Comunicare Biblică și Eclezială

Comunicarea prin valori în societatea actuală

Coordonator Științific
As. Dr. Daniela Ionela Mare

Student: Konrad Carol Bogdan

București
2018

Cuprins

1. Introducere

2. Tipuri de comunicare

2.1 Factorii ce influențează comunicarea

2.2 Tipuri de comunicare socială

2.3 Comunicarea verbală

2.4 Comunicarea non-verbală

2.5 Comunicarea în grup

2.6. Comunicarea tactilă. Funcțiile ei

2.7. Comunicarea vizuală

2.8. Verificarea percepției

3. Cuvântul în Sfânta Scriptură

3.1 Comunicarea prin intermediul Sfintei Scripturi

3.2 Simbolistica reprezentării celor patru evangheliști

4. Non comunicarea din prezent în societate

4.1 Bariere în comunicare

4.2 Funcțiile comunicării

5. Alternativele Bisericii în comunicarea autentică

5.1 Biserica și mijloacele de comunicare

5.2 Documente magisteriale

5.3. Oportunități și provocări

5.4. Recomandări și concluzii

6. Bibliografie

Introducere

O comunicare autentică se bazează pe puterea exemplului. Oamenii ascultă multe dar rețin doar ceea ce-i impresionează. În scisoarea apostolică “Novo millennio ineunte” Papa Ioan Paul al doilea plecând de la (In 12.21) “ Am vrea să-l vedem pe Isus” solicitare adresată apostolului Filip de cativa greci, arată că putem transmite un mesaj creștin coerent dacă oameni văd la noi că aplicăm învățătura Mântuitorului. Sfânta Scriptură atât prin Vechiul Testament cât și prin Noul Testament revelează învățătura Divină, ce izvorește din iubirea pentru oameni a Creatorului, iubire ce se manifestă prin creația Sa și prin oferirea posibilității vieții veșnice omului.

Isus a venit printre oameni în dubla Sa postură de om și Dumnezeu pentru a comunica popoarelor, prin intermediul celor ce l-au cunoscut și urmat și al evangheliilor, calea prin care aceștia pot ajunge la demnitatea de a fi fii ai lui Dumnezeu.

Isus transmite în generații modul de a trăi astfel încât oamenii să aibă deschisă calea vieții veșnice.

Aparențele zic că suntem foarte sensibili. Pe tot mapamondul. Eu așa înțeleg. La televizor toată lumea e inflamată. Pe stradă și în public la fel. Suntem foarte sensibili și reactivi la știrea zilei, la schimbări de guverne și taxe, la ce zice cutare personalitate sau politician despre el sau despre noi. Ne unim, ieșim în stradă, protestăm public.

Înseamnă că suntem extrem de sensibili din moment ce reacționăm public, colectiv și emoțional. Cam isteric și necontrolat, de bună seamă, dar ce să faci, așa-i când ești pasional. Plângem la filme, la telenovele și la piese de teatru, ne emoționăm la poze cu câini, peisaje frumoase și flori – ceea ce, desigur, denotă că avem sensibilitate emoțională, nu doar senzorială. Nu-i nimic rău în asta. Doar oameni suntem.

Cu inteligența emoțională însă, mai subtilă și inaparentă, stăm prost. Dincolo de exploziile patosului nostru cotidian, public și colectiv, suntem complet opaci emoțional, neatenți și inumani față de semenii noștri în carne și oase; complet insensibili și nedumeriți față de cei reali și vii. Suntem în stare să nu observăm dacă moare un om pe stradă, să trecem indiferent și calm pe lângă el. Avem un apetit insașiabil pentru contemplat de departe tragedii, dezastre umane, deopotrivă cu faptul divers. Dar suntem perfect antrenați să nu ne pese cu adevărat și profund de nimeni,

nici de cunoscuți, nici de necunoscuți , nici de noi . Ne anesteziem simțurile și să ne reprimăm emoțiile adânci cu nespūsă dibăcie. Ni le sublimăm și risipim în cele mai false, mai străine sau mai superficiale trăiri. Din neatenție și multă risipă emoțională, trăim paralel cu realitatea, cu propria viață, rupți de ce e viu și esențial în noi. Așa trecem probabil nu doar pe lângă viața noastră, dar și pe lângă oameni rari, prețioși. Pe lângă lucrurile simple și importante, care devin prea subtile pentru cei grăbiți, rămași orbi, surzi și goi. Cred că așa trecem și pe lângă îngeri , divinitate și evoluție spirituală, bunăoară. Așa le ratăm. Din neatenție și abandon în fața prea multor realități de umplutură. Pentru că ne dedicăm și implicăm emoțional fără noimă, iar când vine timpul, rămânem muți și nesimțitori.

Există remediu ? Cu siguranță. Curând? Nu prea cred. Ce e de făcut? N-am soluții universale. Însă insist să mă retrag periodic dinaintea apelor prea tulburi, în spațiul meu mic și personal , ca să mă gândesc. La ce? Simplu: la ce să schimb și la ce să patrez. La ce să opun rezistentă și la ce să mă adaptez. Și insist să revin apoi în lume, în realitatea bezmetică și copleșitoare, chiar incomplet lămurită, dar cu simțurile recuperate, atent la ce contează și revoltat fata de tot ceea ce nu mi se pare important.

Prezenta lucrare vrea sa analizeze tipurile de comunicare, ce este de comunicat (invățătura de a trăi, relevată in Sfânta Scriptură), barierele in comunicare (prin non comunicare) si soluțiile pe care Biserica, sub oblăduirea Duhului Sfant, le propune pentru o autentica comunicare.

2. Tipuri de comunicare umana

Comunicarea umana este procesul prin care emitem opinii, valori, norme, perceptii catre un receptor.

Comunicarea este un proces prin care un individ transmite stimuli cu scopul de a schimba comportamentul altor indivizi.

Comunicarea reprezinta procesul prin care un Emitator transmite un mesaj sub forma unui Cod prin intermediul unui Canal catre un Receptor.

Comunicarea reprezinta un ansamblu de principii si norme care traverseaza planul gandirii si cel comportamental.

Prin procesul de comunicare incercam sa convingem, sa explicam, sa influentam, sa educam, sa informam sau sa indeplinim orice alt obiectiv.

Scopurile principale ale procesului de comunicare:

- Sa fim receptati
- Sa fim intelesi
- Sa fim acceptati
- Sa provocam o reactie

Cand nici unul dintre aceste obiective nu este atins inseamna ca procesul de comunicare nu s-a realizat. Acest lucru se poate intampla din cauza mai multor factori care apar in proces.

2.1 Factorii ce influenteaza comunicarea

Unul din factorii il reprezinta intelesul cuvintelor. Individualitatea noastra este principala bariera in calea unei bune comunicari. In cursul procesului de invatare a limbii materne, am atribuit acelasi inteles cuvintelor, insa singura legatura dintre un cuvânt si lucrul sau obiectul pe care il reprezinta, este asocierea pe care un grup de oameni a decis sa o faca.

Contextul sau situatia reprezinta un alt factor care influenteaza comunicarea. O persoana poate atribui intelesuri diferite acelorasi cuvinte la momente si in contexte diferite. Esential este sa adaptam sensul cuvintelor fiecărei situatii si sa stăpănim bine aceste sensuri pentru a nu crea confuzii.¹

Barierile in calea comunicării le constituie diferenta de perceptie, concluziile grabite, stereotipiile, lipsa de cunoastere, lipsa de interes, dificultatile de exprimare, emotiile si personalitatea.

Diferentele de perceptie reprezinta modul in care noi privim lumea. Acest mod este influentat de experientele noastre anterioare, astfel ca persoane de diferite varste, nationalitati, culturi, educatie, ocupatie, sex, temperamente vor avea alte perceptii si vor interpreta situatiile in mod diferit.

Concluziile grabite intervin in situatiile in care vedem ceea ce dorim sa vedem si auzim ceea ce dorim sa auzim, evitand sa recunoastem realitatea.

Stereotipiile reprezinta situatiile in care tratam diferite persoane ca si cand ar fi una singura (ex: Daca am cunoscut un miner, i-am cunoscut pe toti).

Lipsa de cunoastere – vom intampina intotdeauna dificultati in a comunica cu cineva eficient atunci cand respectivul are o educatie diferita de a noastra sau ale carui cunostinte in legatura cu un anumit subiect de discutie sunt mult mai reduse.

Lipsa de interes – una din cele mai mari bariere in calea comunicării este lipsa de interes a interlocutorului fata de mesajul emis. In astfel de situatii, se actioneaza cu abilitate pentru a directiona mesajul astfel incat sa corespunda intereselor celui ce primeste mesajul.¹

Petru Iluț, *Valori, atitudini și compostamente sociale. Teme actuale de psihosociologie*, Polirom, Iași, 2004

Dificultatile de exprimare apar atunci cand emitatorul are probleme in a gasi cuvintele potrivite pentru a-si exprima ideile. Lipsa de incredere, vocabularul sarac, emotiile pot duce la devierea sensului mesajului.

Personalitatile celor doi factori, Emitatorul si Receptorul, care intervin in procesul comunicarii joaca un rol extrem de important. Trebuie sa ne adaptam propria persoana, sa ne controlam temperamentul si limbajul in functie de personalitatea si de starea de spirit a interlocutorului, asa incat mesajul sa fie receptat in forma pe care noi am dorit sa o transmitem.²

2.2 Tipuri de comunicare sociala

In functie de numarul participantilor si tipul de relatie dintre ei, exista cinci tipuri de comunicare:

Comunicarea intrapersonala, in care Emitatorul si Receptorul sunt aceeasi persoana. Desi nu presupune existenta unor comunicatori distincti, dialogul interior pe care il purtam cu noi insine reprezinta un autentic proces de comunicare, in care isi afla locul chiar si falsificarea informatiei in vederea inducerii in eroare a interlocutorului (ne referim la situatia, destul de frecventa, a oamenilor care se mint sau amagesc ei insisi).

Comunicarea interpersonală diadica presupune strict doi participanti si prezinta calitatea de a influenta opiniile, atitudinile sau credintele oamenilor.

Comunicarea de grup este o alta ipostaza a comunicarii interpersonale ce presupune insa mai mult de doi participanti. Limita superioara variaza de la caz la caz, dar, in general, sunt considerate tipice pentru aceasta forma de comunicare grupurile „mici”, cu cel mult 10-15 participanti (ex: brainstorming).

Comunicarea publica implica prezenta unui Emitator unic si a unei multitudini de Receptori (este cazul prelegerilor, discursurilor).³

² Emmanuel Pedler, *Sociologia comunicării*, Cartea Românească, București, 2001

³ Petru Iluț, *Valori, atitudini și comportamente sociale. Teme actuale de psihosociologie*, Polirom, Iași, 2004

Comunicarea de masa presupune prezenta obligatorie a gate-keeper-ului. El se prezinta ca un producator institutionalizat de mesaje adresate unor destinatari necunoscuti. Acest tip de comunicare se caracterizeaza printr-o slaba prezenta a feedback-ului. Mesajele imbraca cele mai variate forme (carte, presa scrisa, transmisiile radio sau TV).⁴

2.3 Comunicarea verbala

Usurinta de exprimare depinde de:

- caracteristicile personalitatii emitatorului.
- calitatile vocale – enuntarea si pronuntarea
- caracteristici ale personalitatii celor ce vin in contact.

Trasaturile comunicarii verbale eficiente

Claritate. Presupune capacitatea de exprimare clara a ideilor. Exprimarea trebuie sa fie simpla, iar materialul sa fie astfel organizat incat sa poata fi usor de urmarit. Nu trebuie incercata impresionarea auditoriului folosind cuvinte lungi si complicate. Uneori trebuie folosit un vocabular specializat sau argou, dar va trebui avut grija sa fie explicati toti termenii care pot sa nu fie uzuali pentru auditoriu.

Acuratete. Trebuie sa ne asiguram ca expresiile si cuvintele folosite exprima exact ceea ce se doreste a spune. Va fi deci nevoie de un vocabular suficient de bogat pentru a putea alege cuvintele cu inteles precis in vederea atingerii scopului propus. Faptele la care se face referire trebuie sa fie corecte. Subiectul va fi explorat pana la capat si se va asigura ca informatiile citate sunt de incredere. Se va evita a declara lucruri neconforme cu realitatea si care pot fi contestate. Exprimari care incep cu „Toata lumea stie...” sau „Nici o persoana cu mintea intreaga nu ar accepta asta...” sunt intotdeauna periculoase si pot fi contestate, in special cand sunt pe punctul de a genera o reactie ostila.

Empatie. Se va incerca intotdeauna a fi curtenitori si prieteni. Oricat de suparati am fi, se va incerca stapanirea emotiilor si a ramane cel putin calmi. Cel mai

⁴ Isabelle Paillart (coord.), *Spațiul public și comunicarea*, Polirom, Iași, 2002

bun mod de a ramane prietenos si amabil este de a te pune in locul celeilalte persoane. Se va incerca sa simtim ceea ce simte cealalta persoana. Punandu-ne in locul ei, vom stabili o empatie cu aceasta. Totusi, nu trebuie sa fim mereu de acord cu ea sau cu ideile sale, dar va ajuta sa fim intelegatori si rabdatori. Expresia fetei si tonul vocii sunt evident importante, in special in discutiile de grup sau interviuri.

Sinceritate. Aceasta inseamna in realitate a fi naturali. Este intotdeauna un pericol ca atunci cand se discuta cu persoane necunoscute sau cu un statut social mai inalt, sa devenim rigizi si stangaci sau sa incercam sa simulam. Asta provine din lipsa de incredere in sine. Desigur, nu vom vorbi cu un superior in functie exact in acelasi mod in care am vorbi cu un prieten sau un coleg. Ne vom stradui pe cat posibil sa fim noi insine.

Relaxarea. Cea mai buna metoda de a ne elibera de dificultatile de vorbire este relaxarea. Atunci cand suntem stresati si avem muschii incordati, nu mai putem fi naturali. Miscarile bruste sunt, de asemenea, rezultatul tensiunii acumulate. Este indicat sa respiram profund. Daca ramanem nemiscati si incordati, atunci ne putem bloca respiratia involuntar. Daca respiram natural, sau mai profund decat de obicei, atunci muschii vor fi mult mai relaxati iar efectul va fi in favoarea noastra.

Contactul vizual. Limbajul trupului are o foarte mare importanta in comunicare. Directia privirii si mobilitatea ei sunt factori importanti in sincronizarea unui dialog. Un vorbitor care nu se uita niciodata spre cel care il asculta ar putea transmite mesaje de tipul: „Nu ma intrezezi”, „Nu-mi placi”, „Nu sunt prea sigur “, „Nu sunt sigur pe ce spun” sau chiar „Sa nu crezi ce-ti spun”. Atunci cand vorbim, stabilim un contact vizual cu cel care ne asculta. Nu ne vom indrepta privirea spre birou, spre genunchi sau spre fereastra. Daca vorbim unui grup mare, il cuprindem cu privirea astfel incat fiecare individ sa se simta observat. Ei vor prefera o usoara pauza a vorbitorului, care demonstreaza interesul lui in modul de a-i privi, asigurand o fluenta a discursului, spre deosebire de cel care citeste cu capul in jos, fara a da importanta auditoriului.⁵

Infatisarea. Felul in care esti privit arata cat de bine te inteleg ceilalti. Infatisarea ta reflecta modul in care te privesti pe tine insuti – propria imagine. Cel care te asculta nu te poate ajuta prea mult, inasa poate inregistra aparenta, infatisarea ta si atunci el va primi, prin metacomunicare, o imagine a modului in care te porti, cum te ingrijesti, chiar si ce vestimentatie preferi. In cele mai multe situatii de dialog oamenii privesc

⁵ Emmanuel Pedler, *Sociologia comunicării*, Cartea Românească, București, 2001

vorbitorul și îl judecă chiar înainte de a vorbi. O haină atractivă, o ținută vestimentară îngrijită este deosebit de importantă în situațiile formale: întâlniri publice, interviurile pentru angajare, conferințe etc.

Postura. Poziția corpului este de asemenea importantă pentru procesul de comunicare. O persoană care se sprijină de perete sau stă aplecată înainte pe scaun în timp ce transmite un mesaj verbal unei alte persoane, surprinde neplăcut, demonstrând o atitudine de oboseală, plictiseală sau neglijență. Intotdeauna, în acest caz, ascultătorii vor fi impresionați neplăcut. Un element important al comunicării constă în examinarea posturii proprii –cum stai în picioare când vorbești – poziție care va pune în evidență și calitatea discursului propriu. Dar, mai ales, va influența vocea. Pentru a ne ameliora și perfecționa postura când vorbim, trebuie să avem în vedere patru caracteristici foarte importante: vioiciunea, plăcerea, distinctia și expresivitatea. Ele vor influența și calitățile vocale.

Stiluri de transmitere a informațiilor

Stilul rece caracterizează formele de comunicare necooperativă, în care Emitatorul nu își cunoaște Receptorul, iar acesta din urmă nu e în măsură să influențeze în vreun fel discursul celui din față. În cazul unor emisiuni de radio sau TV, cu texte atent elaborate tocmai pentru că se știe că inexistența feedback-ului face imposibilă ajustarea lor pe parcurs.

Stilul formal corespunde adresării către un auditoriu numeros, ale cărui reacții sunt perceptibile pentru vorbitor. Discursul prezintă un nivel înalt de coerență. Se evită sistematic repetițiile, recurgerea la expresii argotice sau prea familiare, elipsele și lăsarea în suspensie a unor propoziții începute. Atunci când destinatarul este un singur individ, folosirea stilului formal corespunde intenției de a marca o distanță în raport cu persoana acestuia.

Stilul consultativ e cel al discuțiilor cu caracter profesional, de afaceri, al negocierilor și tratativelor. Participarea interlocutorului la dialog este aici activă.

Stilul ocazional e specific conversațiilor libere între prieteni. Dispare aici baza informațională minimală pe care ar urma să se construiască dialogul. Participanții trec fără restricții de la un subiect la altul într-o manieră decontractată, dar și mai neglijentă. Își fac apariția expresiile eliptice, elementele de argou etc.

Stilul intim se caracterizeaza prin recurgerea la un cod personal, care nu mai are drept obiectiv comunicarea unor date exterioare, ci ofera informatii despre starile si trairile intime ale subiectului.

2.4 Comunicarea non-verbala

Pentru a comunica oamenii nu folosesc numai cuvintele. De cate ori comunicam, trimitem in exterior mesaje si prin intermediul altor mijloace. Chiar atunci cand scriem sau vorbim, noi totusi comunicam ceva, uneori neintentionat.

Comunicarea sonora

Circa 38% dintre mesajele transmise intr-o interactiune personala sunt de ordin vocal, fara a fi cuvinte. Ele apartin parametrilor „muzicali” ai limbajului (timbrul, intonatia, ritmul, pauzele, tonul, inaltimea, intensitatea vocii), fie repertoriului, destul de bogat, de sunete nearticulate pe care omul este capabil sa le emita. Acestea din urma indeplinesc functii diferite, de la cea expresiva a oftatului, trecand prin rolul fatic al cate unui „ihi” strecurat in conversatie pentru a-l convinge pe interlocutor ca este urmarit cu atentie, si pana la metalingvistica tuse semnificativa, ce semnaleaza necesitatea citirii mesajului intr-o cheie deosebita fata de modul de decodificare practicat pana atunci.

Comunicarea gestuala. Kinezica

Kinezica se defineste ca fiind modalitatea de comunicare prin intermediul gesturilor si al mimicii. Interpretarea diferita data aceluiasi gest in zone geografice diferite si posibilitatea exprimarii aceleiasi idei prin gesturi neasemanatoare pledeaza pentru prezenta arbitrariului si in acest domeniu. Astfel, desenarea unui cerculet cu degetele mare si aratator unite la varf inseamna „O.K.” in America, „zero” in Franta, „bani” in Japonia si este o amenintare cu moartea in Tunisia. In locul semnului de O.K., rusul ridica degetul mare in pozitie verticala, francezul isi duce la buze aratatorul si degetul mare unite la varf, brazilianul isi strange intre degete lobul urechii iar sicilianul se ciupestea usor de obraz.⁶ Pe de alta parte insa, existenta unor gesturi universale nu poate fi negata. Pe toate meridianele, nedumerirea se exprima prin ridicarea din umeri, tristetea sau veselia sunt semnalate prin modificari fizionomice asemanatoare.

⁶ Emmanuel Pedler, *Sociologia comunicării*, Cartea Românească, București, 2001

Comunicarea scrisa

Trasaturile specifice ale comunicarii scrise in raport cu cea orala au facut obiectul unui mare numar de cercetari. Textele scrise se disting de discursul oral prin urmatoarele particularitati:

- tendinta de a utiliza cuvinte mai lungi;
- preferinta pentru nominalizare acolo unde vorbitorii recurg, de obicei, la verbe cu acelasi inteles;
- folosirea unui vocabular mai variat;
- recurgerea mai frecventa la epitete;
- ocurenta mai scazuta a pronomelor personale;
- preferinta pentru propozitiile enuntiative in defavoarea celor exclamative;
- grija de a formula idei complete;
- eliminarea repetitiilor.

Atunci cind scriem e recomandabil ca elementele esentiale ale mesajului sa fie plasate in prima parte a frazei, unde prezinta sansele maxime de a se fixa in memoria cititorului.

2.5 Comunicarea in grup

2.5.1. Avantajele comunicarii in grup

Exista mai multa informatie disponibila

Exista posibilitatea de a creste artificial cantitatea de informatie produsa intr-un grup, in mod special informatie noua, imaginativa si creativa prin metodele tehnicii cunoscuta sub numele de brainstorming.

Regulile brainstorming-ului:

- subiectul sau problema trebuie sa fie clar si simplu delimitata;
- criticile adverse nu sunt permise si trebuie evitata autocritica mentala;
- toate ideile sunt inregistrate;
- asocierea libera a ideilor este incurajata;

- numărul ideilor trebuie să fie mare.

Sugestii mai multe și mai bune

Grupurile, caracterizate printr-un climat bun de comunicare, vor oferi soluții în număr mai mare și de înaltă calitate decât cele obținute ca rezultat al unei munci individuale.

Decizii mai riscante

O altă diferență interesantă între gândirea și comunicarea de grup și cea individuală este aceea că oamenii par să fie mai dornici să accepte o decizie mai riscantă luată în grup decât ar face-o singuri.

2.5.2. Dezavantajele comunicării în grup

Timpul

Raportată la timp, munca individuală este mult superioară pentru că nu există probleme de coordonare a eforturilor cu ale altora. Individul nu trebuie să asculte informații pe care deja le știe, nu trebuie să testeze climatul grupului înainte de a-și aduce contribuția și nu există riscul de a-și vedea multiplicat efortul personal.

Presiunea grupului

Tendința de a lua decizii mai riscante în grup poate fi un fenomen de nedorit. Relația psihologică de grup poate conduce la adoptarea de decizii mediocre.

A vorbi mai degrabă decât a acționa

În multe situații grupurile acționează mai puțin. Astfel, unele grupuri tind să discute aproape orice problemă dar nu rezolvă nici una.

2.6. Comunicarea tactilă. Funcțiile ei.

1. Atingeri care transmit emoții pozitive, exprimă sentimente calde, afectuoase (ex: adultul care mângâie un copil, seful care te bate pe umăr spre a te încuraja într-un moment dificil, omul care îți strânge mâna cu căldură dând astfel glas grațitudinii sale față de un gest făcut în favoarea lui).⁸

⁸ Denis McQuail, Sven Windahl, *Metode ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Comunicare.ro, București, 2001

2. Atingeri in joaca. Inzestrate cu un pronuntat potential metacomunicativ, acestea usureaza interactiunea, fara ca, totodata, sa angajeze raspunderea celui ce atinge pentru actul atingerii.

Dezmierdarea sau palmuirea in gluma poseda cu totul alte conotatii decat aceleasi gesturi facute cu toata seriozitatea, ceea ce nu inseamna ca ar fi lipsite de valoare comunicativa, ci doar ca transmit altceva, de multe ori un sentiment de apropiere, de solidaritate camaradereasca pe care gesturile serioase sunt mai putin capabile sa il comunice.

3. Atingeri „de control” care vizeaza dirijarea comportamentelor, a atitudinilor sau, chiar, a sentimentelor persoanei atinse. Un mic semnal tactil ii poate atrage atentia interlocutorului sa ne priveasca, dupa cum il poate indemna sa se dea la o parte, sa se grabeasca sau, dimpotriva, sa stea locului.

In majoritatea cazurilor, atingerile de control implica o relatie de dominare si, ca atare, ea nu poate fi efectuata decat unidirectional. Persoana cu statut social mai inalt sau cea care joaca rolul superiorului in situatia de comunicare data este universal recunoscuta, in toate culturile, drept mai indreptatita decat cealalta sa isi atinga interlocutorul.

4. Atingerea „rituala”. Cea mai cunoscuta si mai frecvent utilizata este strangerea mainii in semn de salut la intalnire si la despartire. In functie de pozitia mainii, de felul ⁹in care aceasta este intinsa, acest gest are mai multe implicatii decat pare si imbraca nenumarate forme.

5. Atingerea in alt scop decat comunicarea propriu-zisa. Ea poate imbraca o multitudine de forme, de la sustinerea unei persoane care urca sau coboara dintr-un vehicul, la atingerea fruntii pentru a evalua temperatura unui bolnav. Chiar daca obiectivul urmarit este altul, in majoritatea acestor cazuri se transmit si informatii afective, deoarece gesturile ce presupun contactul fizic implica mai intotdeauna si prezenta unui sentiment, fie el pozitiv sau negativ.¹⁰

2.7. Comunicarea vizuala

Funcțiile mai importante ale comunicării vizuale din punct de vedere gestual:

¹⁰ Denis McQuail, Sven Windahl, *Metode ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Comunicare.ro, București, 2001

Cererea de informatie. Privirea joaca un rol determinant in realizarea feed-back-ului, ea constituind principalul mijloc de reglare a interactiunii.

Informarea altor persoane ca pot vorbi. Intr-o comunicare de grup, selectarea vorbitorului urmator poate fi facuta pe cai lingvistice sau prin orientarea deictica a privirii.

Indicarea naturii relatiei. Sentimentele pozitive sau negative pot fi transmise prin intermediul privirii. Orientarea si durata privirii pot semnala si existenta unui raport social de un tip anume (ex: Emitatorul isi priveste partenerul de dialog mai mult decat o face receptorul insa lucrurile se pot inversa in cazul sefilor care cauta sa isi domine subalternii privindu-i insistent in timp ce le vorbesc sau, dimpotriva, evita sa-i urmareasca cu privirea cand acestia iau cuvantul pentru a sublinia ca nu acorda cine stie ce importanta opiniilor lor).

Compensarea distantei fizice. Interceptarea privirii cuiva aflat la distanta, intr-un loc aglomerat, ne face sa ne simtim mai apropiati de el, chiar daca, practic, ramanem departe unul de altul. De natura relatiei depinde si amplasamentul punctului catre care ne atintim privirea. Intr-o convorbire oficiala, se vizeaza, in cea mai mare parte a timpului, un loc situat in mijlocul fruntii interlocutorului. O conversatie amicala coboara „punctul ochit” undeva intre ochi si gura, pentru ca un grad mai mare de intimitate sa il aduca mai jos, intr-o regiune situata intre barbii si zona coapselor.

2.8. Verificarea perceptiei

In orice proces de comunicare, verificarea perceptiei duce la eliminarea uneia din cele mai des intalnite bariere in comunicare. Verificarea perceptie este operatiunea prin care cineva descrie ceea ce percepe a fi de fapt parerea celuilalt pentru a verifica daca intr-adevar intelege ceea ce simte cealalta persoana.¹¹

Verificarea perceptiei

- se face printr-o intrebare

¹¹ Valentina Marinescu (coord.), *Efectele comunicării. O perspectivă culturologică*, Tritonic, București

- tonul întrebării trebuie să exprime interesul de a afla răspunsul decât concluzia vorbitorului - comunicarea percepției se referă numai la comportamentul care tocmai a fost observat, nu la informații obținute din trecut
- persoana cu care se verifică percepția trebuie să o trăiască în mod obiectiv

Verificarea unei percepții se face prin descrierea comportamentului ce a generat respectiva percepție.

Cu alte cuvinte, vom transmite celuilalt ce făcea în momentul în care l-am observat. Apoi se va exprima banuiala care include și o descriere a sentimentelor cauzate de comportamentul observat. Ex: „Maria, de când am intrat în discuții, îmi eviți tot timpul privirea. Pari supărată! Te deranjează subiectul?”

Feedback

Înseamnă a descrie altei persoane comportamentul acesteia și ceea ce am simțit ca reacție la acest comportament. Feedback-ul este un mod de a ajuta pe cineva să se gândească să-și schimbe comportamentul, înseamnă a furniza cuiva aspecte referitoare la comportamentul său și efectul acestuia asupra noastră. Feedback-ul ajută individul să afle dacă comportamentul lui a avut efectul scontat. Emiterea și recepționarea feedback-ului sunt abilități ce pot fi dobândite.

Când feedback-ul nu este adresat la timpul potrivit, rezultatele vor fi în cele mai bune cazuri nefolositoare, dacă nu chiar distructive.

Un feedback are nevoie de următoarele:

- încredere reciprocă
- receptarea feedback-ului ca pe o experiență comună
- ascultarea atentă, mai ales din partea emitatorului
- comportamentul emitatorului trebuie să fie de natură să-l ajute pe receptor să vorbească.

Feedback-ul ține seama atât de nevoile receptorului cât și de cele ale emitatorului.

¹²Un feedback

pozitiv în general este bine primit de receptor când este un feedback adevărat.

¹² Valentina Marinescu (coord.), *Efectele comunicării. O perspectivă culturologică*, Tritonic, București

3. Cuvantul in Sfanta Scriptura

3.1 Comunicarea prin intermediul Sf Scripturi

Biblia (din limba greacă βιβλίον, plural βιβλία - *cărți*) se referă la Scripturile sacre din iudaism și creștinism. Aceste scrieri sunt compilații ale unor documente separate (numite „cărți”) scrise într-un interval de timp de circa 1000 de ani. Se presupune că ceea ce creștinii numesc Vechiul Testament, ar fi rezultatul activității a circa 100-150 scriitori diferiți, provenind din cărturarii aflați în serviciul conducătorilor politici și clericali din regatele Israelului și Iudeei antice. Cărțile acestea au fost adunate în secolele I-II d.Hr. pentru a forma prima Biblie ebraică.

Tanach sau Hamikráiar mai târziu, cu adăugirea Evangheliilor și a unor cărți suplimentare reprezintă Biblia creștină, sau Sfânta Scriptură, care conține atât Vechiul Testament(cunoscut, în general sub denumirea de „text ebraic”), cât și Noul Testament(cunoscut în general, sub denumirea de „text grec”, datorită limbii în care a căpătat caracter public și notorietate). Biblia este cea mai răspândită carte din lume, fiind tradusa in 1800 de limbi

Sfanta Scriptura este " cartea cartilor ", care cuprinde Descoperirea

Dumnezeiasca, fiind insuflata de Duhul Sfânt. Nu oricine poate explica Sfanta Scriptura, ci numai cei anume pregatiti si randuiti de Biserica. Numai Biserica are dreptul si puterea sa explice Sfanta scriptura, pentru ca ea a pastrat-o si a aparat-o de invataturile gresite in decursul veacurilor. Daca fiecare explica Sfanta Scriptura in felul sau, vom ajunge la diferite si diferite pareri, conform celor spuse de Sfantul Pavel: " Tine dreptarul cuvintelor sanatoase, pe care le-ai auzit de la mine, cu credinta si cu iubirea ce este in Cristos Iisus "(II Timotei 1, 13).

Intre cartile de valoare universala, nemuritoare, carti ce constituie mijloace majore de inaltare spirituala, Sfinta Scriptura, se situeaza pe primul loc.

Ea exista de peste trei mii de ani, dar patina vremii nu i-a diminuat valoarea, utilitatea sau activitatea. Reinnoindu-si periodic vesmintul omenesc-limba-prin noi versiuni, ea isi vadeste de fiecare data fondul sublim, valorile sale imense culturale, pentru umanitate si cele mintuitoare pentru lumea crestina; caci ea contine deopotriwa profunde valente spirituale omenesti, ca si un fond revelational absolut necesar mantuirii.

De aceea, chiar printre cei care refuza sa accepte vreo dogma si nu cred in originea divina a Sfintei Scripturi sint multi care o citesc si studiaza din cauza problemelor ce se gasesc in ea referitor la fiinta umana si destinul sau, la rolul sau jucat in evolutia umanitatii si mai ales, a popoarelor si civilizatiei din Orientul Apropiat ca si pentru continutul sau artistico-literar. Pentru crestini ea este cartea fundamentala orientativa in materie de credinta, cartea de capatai, de instruire, inaltare si mingiere sufleteasca. Sfinta Scriptura sau Biblia, este cartea cea mai reprezentativa a omenirii. Ca valoare spirituala ea reprezinta experienta religioasa a unui popor, a unor personalitati exceptionale, - viata sociala, morala, legislativa si istorica: revelind si viata comunitatilor primitive crestine a unui popor precum si experienta religioasa a apostolilor, si invatatura Domnului Cristos. Este o carte veche.

Totusi, cu toata vechimea ei, Sfinta Scriptura este superioara tuturor operelor similare atat religioase cit si profane.¹³ S-a obisnuit si se obisnuieste, indeosebi astazi, cind se redescopera marile valori ale civilizatiilor apuse, a se face comparatie si a se pune pe acelasi plan Sfinta Scriptura cu marile carti ale religiilor ce au existat odinioara sau care inca mai exista si astazi. Mai intii, in religiile greaca, romana, egipteana, asiobabiloniana n-au existat carti sfinte in adevaratul inteles al cuvintului, ci numai carti de ritual cu un cuprins inferior Sfintei Scripturi. Marile carti religioase ale Brahmanismului, Rigveda, a Budismului, Tipitaka, a chinezilor, Ching sau Zend-Avesta, cartea sfinta a Zoroastrismului, cartile sfinte ale vechilor irani, ca si Bhagavadgita indiana, toate sint un conglomerat de scrieri cuprinzind reguli monastice, geografie mitica, vrajitorie, sau Coranul, cartea religioasa a mahomedanismului, mult mai tirzie decit celelalte (veacul al VII-lea dupa Cristos)

Biblia, Traducere, introduceri și note: pr. Alois Bulai, pr. Eduard Patrașcu, Sapiientia, Iași, 2013

este în fond o imitație a Sfintei Scripturi. Toate celelalte cărți oricât ar fi de geniale se învechesc, se demodează, își pierd valoarea, pe când Sfânta Scriptură rămâne veșnic actuală.

Conținutul ei, deși profund și plin de sens este acceptabil și accesibil întregii suflări omenesci. Nu există om, oricât de simplu sau de învățat ar fi, care să nu găsească ceva instructiv, sau să nu guste cu plăcere paginile Bibliiei.¹⁴ Ea este cartea care a fost tradusă în cele mai multe limbi sau dialecte, numărul acestora fiind de aproximativ o mie. Nici o altă operă profană sau religioasă nu cunoaște asemenea răspândire. Dante sau Shakespeare, Goethe sau Tolstoi nu pot fi traduși în prea multe limbi - poate în câteva zeci sau chiar o sută de limbi - căci nu pot fi înțeleși de multe popoare din cauza specificului lor propriu. Biblia, însă, este potrivită tuturor popoarelor de pe orice treaptă de cultură. Oriunde patrunde ea devine cartea cea mai populară și cea mai răspândită. Deci Sfânta Scriptură este în primul rând cartea de capătă a creștinismului. Aici el trebuie să caute conținutul necesar pentru mântuirea sa. Prin lectură ei se înalță cu sufletul către Dumnezeu, prin ea se purifică, își găsește echilibrul întregii sale vieți, capătă mântuirea sufletească. Este o adevărată hrană sufletească pentru cel ce o caută și citește cu credință. Sfinții Părinți care au viețuit în veacurile imediat următoare Domnului Cristos și au trăit adevărurile biblice, s-au identificat cu cele spuse în Cartea Sfântă, dau mărturie despre valoarea și folosul adevărurilor scripturistice. Ei arată sublimitatea acestor învățături mântuitoare și-i îndeamnă pe creștini să le citească și să le pună în practică. Deci Sfânta Scriptură este cartea religioasă a creștinilor pentru viața spirituală și morală, pentru mântuire. Ea este o neîntrecută carte de pietate, de îndrumare sufletească, de indemn spre iubire de oameni și de Dumnezeu. În ea ni se oferă o înaltă concepție despre lume și viață. Ea răspunde la cele mai presante probleme și aspirații omenesci și mângâie toate ranele noastre sufletești. Sfânta Scriptură, spune un vechi profesor de teologie roman, "se apleacă și se aplică la nevoile și ranele sufletului nostru, corespunde cerințelor lui morale, îl cunoaște, îl înțelege, îl face să crească, îl satisface, ca nici o altă carte. Sufletul nostru găsește în ea cunoștința despre sine, capătă prin ea cunoștința de sine.

Sfânta Scriptură cuprinde două părți: Vechiul Testament (Legea Veche) și

¹⁴ Catehismul Bisericii Catolice, Arhiepiscopia Romano-Catolică de București, 1993

Noul Testament (Legea Noua). Vechiul Testament cuprinde invataturile care au fost descoperite de Dumnezeu oamenilor prin Moise si prin prooroci, barbati alesi si calauziti de Duhul Sfânt care au trait înainte de venirea in lume a Domnului Iisus Cristos, a Carui venire ei au vazut-o in duh si au vestit-o. "Dumnezeu odinioara, in multe randuri si in multe chipuri, a vorbit parintilor nostri prin prooroci" (Ev. 1,1).

Vechiul Testament cuprinde lucrarea lui Dumnezeu in creerea si purtarea de grija a lumii in general si in mod special cuprinde istoria poporului Israel ca popor ales intre celelalte popoare, chemat sa pastreze invatatura despre Adevaratul Unul Dumnezeu. Cartile cuprinse in Vechiul Testament sînt in numar de 39 si au caracter unele istoric, altele didactic si altele profetic. Cele care au caracter sau cuprins istoric sînt: Facerea, Iesirea, Leviticul, Numerii, Deuteronomul, Iosua, Judecatorii, Cartea Rut, I Regi, II Regi, III Regi, IV Regi, I Cronici, II Cronici, Ezdra, Neemia (Ezdra II), Estera. Cele care au caracter sau continut didactic (invatatoresc) sînt: Psalmii, Cartea lui Iov, Proverbele lui Solomon, Ecclziastul, Cantarea Cantarilor, iar cele care au continut profetic sînt: Isaia, Ieremia, Iezechiel, Daniel (Profetii mari), Plangerile lui Ieremia, (Profetii mici 12): Osea, Amos, Miheia, Ioil, Avdie, Iona, Naum, Avacum, Sofonie, Agheu, Zaharia si Maleahi.

Pe langa cele 39 de carti enumerate, primite de Biserica a fi insuflate de Dumnezeu, pentru care se numesc canonice (cuvant primit din limba ebraica prin mijlocirea limbii grecesti care insemneaza "dreptar" sau "regula"), Vechiul Testament mai cuprinde un numar de carti, pe care Biserica le-a socotit folositoare si ziditoare de suflet si le recomanda sa fie citite, carti care se numesc deuterocanonice si acestea sînt: 1. Cartea lui Tobit; 2. Cartea Iuditei; 3. Cartea Intelepciunii lui Solomon; 4. Cartea Intelepciunii lui Iisus, fiul lui Sirah, numita si Ecclziasticul; 5. Cartea a treia a lui Ezdra (cartea a doua a lui Neemia cuprinsa in cartile canonice); 6. Cartea intai a Macabeilor; 7. Cartea a doua a Macabeilor; 8. Cartea a treia a Macabeilor (este si o a patra carte a Macabeilor); 9. Cartea Baruh si 10. Scrisoarea Proorocului Ieremia.¹⁵ Ca necanonice sînt considerate si urmatoarele fragmente din cartile canonice enumerate: 1. Rugaciunea Regelui Manase (aflata la sfarsitul cartii a doua Paralipomene sau Cronici); 2. O parte din Cartea Estera (cea care nu este impartita in versete); 3. Ultimul Psalm (care urmeaza dupa Psalmul 150); 4. Cantarea

¹⁵ Catehismul Bisericii Catolice, Arhiepiscopia Romano-Catolică de București, 1993

celor trei tineri (din cartea lui Daniil); 5. Istoria Suzanei; 6. Bel si ¹⁶balaurul (Mentionam ca unele texte cum sint: Ieremia 10, 11; Daniil 2, 4-7, 28; Ezdra 4,7, 11-28 au fost scrise in limba aramaica, limba semita, cea mai apropiata de limba ebraica).

Cuvintul lui Dumnezeu cuprins in Vechiul Testament sau in Legea Veche a chemat si a pregatit oameni pentru venirea Domnului Iisus Cristos si intelegerea Legii Noi cuprinsa in Noul Testament. Pentru aceasta Vechiul Testament este considerat a fi un <<pedagog>> sau un <<invatator>> catre Cristos (Gal. 3, 24), in special prin proorocirile care vestesc venirea Sa, in Care s-au implinit <<toate proorocirile si Scripturile>>. Astfel, Noul Testament in cel Vechi se ascunde, iar cel Vechi in cel Nou se descopera. Noul Testament cuprinde la rindul sau un numar de 27 de carti canonice: Cele patru Sfinte Evanghelii: Matei, Marcu, Luca si Ioan; Faptele Apostolilor; Epistolele Sfintului Apostol Pavel, in numar de 14: Romani, I Corinteni, II Corinteni, Galateni, Efeseni, Gilipeni, Coloseni, I Tesaloniceni, II Tesaloniceni, I Timotei, II Timotei, Tit, Filimon, Evrei; Epistolele sobornicesti: Iacov, I Petru, II Petru, I, II, III Ioan, Iuda si Apocalipsa Sf. Ioan Evanghelistul si teologul. Cele 27 de carti canonice ale Noului Testament cuprind invataturile descoperite de Domnul Iisus Cristos si au fost transcrise de Sfintii Apostoli si urmasii lor, cele mai multe inainte de anul 70, in afara de cartile Sfintului Ioan Evanghelistul si Teologul, care au fost scrise dupa anul 70, pina la sfirsitul secolului I. Cuvintul lui Dumnezeu descoperit oamenilor la inceput prin Moise si proorocii Vechiului Testament a fost descoperit desavarsit prin Insusi Fiul Sau, Domnul Iisus Cristos, dupa cum ni se arata: <<in zilele acestea mai de pe urma - Dumnezeu - ne-a grait noua prin Fiul, pe Care L-a pus mostenitor a toate si prin Care a facut si veacurile>> (Evrei 1, 2). Atit Vechiul cit si Noul Testament formeaza o unitate, un intreg, care se completeaza si se armonizeaza intr-o singura Sfinta Carte, Sfinta Scriptura, care <<este insuflata de Dumnezeu>> (II Tim. 3, 16), si ne sta deschisa ca sa cunoastem, sa ascultam si sa implinim Cuvintul lui Dumnezeu pentru mintuirea noastra.

Prin cuvintul Testament intelegem in mod obisnuit hotaririle luate de cineva cu scopul de a fi respectate dupa moartea sa. Vechiul Testament si Noul Testament alcatuiesc laolalta Cartea noastra Sfinta, Sfinta Scriptura, care cuprinde Cuvintul lui Dumnezeu, cel ce este vesnic, in dialog cu noi oamenii, in limba fiecarui popor, ca sa-l ascultam, sa-l cunoastem si sa-l implinim, ca fii rascumparati ai lui

Dumnezeu prin jertfa Fiului Sau, Domnul Iisus Cristos, care ne-a facut cunoscut pe Dumnezeu Tatal si pe Dumnezeu Sfantul Duh, Treimea cea de o fiinta si nedespartita: Tatal, Fiul si Sfantul Duh.

Astăzi, într-o lume preocupată de filozofii, autoritatea Bibliei este suprimată și se pune la îndoială originea ei. *Biblia*(gr. βιβλίον -carte), *Sfânta Scriptură*(lat.scripture -scriere), *cartea Legii*, *cartea aceasta* sunt termeni care desemnează Cuvântul lui Dumnezeu scris sub inspirația Duhului Sfânt pentru a fi transmis oamenilor. Sfânta Scriptură este alcătuită din Vechiul Testament (scris în limba ebraică) care conține 46 de cărți și se referă la lucrarea lui Dumnezeu cu poporul Său Israel și Noul Testament (scris în limba greacă, koine), cu 27 de cărți , prezentându-L pe Domnul Iisus Hristos și Biserica Sa. Dumnezeu este autorul Bibliei și ea este insuflata de Dumnezeu

Toată Scriptura este insuflată de Dumnezeu și de folos ca să învețe, să mustre, să îndrepte, să dea înțelepciune în neprihănire, pentru ca omul lui Dumnezeu să fie desăvârșit și cu totul destoinic pentru orice lucrare bună.(2 Timotei 3: 16-17)

Adjectivul nehotărât *toată* înseamnă întreagă, completă, deplină , din care nu lipsește nimic, deci nici un pasaj din Scriptură nu este folosit fără să fie insuflat de Dumnezeu, iar verbul *a insufla*(gr. theopneustos- inspirat) indică că aceasta este un produs divin , că Scriptura este „suflarea” lui Dumnezeu(adică Duhul Sfânt) ca mijloc de comunicare a cunoașterii spirituale. Pentru că este Cuvântul lui Dumnezeu, Biblia este adresată oamenilor ca să le fie de folos, să-i învețe cum să trăiască , cum să procedeze în diferite situații de viață, să-i mustre atunci când păcătuiesc, să le dea posibilitatea să se corecteze, să se restabilească , să le dea înțelepciune cum să-și trăiască viața în mod neprihănit, curat, cu scopul ca creștinul să fie desăvârșit sau cu caracter integru și bine echipat pentru a realiza o lucrare spirituală. Scriptura va fi de folos oamenilor dacă ea va deveni o necesitate zilnică pentru om indiferent de varsta.

Exista păreri diverse cu privire la perioada când omul trebuie să înceapă a studia Scripturile. Una din ele afirmă că studierea ei este dificilă pentru copii și că trebuie să ajungă la adolescență sau tinerețe ca să fie apt de a studia Scripturile. Iată cum contrazice Biblia această opinie:

Și fiindcă de mic copil cunoști Sfintele Scripturi, care pot să te înțelepțească spre mântuire, prin credința cea întru Cristos Iisus.(Epistola a doua către Timotei a Sfântului Apostol Pavel 3:15)

Apostolul Pavel spune aceste lucruri despre ucenicul său , Timotei, care a cunoscut Scripturile de mic copil și care dau o înțelepciune care duce la mântuire. Deci, este apt de a studia Scripturile orice om, de la mic la mare și anume în ea se găsește înțelepciunea, care nu se compară cu nici o carte de filozofie, psihologie și nici o știință umană. Un exemplu frumos de studiere zilnică a Sfintei Scripturi îl întâlnim la biserica primară: Deci cei ce au primit cuvântul lui s-au botezat și în ziua aceea s-au adăugat ca la trei mii de suflete. Și stăruiau în învățătura apostolilor și în împărtășire, în frângerea pâinii și în rugăciuni. (Fapte sfinților apostoli 2:42)

Primii creștini au înțeles importanța studierii Scripturilor și au făcut din aceasta o prioritate, or, vedem că ei stăruiau, insistau ca să cunoască învățăturile din ea, ca mai apoi să vedem că numărul celor care credeau devenea tot mai mare. Un alt exemplu îl avem descris în Vechiul Testament și se referă la poporul Israel care au primit Legea de la Dumnezeu prin Moise :

În a douăzeci și patra zi a aceleiași luni, copiii lui Israel s-au adunat, îmbrăcați în saci și presărați cu țărână, pentru ținerea unui post.Cei ce erau din neamul lui Israel, despărțindu-se de toți străinii, au venit și și-au mărturisit păcatele lor și fărădelegile părinților lor.După ce au șezut jos, au citit în cartea Legii Domnului Dumnezeului lor a patra parte din zi; și altă a patra parte din zi și-au mărturisit păcatele și s-au închinat înaintea Domnului Dumnezeului lor. (Cartea lui Neemia 9:1-3)

Așadar, Dumnezeu este autorul Sfintei Scripturi care se adresează oamenilor ca aceștia să capete înțelepciunea de a trăi în neprihănire, trai pe care nu-l pot avea dacă nu sunt în dependență de Dumnezeu și de Cuvântul Său pe care ni l-a transmis ca să ne facă desăvârșiți și destoinici pentru orice lucrare bună și ca să avem puterea să trăim așa cum a trăit și Domnul nostru Iisus Cristos.
¹⁷Dumnezeu să ne ajute să alegem să studiem în mod disciplinat Scripturile ca să

¹⁷ Biblia, Traducere, introduceri și note: pr. Alois Bulai, pr. Eduard Patrașcu, Sapientia, Iași, 2013

nu ne abatem nici la dreapta , nici la stânga , așa cum îi spune Dumnezeu lui Iosua (1:7)

Biblia este una dintre cele mai grandioase opere cunoscute vreodată, fiind considerată o capodoperă a literaturii universale. Este «cartea cărților», cartea cea mai citită, tradusă și studiată, bucurându-se de o popularitate nemaiîntâlnită. Biblia, însă, nu e doar o operă fundamentală a omenirii, ci este «cartea sfântă» a creștinătății.¹⁸ Cele peste două miliarde de creștini văd în Biblie *Cartea sacră prin excelență*, în care descoperă adevărul despre Dumnezeu, despre om, lume și viață".

3.2 Simbolistica reprezentării celor patru evangheliști

Semnul Evanghelistului Matei

În tradiția iconografică, Sfântul Apostol Matei este pictat în rândul celor patru evangheliști, având ca simbol îngerul sau omul, care trimite la începutul Evangheliei sale, unde este prezentată arătarea îngerului Domnului către Iosif și profeția despre nașterea Domnului Cristos din Fecioară Maria. Îngerul reprezentat lângă evanghelist mai trimite și la întruparea Mântuitorului Iisus Cristos. Dinoisie din Fruma spune în „Erminia picturii bizantine“ că Evanghelistul Matei se pictează „stând înăuntru în casă și scriind începutul Evangheliei sale: Cartea neamului lui Iisus Cristos, fiul lui David, fiul lui Avraam. Ca simbol are omul. Cel asemenea cu omul închipuie întruparea și firea omenească a lui Cristos“.

Reprezentare românească a Sfântului Apostol Matei

În Tetraevangheliarul de la Câmpulung din 1686 este o ilustrație care îl reprezintă pe Evanghelistul Matei. Ilustrația în plină pagină, de formă rectangulară, este împărțită în două registre separate de un chenar. Registrul superior prezintă sub o arcadă semicirculară cu marginea bogat decorată silueta unui înger în zbor, purtând o Evanghelie închisă. Îngerul reprezintă simbolul identificator pentru evanghelist, în absența unei inscripții cu numele acestuia, și este văzut din profil, dar aripile sunt reprezentate frontal. În registrul inferior, sub o arcadă treflată, susținută de coloane cu capitele simple, este reprezentat evanghelistul Matei scriind. Contururile desenului sunt în cerneală brună, parțial acoperite de tușele de culoare. Personajul, desculț, este așezat

¹⁸ Petru Sescu (coord.), *Introducere în Sfânta Scriptură*, Sapienția, Iași, 2001

pe un scaun fără spătar, aplecat asupra unei mese de scris rectangulară, cu arcade trilobate la nivelul picioarelor, similare cu cele ale scaunului și specifice stilului brâncovenesc. Pe masă se află o călimară și coli rectangulară de atașat la codex.

Personajul este reprezentat în semiprofil. Trăsăturile feței sunt schematice. Părul scurt și barba lungă până la piept sunt albe. Îmbrăcămintea e de tradiție romană târzie: tunică cu mânecă lungă de culoare roșie și chiton verde cenușiu, ambele drapate. Perspectiva lineară neunitară este reprezentată corect la nivelul podelei din plăci de ceramică și nesigur la nivelul laturilor banchetei și mesei. Gama cromatică este redusă: roșu cadmiu, sienna arsă, verde de pământ și ocru pentru aur. Albul paginii este utilizat frecvent cu valoare cromatică.

Leul a fost ales ca simbol al Sfântului Evanghelist Marcu, deoarece acesta ne vorbește la începutul Evangheliei despre Sfântul Proroc Ioan Botezătorul, ca fiind „Glasul celui ce strigă în pustie” (Marcu 1, 3), care amintește de răgetul leului.

Leul Sfântului Marcu este o reprezentare zoomorfă a unui leu înaripat care apare pe efigii, ca statuie, reprezentări iconografice sau stindarde. El este asociat evanghelistului Marcu a cărui narații apar în Noul Testament al Bibliei sau "Sfintei Scripturi" creștine. El a fost timp de un mileniu simbolul Serenisimei Republici Venețiene și este asociat în continuare cu orașul italian Veneția. Sfântul Marcu a fost tradițional ales ca patron principal al Veneției alături de Sfântul Teodor, al cărui rol a fost diminuat în timp.

Leul "marcian" venetian își are originile în Assyria, antedatându-l pe leul lui Iuda (sau din), Iudeea tot de tradiție biblică dar în filiația Vechiului Testament. Aripile i s-au adăugat atunci când el a fost asociat cu evanghelistul Noului Testament Marcu. Leul lui Iuda (personaj pomenit în capitolul Facerea al Vechiului Testament), figurează pe drapelul de azi al Ierusalimului.

Leul lui Iuda, preluat de creștinii adepți ai scrierilor Noului Testament devine simbolul lui Isus Hristos (alături de miel și pește). Deviza leului lui Marcu, "Pax tibi, Marce, evangelista meum!" interpretându-se prin "Meum = al meu = al lui Iehoșua cristul".

Venețienii medievali au plasat statuia unuia din cei doi patroni ai lor, Sfântul Teodor pe una din cele două colonne de granit, de o înălțime apreciabilă, care le-au adus cu ei din Levant. Pe pedestalul celeilalte colonne au preferat să nu plaseze o statuie propriu-zisă a Sfântului Marcu ci mai degrabă o statuie a simbolului acestuia: un

leu. Această statuie, turnată în bronz, a fost modificată și restaurată de câteva ori în decursul timpului: aripile și coada exagerat de lungă fiind adaosuri ulterioare. Leul, în forma sa originală, relevă influențe ale artei vechi asiriene respectiv persane antice. Prin tradiție, se consideră că statuia originală a leului a fost adusă din Siria de neguțători venețieni.

În unele orașe care au fost parte a teritoriilor venețiene timp de secole, cum ar fi Chalkis în insula grecească Euboea (numită de venețieni Negroponte), leul Sfântului Marcu apare gravat în marmură pe casa Căpitanilor ("Bailo") venețieni ca având în loc de bot zoomorf, un cioc avian, aidoma grifonilor.

Simbolistica leilor înaripați este una a păcii și aceștia se pot vedea într-o multitudine de alte locații cum ar fi templele asiriene și Porțile lui Xerxes la Persepolis și leul înaripat de la Babylon.¹⁹

Un leu-grifon cu aripi figurează în prezent pe stema oficială a Republicii Crimeea a cărei conexie cu cel venețian dă naștere la o dilemă heraldică complexă.

Vițelul a fost ales ca simbol al Sfântului Evanghelist Luca, deoarece acesta este singurul Evanghelist care vorbește despre „vițelul cel gras” care, potrivit parabolei întoarcerii fiului risipitor, este sacrificat la ospăț

În Erminia sa Dionisie din Furna din (ed. Sophia, București, 2000, pp. 148-150), arată că Sf. Apostol Luca Evanghelistul poate fi reprezentat în mai multe feluri. În general, el este zugrăvit ca un tânăr cu părul creț, cu puțină barbă. Tot astfel (tânăr) este zugrăvit și în reprezentările individuale ale sfinților, ținând în mână Evanghelia.

De asemeni, el mai poate fi reprezentat pictând icoana Maicii Domnului Povățuitoarea, el fiind, conform tradiției Bisericii, întemeietorul iconografiei și sfânt ocrotitor al iconografilor.

În rândul evangheliștilor, este reprezentat stând în casă, sub un baldachin și scriind Evanghelia, pe care se văd cuvintele: "Deoarece mulți s-au încercat să alcătuiască o istorisire despre faptele deplin adevărate între noi..."²⁰

¹⁹ Biblia, Traducere, introduceri și note: pr. Alois Bulai, pr. Eduard Patrașcu, Sapienia, Iași, 2013

²⁰ Biblia, Traducere, introduceri și note: pr. Alois Bulai, pr. Eduard Patrașcu, Sapienia, Iași, 2013

Vulturul a fost ales ca simbol al Sfântului Evanghelist Ioan, deoarece acesta se înalță asemenea vulturului, în descrierea Logosului Dumnezeiesc și felul în care pune în valoare iubirea divină cea mai presus de lume, afirmând că Dumnezeu este iubire (Ioan, 4, 8).

Dionisie din Furna arată că Sf. Apostol și Evanghelist Ioan se zugrăvește după cum urmează: În icoanele unde este zugrăvit între Apostoli, în scenele din viața Mântuitorului se pictează tânăr, fără barbă.

Atunci când se zugrăvește singur sau scriind Evanghelia, este reprezentat bătrân, pleșuv, cu barba lungă, ținând în mână cartea (Evanghelia) sa. Poartă un veșmânt verde pe dedesubt, iar veșmântul de deasupra roșu. Se mai zugrăvește împreună cu ceilalți Evangheliști în pandantivele din unghiurile dintre arcurile bolților turlei, șezând fiecare pe scaun și scriind Evangheliile, fiecare cu simbolul său.

4. Non comunicarea din prezent in societate

În aparență suntem mai comunicativi ca niciodată. După statisticile recente un sfert din omenire (peste 1,75 miliarde de oameni) are acces la internet. Și cred că cel puțin tot atâția oameni, dacă nu mai mulți (n-am statistici) au telefon. Fix sau mobil. Rețelele sociale au luat un înfricoșător avânt. Curg într-un flux continuu și de nestăvilite poze, glume, filmulețe, reclame, pilde, bancuri, vorbe de duh (cu sau fără duhul necesar în ele), articole din presă locală sau străină, informații. Și nu e rău, dacă într-adevăr ai ceva important și util de comunicat. Unele mă fac să râd (sau măcar să zâmbesc). Altele îmi satisfac nevoia de frumos. Unele mă informează asupra unor lucruri noi, poate interesante. Nu-i nimic rău în asta, ce să fie? Și circulă mesajul cu viteză amețitoare, de la mare distanță, aproape în timp real.

Am devenit o rasă de supercomunicativi. Oare? Aparențele așa spun. Inaparențele însă, mai subtile, spun altă poveste. Spun că ne pierdem pe zi ce trece abilitatea de a comunica direct și personal. Pentru că toată comunicarea asta are un iz grozav de diluat, de impersonal și de superficial. Da, știu, n-avem timp. Nimic nou. Da, primesc mesaje de la multă lume (și repet, unele chiar îmi plac/folosesc), dar puține cuvinte de la sau despre expeditor. Da, telefoanele se-ncing de-atâta sunat și vorbit ... degeaba sau impersonal. De obicei sună cu vreo problemă. Profesională. De interes. Sau ca să comentăm evenimentul zilei, care nu e nici al meu, nici al lor. Obositor.

De atâta comunicare impersonală, verbală sau non verbală, de fapt, între noi, nu mai comunicăm autentic deloc.²¹

4.1 Bariere in comunicare

Dupa Nicky Stanton urmatorii factori constituie bariere de comunicare:

- a) Diferențe de reprezentare – modul în care privim lumea este influențat de experiențele noastre anterioare, astfel diferite persoane au reprezentări diferite și vor recepta situațiile în mod diferit;
- b) Concluzii grăbite. Deseori auzim și vedem ceea ce vrem să vedem și să auzim, nu realitatea în sine; sau mai mult - se poate întâmpla că interlocutorul nostru începe doar să enunțe ceva și noi îl întrerupem, anunțându-l că am înțeles ce are de

²¹ Veronica Bălbăie, *Eseuri educative radiofonice*, Pim, Iași, 2005

spus. După o scurtă dispută se poate observa în majoritatea cazurilor că nu am avut dreptate și celălalt are de spus cu totul altceva decât am crezut noi;

c) Stereotipii. Suntem predispuși să gândim în mod preconceput; adesea anumite națiuni sunt privite ca având anumite caracteristici care pot fi atribuite doar anumitor reprezentanți ai lor. Spre exemplu într-o instituție internațională, studenții facând parte din diferite grupuri etnice, sau altfel spus sunt reprezentanții diferitor naționalități: români, ruși, găgăuzi, arabi, bulgari, armeni, evrei, etc. Comunicarea desigur va avea de suferit pentru că avem obișnuința să gândim despre oameni așa cum ne-au învățat, cum am “auzit”, sau în baza unor experiențe izolate;

d) Lipsa de cunoaștere. Este dificil să comunicăm cu cineva care are o educație diferită de a noastră sau cu cineva care are mai multe sau mai puține cunoștințe despre subiectul pus în discuție. Această barieră poate fi înlăturată dacă unul dintre comunicatori sau amândoi sunt conștienți de discrepanța dintre nivelurile de cunoaștere și știu să se adapteze;

e) Lipsa de interes. Una dintre cele mai mari bariere ce trebuie depășite este lipsa interesului interlocutorului. Mesajul trebuie direcționat astfel ca să răspundă nevoilor și așteptărilor celuilalt;

f) Dificultăți în exprimare. Această barieră este de natură semantică și ține de cunoașterea limbajului sau de vocabularul pe care îl stăpânește un comunicator;

g) Emoții. Emotivitatea emițătorilor și receptorilor de mesaje poate fi, de asemenea, o barieră. O emoție puternică poate bloca totalmente comunicarea. De câte ori se întâmplă la un examen important să uităm materialul din cauza emoțiilor;

h) Personalitatea. Comportamentul nostru influențează procesul comunicării, ca și cel al partenerului;

i) Barierele culturale. Există granițe sociale, care impun o anumită structură sau tipar în care se încadrează toți membrii societății. Tiparele culturale persistă în timp, sunt învățate inconștient și acționează astfel încât membrii unei anumite zone culturale nu sunt, în mare măsură, conștienți de ele în momentul în care comunicăm cu ceilalți membri ai zonei culturale.

4.2 Funcțiile comunicării

Roman Jakobson, reprezentant al curentului structuralist, ne prezintă șase elemente ale comunicării: emițător, receptor, referent, mesaj, canal, cod. Aceste șase elemente generează șase funcții ale comunicării orale, după cum urmează:

Referențială referent are ca scop de a retrimite la referenți (situațional și textual); este fundamental celei mai mari părți a mesajelor. Se recunoaște după întrebuintarea persoanei a treia (el, ei) și a prenumelui neutru (acela, acesta).

Expresivă permite emițătorului să-și comunice impresiile, emoțiile sau judecățile asupra conținutului mesajului; se relevă prin debitul, intonațiile ritmul discursului; se recunoaște după întrebuintarea persoanei a întâia, a interjecțiilor.

Funcția poetică permite a viza mesajul ca atare; desemnează plăcerea aproape fizică de a articula sunete, de a construi mesajul prin arta locutorului.

Funcția fatică permite a stabili, a menține sau a întrerupe contactul fizic și public cu receptorul; permite a verifica trecerea fizică a mesajului; se recunoaște după utilizarea cuvintelor goale sau golite de sens și a repetițiilor

Funcția metalingvistică permite definirea sensului termenilor pe care receptorul nu-i cunoaște; apare după termenul “adică”, “cu alte cuvinte”, în alți termeni

Funcția conativă are ca scop de a atrage direct atenția receptorului, care trebuie să se simtă atras de mesaj; permite a-l solicita nemijlocit; se recunoaște după întrebuintarea persoanei a doua (tu, voi), a vocativului, a imperativului, interogațiilor. permite a stabili, a menține sau a întrerupe contactul fizic și public cu receptorul; permite a verifica trecerea fizică a mesajului; se recunoaște după utilizarea cuvintelor goale sau golite de sens și a repetițiilor. permite definirea sensului termenilor pe care receptorul nu-i cunoaște; apare după termenul “adică”, “cu alte cuvinte”, în alți termeni. permite a viza mesajul ca atare; desemnează plăcerea aproape fizică de a articula sunete, de a construi mesajul prin arta locutorului.

În modelele semiologice ale comunicării este foarte importantă noțiunea de semn. Una dintre definițiile clasice ale semnului este cea dată de către Charles S. Peirce: Semnul este ceva, ce stă în locul a altceva și este înțeles de cineva” sau “Semnul

este o realitate perceptibilă (A) care reprezintă alt lucru (B) decât ea însăși și căreia i se poate substituii”. Exemplul oferit de același autor este următorul: harta unei țări (A) nu este chiar țara respectivă (B), dar ne permite să cunoaștem multe caracteristici ale ei.

Semnele au un rol vital în reprezentarea lumii, în cunoașterea ei, dar mai ales în comunicare: ele largesc universul accesibil permițând accesul la realități ce nu sunt perceptibile direct; fără semn realitatea noastră s-ar limita la hic et nunc (aici și acum); sunt un element esențial în stocarea informației; cu ajutorul semnelor asociem o realitate cu ceea ce o reprezintă și deci putem comunica, împărtăși senzații, idei, sentimente. “Datorită semnelor umane, care permit schimbul, acumularea și transmiterea experienței și a cunoașterii, societățile umane au putut dezvolta culturi definite și au putut să-și făurească istoria; ele pot să evolueze, ca și indivizii care le compun (spre deosebire de furnici, spre exemplu care sunt integral condiționate biologic și condamnate la repetiție)”⁵ Un semn este deci o realitate perceptibilă, ce poate înlocui un alt lucru. Principalele funcții ale semnelor constau în: a ne informa; a permite comunicarea; a acționa eficient (prin informațiile și mesajele stocate și comunicate).

Semnele pot fi auditive, vizuale, gustative, tactile, olfactive. După natura lor fizică sunt sonore, gestuale, chimice. După natura legăturii dintre semn și referent semnele pot fi: naturale și convenționale sau artificiale.

Legătura dintre semne este pur convențională. Nu se poate comunica cu semne izolate, ci numai cu un ansamblu de semne organizate după anumite reguli. Schimbul de semne devine comunicare atunci când se reușește transmiterea unor mesaje, adică atunci când semnele sunt înlănțuite pentru a produce un sens. Pentru producerea și transmiterea mesajelor este nevoie de coduri de comunicare, care sunt lingvistice. În comunicarea lingvistică intervin trei elemente care pun probleme de codificare și decodificare: - variabilitatea enunțurilor lingvistice (fiecare individ are modul său de a utiliza limba, cuvintele, sintaxa, intonația).

Competența lingvistică presupune cunoașterea codului limbii utilizate și capacitatea de a înțelege enunțuri foarte variat compuse; - polisemia semnelor lingvistice și sinonimia. A decodifica un mesaj înseamnă a alege semnificația unui ansamblu de semne în funcție de contextul lingvistic. Ansamblurile de semne, codificarea și decodificarea acestora pot fi de natură denotativă sau conotativă. Denotația este proprie

utilizării semnelor care au o definiție precisă, acceptată oficial în repertoriul semnelor (cal, scaun, dulap, etc.).

Conotația corespunde semnelor sau cuvintelor ce evocă sau reprezintă pentru noi amintiri, sentimente, idei. - existența mesajelor paralele (verbale, paraverbale) care pot fi complementare sau contradictorii unele în raport cu celelalte; Codificarea și decodificarea mesajelor implică și procesul de interpretare: sensul pe care receptorul îl conferă mesajului în funcție de contextul comunicării.

Prin interpretare atribuim mesajului un sens iar prin decodificare o semnificație.

Aceste precizări ne pun în față imaginea receptorului activ, care percepe, decodifică, interpretează mesaje în funcție de contextul comunicării. În legătură cu comunicarea lingvistică trebuie precizată și noțiunea de semn lingvistic: cea mai mică unitate a limbii având o semnificație.

Sunt distinse două categorii de semne: lexemele, care sunt dotate cu o autonomie lingvistică (cuvintele) și morfemele, care nu au autonomie, de exemplu, terminația pluralului. Acestea aparțin morfologiei.

Procesul de comunicare se compune din semne, toată viața noastră se compune din semne. Chiar și tăcerea comunică ceva. Adeseori se poate întâmpla că ne formăm opinia despre om, conform comportamentului său. Un lucru cât se poate de adevărat, căci într-adevăr, ne formăm imaginea despre ceilalți prin semnele pe care ni le trimit. Iar semnul, după Saussure, (lingvist elvețian din sec. trecut, care a pus bazele semioticii lingvistice), este unitatea dintre semnificat și semnificant.

Semnificantul, în această ordine de idei, este imaginea acustică, adică ceea ce receptorul aude, semnificantul este conceptul la care trimite semnificantul. Semnul lingvistic este constituit din raportul dintre semnificant și semnificat. Cuvintele rostite sunt semnificanți, iar conceptele, reprezentările mentale sunt semnificați. Saussure afirmă că semnul lingvistic este arbitrar, altfel spus legătura dintre semnificant și semnificat nu este motivată. Nu există un motiv anume pentru care lucrurile au un anumit nume, ele sunt numite într-un fel pentru ca să se diferențieze unele de altele.

Semnul este expresia convenției sociale, care apare în morfologie, iar referința este procesul prin care semnul se asociază unor obiecte. Această arbitraritate a semnului lingvistic are consecințe asupra realității însuși și a modelului prin care oamenii concep lumea (Weltanschauung).

Astăzi accentul cade pe diferență și nu pe asemănare, pe unități separate și nu pe uniune, pe imagine, pe show. Pentru a face o impresie bună asupra oamenilor este necesar, să transmitem semne care trimit la norme morale, la etichetă, la respectarea unor convenții sociale.

Astăzi totul este la suprafață, nu în profunzime. Concluzia generală a acestor abordări este aceea că o comunicare reușită depinde de utilizarea corectă a funcțiilor și de decodificarea cât mai exactă a mesajului. Omul întotdeauna este intenționat să își influențeze interlocutorul. Pentru cazul specific al relațiilor interpersonale, utilizarea corectă a funcțiilor viine să ne ajute la influența asupra receptorului. Cunoașterea elementelor de bază ale teoriilor comunicării vin să preîntâmpine gafele pe care le facem cu bună intenție adeseori.

Semnificația acordată gesturilor nu se limitează doar la aspecte interpretative. Există desigur o etichetă a limbajului corporal. Mimica, gesturile au un rol esențial în evaluarea nivelului de educație al persoanei. Se întâmplă că atunci când vorbim în public nu știm ce să facem cu mâinile. Conform etichetei mâinile trebuie ținute liber, fără ca să le „molestăm”. Obişnuim să batem cu degetele în masă, atunci când suntem nervoși sau să ne scărpinăm la ceafă și după urechi... Pe lângă faptul că oamenii pot interpreta diferit gesturile dumneavoastră, ele sunt complet lipsite de tact. Din această cauză este necesar să uităm obiceiurile proaste pe care le avem. Puteți întreba: ce facem cu ticurile, pe care nu le putem controla sau ce să facem cu mâinile atunci când avem emoții? Dacă nu știm ce să facem cu mâinile, cel mai simplu este să luăm un pix sau niște foi, o carte, ceva care să ne țină mâinile ocupate.

Problema ticurilor este mai dificilă și poate fi rezolvată cu ajutorul unui specialist. O varianta ar fi să încercăm să ne controlăm emoțiile. Să fim raționali este destul de greu, în situațiile de stres în mod deosebit. O analiză atentă a acțiunilor noastre ne-ar ajuta să schimbăm elemente ale limbajului corporal. În timpul discuției, nu se obișnuiește să batem conlocutorul pe umăr (atenție, căci există cazuri în care o facem intenționat, pentru a manipula receptorul) să îi scoatem scame imagine sau să îi rupem nasturii. Dacă vedem într-adevăr o scamă este recomandat să cerem permisiunea să o înlăturăm.

În timpul discuției, gesturile trebuie reduse la maximum.²² Fiecare dintre noi este deranjat de gesticulațiile prea evidente. Doar câteva dintre expresii „Stați jos, Vă

²² Valentina Marinescu (coord.), *Efectele comunicării. O perspectivă culturologică*, Tritonic,

rog” sau „Faceți cunoștință, Vă rog” sau „Pot să vă prezint?”, etc. se însoțesc de gesturile corespunzătoare. Gesturile ar trebui să fie „zgârcite”- o înclinare ușoară a capului (aprobare) este de ajuns.

Nici într-un caz nu se recomandă, fluturatul mâinii în fața celui alt. Desigur ceea ce spun nu implică faptul că trebuie să avem o postură țeapănă. Este vorba doar despre exagerările care se pot comite. Călătoria în alte țări presupune cunoașterea obiceiurilor gestuale. Unul dintre cele mai cunoscute gesturi (totul e O. K.) în țările occidentale, are cu totul alte semnificații în alte zone. În Franța, spre exemplu, acest gest înseamnă zero sau nimic, în Japonia – bani, iar în țările bazinului mediteranean este gestul care semnifică apartenența unui bărbat la grupul de minorități sexuale. Pentru greci, acest gest semnifică „Închide-ți gura!” . Vorbind despre sine, europeanul va arăta cu mâna înspre sine, iar japonezul-la nas. Dacă un italian sau francez se bate peste cap, consideră că ideea sa este proastă. Britanicul și spaniolul care se lovesc peste frunte, sunt mulțumiți de sine, iar neamțul foarte nemulțumit de cineva. Este bine cunoscut în mediul nostru prin care arătăm cuiva că este nebun – sucirea degetului la tâmplă. În Olanda acest gest semnifică o frază isteasă, care a fost enunțată. Ridicarea sprâncenelor în Germania înseamnă admirație, iar în Anglia demonstrează o atitudine sceptică. Lista diferențelor este foarte mare și poate fi continuată. Din această cauză este necesar, ca atunci când mergem într-o călătorie într-un mediu străin, să ne străduim să ne documentăm asupra culturii și obiceiurilor țării respective.

Majoritatea gesturilor pe care le facem sunt inconștiente, dar transmit aproape perfect starea sau sentimentele persoanei. Dacă dorim să devenim un comunicator bun trebuie să le cunoaștem, să știm să le descifram și să le utilizăm.

Înainte de a prezenta un dicționar al limbajului corporal, se impune câteva specificări: Există trei parametri esențiali în descifrarea limbajului corporal: 1) indicii (fața, ochii și privirea) 2) simboluri (ochi ridicați, brațe deschise) 3) semne corporale(surâs, etc.)²³

Nu există chei ale gesturilor, nu putem descifra gesturile după niște reguli stricte. Au fost făcute observații și s-a demonstrat că de fapt, gesturile adulților sunt niște copii diminuate ale gesturilor infantile. Astfel, nu putem interpreta gesturile de

manieră izolată, fiecare dintre ele semnifică numai în legătură cu alte gesturi, în context. Atunci când observăm limbajul corporal al unei persoane este necesar să o facem în baza parametrilor expuși mai sus, dar nu separat, ci grupat. Orice comunicare are loc într-un anumit context. Astfel, trebuie diferențiată atitudinea defensiv-negativă de cea de frig. Gesturile se raportează la statutul și rolul social, la vârsta sau sexul celor care le fac. O femeie va gesticula într-un fel, un bărbat cu totul altfel. Un gest masculin spune una, femeia îl interpretează altfel. Sunt în fond culturi diferite care țin de gender sau de generație. Fiecare cultură are gesturile sale specifice.

Interacțiunile umane ar fi imposibile fara transmiterea si receptarea de mesaje, deci fara comunicare, în acest sens, relatiile umane pot fi definite ca interactiuni comunicationale, derulate în planul social amplu care, la rândul sau, ar fi de neconceput în absenta proceselor de comunicare. Ca esenta a legaturilor umane, comunicarea reprezinta ansamblul proceselor fizice si psihice prin care se efectueaza operatia de punere în relatie cu una sau mai multe persoane în vederea atingerii unor anumite obiective.

Una din caracteristicile esentiale ale comunicarii din lumea moderna este faptul ca ea are loc la o scara tot mai globala. Mesajele sunt transmise la mari distante în mod relativ usor, astfel încât indivizii sa aiba acces la informatia si la comunicarea provenite din surse îndepartate. Mai mult, odata cu decuplarea spatiului de timp adusa de mijloacele de comunicare electronice, accesul la mesajele care provin din surse departate spatial poate fi instantaneu sau virtual instantaneu.

De asemenea, comunicarea influenteaza si afecteaza comportamentul persoanelor în afacerile pe care le deruleaza. Politetea poate fi comparata cu o cheie de aur care deschide toate portile dar, în acelasi timp, trebuie avut în vedere faptul ca excesul de ceremonie este deseori la fel de prost cotat ca si lipsa de politete. Este necesara dozarea vorbirii, prin evitarea extremelor, si anume: prezentarea propriei probleme ca un monolog (agresând din punct de vedere psihologic partenerul) sau intrarea într-o asa zisa mutenie care poate determina întreruperea negocierii afacerii.

Tacerea în fata unui partener care-si manifesta agresivitatea prin formularea unui ultimatum poate sa duca la o pozitie mai rezonabila din partea acestuia, sa faca concesi. Tacerea poate fi deci un procedeu de actiune fie pentru a crea un moment de criza, fie de a iesi dintr-un asemenea moment.

În ceea ce privește comunicarea verbală, aceasta are un rol primordial atât din punctul de vedere al segmentului de negociere pe care îl ocupa: etapa de selectare, tratativele propriu-zise, perioada de redactare a clauzelor contractuale, cea de derulare, activitatea post-negociere, cât și din punctul de vedere al conținutului, elementele esențiale ce fac obiectul negocierilor stabilindu-se prin dialog direct. În procesul negocierii, comunicarea trebuie să țină seama de valorile civilizației, de factorii economici, politici, naturali, religioși, specifici, precum și de particularitățile individuale ale negociatorilor.

Totodată, în vederea transmiterii unui mesaj complet, limbajul verbal se uneste cu cel nonverbal, fapt ce determină apariția a numeroase exigente ce încep de la ținuta vestimentară, un element important „al primei impresii”, a modului de a privi și de a te purta cu persoana ta. Poziția corpului este, de asemenea, esențială în educarea și formarea unei frumoase ținute și nu trebuie omisă că cele mai mici detalii pot fi studiate și observate de persoana cu care avem o întrevvedere. Putini sunt oamenii care au înnașcut darul de a merge, de a sta frumos, de a se mișca. Nu este nimic deosebit să aflăm că printre probele de admitere în diplomatie figurează și mersul pe jos ori așezatul pe scaun. Un proverb românesc spune: “Deprinderea firii se face departe de cele rele, ca să nu te înveți cu ele”, întreaga noastră atitudine, restricțiile în comportarea cu cei ce ne înconjoară și venim în contact, mimica, zâmbetul, într-un cuvânt modul nostru de a fi, de a răspunde la cele mai elementare cerințe arată ce fel de oameni suntem. Viața dovedește că o educație bună și sănătoasă, precum și capacitatea de a te comporta cu oamenii asigură o mare parte din succes.

Astăzi nu există dacă nu comunicăm! Întreaga existență se rezumă la capacitatea de a comunica. Încă de la începutul vieții ni se comunică care sunt regulile esențiale după care trebuie să ne ghidăm, iar noi mai departe trebuie să ne asigurăm integrarea într-o societate comunicând cine suntem și ce anume ne dorim. Comunicarea reprezintă fundamentul dezvoltării personalității fiecărui individ, dezvoltării organizațiilor, fundamentul realizării unor relații între indivizi, și între indivizi și organizații.

Comunicarea ajută la dezvoltarea societății. În sens larg, comunicarea umană poate fi înțeleasă ca procesul de transmitere de idei, informații, opinii, păreri, de la un individ la altul, sau de la un grup la altul. Comunicarea include atât limbajul scris și vorbit cât și artele vizuale, teatrul, baletul, muzica, în fond orice modalitate prin care se transmit mesaje poate fi considerată comunicare. Comunicarea non-verbală nu este un

tip distinct de comunicare, ea trebuie să completeze comunicarea verbală pentru a crea un mesaj complet și corect. Sunt momente în care limbajul verbal este contrazis de către elemente non-verbale (diverse gesturi și reacții), iar acest lucru reduce credibilitatea mesajului transmis. Pentru ca comunicarea să se desfășoare în mod corespunzător, trebuie să ne asigurăm că gesturile noastre, poziția corpului, tonalitatea, proximitatea completează informațiile pe care le transmitem verbal.

Comunicarea are ca efect influențarea interlocutorului după cum susțin J.J.Van Cuilenburg, O.Scholten și G.W.Noomen. Aceștia definesc comunicarea ca fiind un proces prin care un emițător transmite informații receptorului prin intermediul unui canal, cu scopul de a produce asupra receptorului anumite efecte. Efectele dorite de emițător sunt de cele mai multe ori de natură persuasivă. Când comunicăm dorim ca informația să fie înțeleasă așa cum o percepem noi, și dorim ca receptorul să creadă informația pe care noi o transmitem. Pentru ca acest lucru să aibă loc, este important să luăm în considerare elemente precum: paradigma culturală a receptorului, calitatea canalelor de comunicare, elementele non-verbale.

Comunicarea este principalul canal de legătură între indivizi, prin intermediul comunicării reușim să ne exprimăm gândurile, ideile, sentimentele. Viața socială a fiecărui individ se formează prin intermediul comunicării și al mesajelor transmise. Procesul de comunicare fundamentează constituirea grupurilor.²⁴

Abordând comunicarea din perspectiva organizațiilor, putem spune că este esențial ca acestea să inițieze procese de comunicare cu publicul său pentru a putea exista pe piață. Organizațiile, indiferent de domeniul lor de activitate trebuie să comunice cine sunt și ce activități întreprind ele. Aceste acțiuni de comunicare au scopul de a produce un efect: acela de a influența publicul țintă, creând o atitudine pozitivă față de organizație și față serviciile și produsele sale.

Astăzi nu exiști dacă nu comunic!

Întreaga existență se rezumă la capacitatea de a comunica. Încă de la începutul vieții ni se comunică care sunt regulile esențiale după care trebuie să ne ghidăm, iar noi mai

²⁴ Bernard Miego, *Societatea cucerită de comunicare*, Polirom, Iași, 2000

departe trebuie să ne asigurăm integrarea într-o societate comunicând cine suntem și ce anume ne dorim. Comunicarea reprezintă fundamentul dezvoltării personalității fiecărui individ, dezvoltării organizațiilor, fundamentul realizării unor relații între indivizi, și între indivizi și organizații. Comunicarea ajută la dezvoltarea societății.

În sens larg, comunicarea umană poate fi înțeleasă ca procesul de transmitere de idei, informații, opinii, păreri, de la un individ la altul, sau de la un grup la altul .

Comunicarea include atât limbajul scris și vorbit cât și artele vizuale, teatrul, baletul, muzica, în fond orice modalitate prin care se transmit mesaje poate fi considerată comunicare. Comunicarea non-verbală nu este un tip distinct de comunicare, ea trebuie să completeze comunicarea verbală pentru a crea un mesaj complet și corect. Sunt momente în care limbajul verbal este contrazis de către elemente non-verbale (diverse gesturi și reacții), iar acest lucru reduce credibilitatea mesajului transmis. Pentru ca comunicarea să se desfășoare în mod corespunzător, trebuie să ne asigurăm că gesturile noastre, poziția corpului, tonalitatea, proximitatea completează informațiile pe care le transmitem verbal.

Comunicarea are ca efect influențarea interlocutorului după cum susțin J.J.Van Cuilenburg, O.Scholten și G.W.Noomen. Aceștia definesc comunicarea ca fiind un proces prin care un emițător transmite informații receptorului prin intermediul unui canal, cu scopul de a produce asupra receptorului anumite efecte . Efectele dorite de emițător sunt de cele mai multe ori de natură persuasivă. Când comunicăm dorim ca informația să fie înțeleasă așa cum o percepem noi, și dorim ca receptorul să creadă informația pe care noi o transmitem. Pentru ca acest lucru să aibe loc, este important să luăm în considerare elemente precum: paradigma culturală a receptorului, calitatea canalelor de comunicare, elementele non-verbale.

Comunicarea este principalul canal de legătură între indivizi, prin intermediul comunicării reușim să ne exprimăm gândurile, ideile, sentimentele. Viața socială a fiecărui individ se formează prin intermediul comunicării și al mesajelor transmise. Procesul de comunicare fundamentează constituirea grupurilor.²⁵

²⁵ Petru Iluț, *Valori, atitudini și compostamente sociale. Teme actuale de psihosociologie*, Polirom, Iasi 2004

Abordând comunicarea din perspectiva organizațiilor, putem spune că este esențial ca acestea să inițieze procese de comunicare cu publicul său pentru a putea exista pe iață. Organizațiile, indiferent de domeniul lor de activitate trebuie să comunice cine sunt și ce activități întreprind ele. Aceste acțiuni de comunicare au scopul de a produce un efect: acela de a influența publicul țintă, creând o atitudine pozitivă față de organizație și față serviciile și produsele sale.

Vorbim oricât, oricând și oriunde, fără reguli de politete, vorbim ca să sufocăm orice secundă de liniște, fugind astfel de noi, vorbim astupând cu vorbe golurile din suflet.

Vorbim suficient și în sentințe, nu cumva să lasăm vreă secundă liberă pentru meditație și dubiu. Și, mai grav decât toate acestea, de fapt, mai mult monologăm pentru că arta, bunăvoința și toleranța dialogului sunt străine celor mai mulți dintre noi.

Cum nu dialogăm, nu avem nici vreă șansă să comunicăm²⁶. Acasă, la serviciu, pe stradă, fiecare își rosteste partitura, convins de adevărul ei, fericit de expunerea în vorbă a raționamentului sau a sensibilității, dar mult prea puțin interesat de felul în care a fost receptat și de răspunsul la mesajul nostru. Ne ajunge că l-am emis.

În același timp, auzim tot enorm. Auzim colecția de monologuri a celor din jur, tipete, rasete, ne simțim agresat de prea mult sunet și zgomot. Dar arareori, de fapt, ascultăm.

Prindem câte o frântură, câte un cuvânt care ne enervează sau, dimpotrivă, ne entuziasmează, îl rupem de contextul pentru care nu avem răbdare și îi răspundem prin propriul monolog, care, cel mai adesea, nu are nicio legătură cu cele transmise.

Fără să ascultăm și să fim ascultați, monologând și auzind zgomote, suntem, de fapt tot mai singuri, mai înstrăinați de conaționali, de vecini, colegi, soți, copii, părinți. Tot mai singuri, avem tot mai multe goluri de umplut, avem nevoie de tot mai multe gânduri. De vină pentru lipsa de comunicare nu sunt însă doar cei care nu au această abilitate. Principalul vinovat este, mai tem, chiar sistemul nostru de învățământ.

²⁶ Emmanuel Pedler, *Sociologia comunicării*, Cartea Românească, București, 2001

Comunicarea lipseste si ca disciplina si ca sistem din scolile romanesti.

Creativitatea si dialogul lipsesc cu desavarsire. Copiii nu sunt nici invatati si nici stimulati sa-si expuna ideile logic si coerent, cat mai sintetic si mai explicit. Nu sunt antrenati nici sa asculte un discurs din care sa extraga rapid esentialul si sa raspunda concis. Cineva sugera ca ar fi benefica introducerea retoricii macar ca disciplina optionala. Cine e ea si ce ne trebuie noua?, a fost raspunsul indignat al altora.

Dar chiar daca aceasta **opozitie** ar fi infranta, ma intreb, cine sa predea aceste ore de retorica. Ma tem ca ar incepe pe mana unor suplinitori, total nepregatiti, asa ca si retorica ar esua intr-o totala lipsa de comunicare.

Comunicarea nu se invata nici acasa, pentru ca parintii insisi nu au aceasta abilitate. Mesajele sunt in plus bruiate si de nevroza in care ne impinge viata de zi cu zi.

Pentru orice vorba care pare un atac, ceata psihologica se aseaza rapid si dincolo de ea construim adevarate ziduri din spatele carora contraatacam. Asta facem si cu copiii, asta invata ei de la noi, asta fac si ei mai apoi.

Vedem apoi rostit acelasi diagnostic pentru drame la toate nivelurile: lipsa de comunicare. Adica boala cronica si, poate, cea mai grava a societatii romanesti.

Leacuri nu stiu daca exista, dar primul pas pentru a nu ne lasa rapusi de ea ar fi, probabil un strop de toleranta si de respect pentru cel de alaturi. Restul, ar putea veni, cu timpul, de la sine.

27

▪ ²⁷ cf **Ioana Ene Dogioiu**, Senior editor ZIARE.COM

5. Alternativele bisericii in comunicarea autentica

Cuvântul "magisterium" este derivat din latinul magister, ceea ce înseamnă "învățător" în latină ecleziastică. (A avut inițial un înțeles mai general și putea desemna președinte, șef, director, supraveghetor etc., și a fost folosit și cu referire la un tutor sau instructor al tineretului.) Substantivul magisterium se referă la biroul unui magistru. Astfel, relația dintre magister și magisterium este aceeași ca relația în limba engleză între "președinte" și "președinție".

Din vremea Papei Pius al XII-lea, cuvântul "magisterium" a fost de asemenea folosit pentru a se referi la persoanele care dețin această funcție.

5.1 Biserica și mijloacele de comunicare.

Când, în secolul al XV-lea, a apărut tiparul, păstorii Bisericii au lăudat această invenție pusă în folosul culturii umane și al formării religioase a credincioșilor, în ciuda pericolelor care stăteau în puterea tiparului de a răspândi și învățături greșite și scrieri imorale.

În secolul al XX-lea, secolul cinematografului, al radioului, al televiziunii și al internetului, avem și prima enciclopedie privind mijloacele de comunicare. Ea a fost dată Bisericii de Sfântul Părinte Pius al XI-lea cu titlul *Vigilanti cura* (1936) și trata în mod deosebit cele legate de cinematografie, scoțând în evidență oportunitățile pastorale oferite de acest mijloc de comunicare. Papa Pius al XII-lea avea să continue preocuparea pentru media, dovadă cele peste 60 de intervenții privind lumea comunicațiilor sociale și enciclica *Miranda prorsus*, din 8 septembrie 1957 care, în afară de cinema, vorbește și despre radio și televiziune.

Conciliul Vatican II avea să țină cont de cele semnalate mai sus atunci când a trecut în agenda lucrărilor proiectul unui document despre mijloacele de comunicare.

Era pentru prima oară că un Conciliu se ocupa de această temă a mijloacelor de comunicare socială, iar decretul *Inter mirifica* devenea unul dintre roadele de valoare ale Conciliului Vatican II și, cum spunea Papa Paul al VI-lea, „semn al capacității pe care o are Biserica de a uni viața interioară cu cea exterioară, contemplația cu acțiunea, rugăciunea cu apostolatul..., instrument și document în exercițiul slujirii pastorale și a misiunii catolice în lume” (*L’Osservatore Romano*, 5 decembrie 1963).

În Introducerea care premerge cele două capitole și concluzia decretului *Inter mirifica* sunt motivate grija și preocuparea Bisericii pentru mijloacele de comunicare socială: „Sfânta Maică Biserică știe că aceste mijloace, bine întrebuințate, oferă neamului omenesc avantaje mari, întrucât contribuie mult la destinderea și îmbogățirea sufletelor și la răspândirea și întărirea Împărăției lui Dumnezeu. Mai știe însă că oamenii le pot folosi împotriva planului Creatorului divin și le pot întoarce spre propria pierzare; mai mult, ea se neliniștește și inima ei de mamă se umple de durere văzând pagubele pe care reaua lor folosire le-a adus omenirii” .

Primul capitol, intitulat *Norme pentru dreapta folosire a mijloacelor de comunicare socială* cuprinde 10 subcapitole, având următoarele titluri: *Îndatoririle Bisericii*, *Legea morală*, *Dreptul la informare*, *Artă și morală*, *Prezentarea răului moral*, *Opinia publică*, *Îndatoririle publicului receptor*, *Îndatoririle tinerilor și ale părinților*, *Îndatoririle autorilor*, *Îndatoririle autorităților civile*.

Putem spune că găsim în primul capitol partea de doctrină și partea de morală privind mijloacele de comunicare socială. Minunatele descoperiri ale tehnicii pe care geniul uman le-a extras din lucrurile create intră în planul creator și mântuitor; prin ele, pe de o parte, omul imită activitatea creatoare a lui Dumnezeu, iar pe de altă parte, participă la dezvoltarea spirituală a omenirii în vederea împlinirii destinului supranatural. „Întrucât Biserica Catolică a fost instituită de Cristos Domnul pentru a aduce mântuirea tuturor oamenilor și de aceea este presată de necesitatea de a le vesti

Evangelia, ea consideră de datoria ei să predice vestea mântuirii și cu ajutorul mijloacelor de comunicare socială și să-i învețe pe oameni folosirea dreaptă a acestor mijloace.²⁸ Biserica are, așadar, dreptul înnăscut de a folosi și de a poseda orice mijloc de acest fel în măsura în care e necesar sau util pentru educația creștină și pentru întreaga ei operă de mântuire a sufletelor. E de datoria păstorilor să-i educe și să-i

²⁸cf „Inter Mirifica”; Mesajele Papei Paul al VI-lea și ale Papei Ioan Paul al II-lea cu ocazia Zilelor Mondiale ale Comunicațiilor;

orienteze pe credincioși astfel încât aceștia să urmărească și cu ajutorul acestor mijloace mântuirea și desăvârșirea proprie și a întregii familii umane” .

Partea morală a decretului este mult mai amplă, iar ea se deschide prin enunțarea unui principiu fundamental cuprins în articolul 4: „Pentru o dreaptă folosire a acestor mijloace este absolut necesar ca toți aceia care le utilizează să cunoască normele ordinii morale și să le aplice cu fidelitate în acest domeniu. Să țină, așadar, seama de conținutul comunicării, în funcție de natura proprie a fiecărui mijloc; totodată să nu scape din vedere condițiile și împrejurările în care se realizează comunicarea: scopul, persoanele, locul, timpul etc., căci acestea îi pot modifica valoarea morală, ba chiar o pot schimba total. În acest sens, trebuie avut în vedere și modul propriu de acțiune al fiecăruia dintre mijloace, adică puterea lui de convingere; aceasta poate fi atât de mare încât oamenii, mai ales cei care nu sunt pregătiți, reușesc cu greu să o observe, să o domine și, dacă e cazul, să o respingă” . Tot din capitul 1 care poartă titlul: *Îndatoririle tinerilor și ale părinților* se poate cita : „Receptorii, mai ales cei tineri, trebuie să aibă grijă să se deprindă cu o utilizare moderată și disciplinată a acestor mijloace; să se străduiască să înțeleagă profund cele văzute, auzite, citite; să discute despre ele cu educatorii lor și cu persoanele competente, învățând astfel să emită asupra acestor lucruri o judecată dreaptă. Părinții să-și amintească de îndatorirea lor de a veghea cu grijă ca nu cumva să treacă pragul casei lor spectacole, publicații etc. contrare credinței sau moravurilor bune și nici copiii lor să nu vină în contact cu ele în altă parte” .²⁹

Capitolul II al decretului, *Mijloacele de comunicare socială și apostolatul catolic*, cuprinde sfaturi practice pentru păstorii sufletești și pentru laici, directive speciale pentru presă, cinematografie, radio, televiziune și teatru, mijloace de formare a specialiștilor și a publicului receptor, îndemnuri pentru susținerea materială a tuturor proiectelor privind mijloacele de comunicare socială, recomandări ca toate diecezele lumii să sărbătorească în fiecare an o zi dedicată mijloacelor de comunicare socială, să se înființeze oficii naționale media care să coopereze cu asociațiile internaționale de același gen.

Concluzia decretului stabilea următoarele: „Pentru ca toate principiile și normele acestui sfânt Conciliu referitoare la mijloacele de comunicare socială să fie aplicate, se va publica din porunca expresă a Conciliului o Instrucțiune pastorală prin

²⁹ „Inter Mirifica”; Mesajele Papei Paul al VI-lea și ale Papei Ioan Paul al II-lea cu ocazia Zilelor Mondiale ale Comunicațiilor;

grija Oficiului Sfântului Scaun, despre care este vorba la nr. 19, cu ajutorul unor experți din diferite națiuni” .

Într-adevăr, la 23 martie 1971, Suveranul Pontif Paul al VI-lea aproba Instrucțiunea pastorală *Communio et progressio* despre comunicațiile sociale, document mult mai elaborat decât decretul conciliar și mult mai extins. În Instrucțiunea pastorală întâlnim teme deja menționate de decretul *Inter mirifica*, precum elemente doctrinale și morale, formare, implicarea Bisericii în media, contribuția comunicațiilor sociale la progresul uman, influența comunicațiilor în societate, opinia publică, dar și teme aparte, ca dreptul de a fi informat și de a informa, dreptul de a avea acces la surse și canale de știri, libertatea de a comunica, educația, cultura și timpul, formele expresiei artistice, publicitatea, colaborarea dintre cetățeni și autoritățile civile, colaborarea dintre națiuni, colaborarea în Biserică, dialogul dintre Biserică și lume etc.

„Poporul lui Dumnezeu, fiind în pas cu evenimentele care țes firul istoriei și îndreptându-și cu imensă încredere privirea spre viitor, atât în calitate de comunicator, cât și ca receptor, întrevede deja cât este de promițătoare noua eră: cea a comunicațiilor sociale” (*Communio et progressio*, nr. 187).

Și, într-adevăr, *Communio et progressio*, publicată la 23 martie 1971, avea dreptate, căci acum ne aflăm într-o nouă eră, cea a comunicațiilor sociale.

5.2 Magisteriu

Magisteriul se referă la documente emise la mai multe niveluri în Biserica Catolică, de exemplu de Papi, Concilii, organisme din Vatican, alte organisme catolice (ex: Conferințele Episcopale), Episcopi...

Este important să se rețină că documentele magisteriale au diferite niveluri de autoritate, deci nu pot fi puse toate pe picior de egalitate. Chiar și între textele papale, o greutate o are o enciclică și altă greutate are un discurs dintr-o călătorie apostolică.

Exercițiul magisteriului Bisericii Catolice este uneori, dar rareori, exprimat în forma solemnă a unei declarații papale ex cathedra "când, în exercitarea funcției sale de păstor și învățător al tuturor creștinilor, în virtutea autorității sale apostolice supreme [episcopul Romei] definește o doctrină despre credință sau morală care să fie deținută de întreaga Biserică " sau o declarație similară a unui consiliu ecumenic. Astfel de declarații solemne ale învățaturii bisericii implică infailibilitatea Bisericii.

Definiția dată de Papa Pius al IX-lea despre concepția Imaculată a Mariei precum și cea a Papei Pius al XII-lea despre Adormirea Maicii Domnului sunt exemple ale unor astfel de declarații papale solemne, dar sunt singurele două care au fost date vreodată. Cele mai multe dogme au fost promulgate la consiliile ecumenice. Exemplu de declarație solemnă a unui consiliu ecumenic este decretul Conciliului de la Trent privind justificarea și definiția primului Conciliu Vatican privind infailibilitatea papală.

Magisteriul Bisericii Catolice este exercitat fără declarații solemne ale papilor și episcopilor, fie în mod colectiv (în urma unei conferințe episcopale) fie în mod individual, în documente scrise, cum ar fi catehisme, enciclice și scrisori pastorale sau oral, ca în omilii. Aceste afirmații fac parte din magisteriul obișnuit al bisericii.³⁰

Conciliu Vatican I a declarat că "toate aceste lucruri trebuie să fie însușite cu credință divină și catolică, toate decurgând din Cuvântul lui Dumnezeu, scris sau predat și pe care Biserica, fie printr-o judecată solemnă sau printr-una obișnuită și universală o releva ca fiind de la Dumnezeu. " Nu tot ceea ce este conținut în declarațiile magisteriului obișnuit este infailibil, dar Biserica Catolică susține că infailibilitatea Sa este investită de declarațiile magisteriului universal obișnuit:" Deși episcopii, luați în mod individual, nu se bucură de privilegiul infailibilității, ei proclamă infailibil învățătura lui Cristos în următoarele condiții: și anume atunci când, chiar dacă dispersați în întreaga lume, dar păstrând totul între ei și cu Succesorul lui Petru în legătura de comuniune, în învățătura lor autorizată cu privire la chestiuni de credință sau morală, sunt de acord că o anumită învățătura va avea loc definitiv și absolut.

Astfel de învățături ale magisteriului obișnuit sau universal nu sunt în mod evident date într-un singur document specific. Aceste învățături sunt susținute ca fiind calauzitoare, de regulă mult timp, de către întregul corp de episcopi. Exemple sunt învățătura privind rezervarea de hirotonire pentru bărbați sau despre imoralitatea avortului provocat. Niciuna dintre aceste învățături nu a făcut obiectul unei definiții solemne.

Chiar și declarațiile publice ale papilor sau episcopilor cu privire la chestiuni de credință sau de morală care nu se califică drept "magisteriu obișnuit sau universal" au o autoritate pe care catolicii nu o pot contesta. Ei sunt obligați să dea această învățătură religioasă: "Episcopii, învățând în comuniune cu Pontiful Roman, trebuie să fie respectați de toți ca martori ai adevărului divin și catolic. În materie de credință și

³⁰ Mihai Coman, *Mass media în România post-comunistă*, Polirom, Iași, 2003

morală, episcopii vorbesc în numele lui Cristos iar credincioșii trebuie să accepte învățătura lor și să adere la ea cu consimțământul religios. Această supunere religioasă a minții și a voinței trebuie să fie prezentată într-un mod special fata de autenticitatea magisteriului Pontifului Roman, chiar și atunci când nu vorbește ex cathedra. Supunerea religioasă trebuie să fie arătata în așa fel încât magisteriul său suprem să fie recunoscut cu reverență, judecățile făcute de el fiind respectate cu sinceritate, conform gândirii și voinței sale manifeste. Gândirea și voința Papei trebuie să fie recunoscute fie de caracterul documentelor, fie din repetarea frecventă a aceleiași doctrine fie din modul sau de a se referii la cele exprimate.

Biserica privește istoria comunicării umane ca fiind asemenea unui drum lung, care conduce omenirea „de la orgoliosul proiect Babel, cu confuzia și neînțelegerea

reciprocă la care a dus acesta (cf Gen 11,1-9), la Rusalii și la darul limbilor: o restaurare a comunicării, centrată pe Isus, prin acțiunea Spiritului Sfânt”. În viața, moartea și învierea lui Cristos, „comunicarea între oameni își găsește idealul cel mai înalt și exemplul suprem în Dumnezeu, care a devenit om și frate.³¹

Mijloacele moderne de comunicare socială sunt factori culturali care joacă un rol în istorie comunicării. După cum observa Conciliul Vatican II, „deși trebuie să facem o distincție clară între progresul uman și creșterea Împărăției lui Cristos, acest progres este de o importanță vitală pentru Împărăția lui Dumnezeu, în măsura în care poate contribui la o ordine mai mare în societatea umană”. Privind din această perspectivă mijloacele de comunicare socială, vedem că ele „contribuie în mod eficient la lărgirea orizontului și la îmbogățirea intelectuală a oamenilor, precum și la propagarea și consolidarea Împărăției lui Dumnezeu” .

³²Biserica urmărește două obiective în ceea ce privește mass-media. Unul dintre ele este încurajarea dezvoltării corespunzătoare a mijloacelor de comunicare socială, și a folosirii lor corecte, pentru binele progresului uman, al dreptății și al păcii – pentru ridicarea societății la nivel local, național și comunitar, în lumina binelui comun și în spiritul solidarității. Luând în considerare marea importanță a comunicațiilor sociale, Biserica dorește „un dialog onest și respectuos cu cei responsabili de mass-media” – un dialog care se referă în primul rând la elaborarea politicii mass-media. „Acest dialog implică din partea Bisericii efortul de a înțelege mass-media – cu obiectivele, metodele, formele, regulile, structurile interne și modalitățile lor – și de a oferi sprijin și încurajare celor implicați în activitatea mediatică. Pe baza acestei înțelegeri și a acestui sprijin, devine posibilă oferirea unor propuneri semnificative pentru eliminarea obstacolelor care stau în calea progresului uman și a proclamării Evangheliei” .

Biserica se preocupă însă și de comunicarea ei, atât cu exteriorul, cât și din interiorul ei. O astfel de comunicare este mai mult decât un exercițiu tehnic, deoarece ea „își are punctul de start în comuniunea de iubire dintre persoanele divine și în comunicarea lor cu noi”, precum și în înțelegerea faptului că comunicarea trinitară „se extinde asupra omenirii: Fiul este Cuvântul ‘rostit’ din veșnicie de către Tatăl și, în și prin Isus Cristos,

³¹

Cf prelegere Vatican, 22 februarie 2002, Sărbătoarea Catedrei Sf. Apostol Petru. John P. Foley
Președinte Pierfranco Pastore Secretar

Fiul și Cuvântul întrupat, Dumnezeu se comunică pe Sine oamenilor, și le comunică mântuirea Sa” .

Dumnezeu continuă să comunice cu omenirea prin Biserică, purtătoarea și păstrătoarea Revelației Sale, al cărei magisteriu viu este singurul căruia El i-a încredințat sarcina de a interpreta în autentic cuvântul Său. Mai mult, Biserica însăși este o comuniune de persoane și de comunități euharistice, care derivă din și care reflectă comuniunea trinitară; astfel, comunicarea este esențială pentru Biserică. Acest motiv, mai mult decât oricare altul, explică de ce „practica de comunicare a Bisericii trebuie să fie exemplară, oglindind cele mai înalte standarde ale veridicității, responsabilității, sensibilității față de drepturile omului și alte principii și norme relevante” .

Acum trei decenii, „Communio et Progressio” sublinia faptul că „mass-media modernă îi oferă omului noi căi de întâlnire cu mesajul Evangheliei” . Papa Paul al VI-lea spunea că Biserica „s-ar simți vinovată în fața Domnului” dacă nu ar folosi mijloacele de comunicare socială pentru evanghelizare. Papa Ioan Paul al II-lea a numit mass-media „primul Areopag al epocii moderne”, și a declarat că „nu este suficient doar să folosim mass-media pentru a răspândi mesajul creștin și învățătura autentică a Bisericii. Este de asemenea necesar să integrăm acest mesaj în ‘noua cultură’ creată de mijloacele moderne de comunicare.” A face aceasta este cu atât mai important astăzi, când mass-media nu numai că are o influență puternică asupra a ceea ce gândesc oamenii despre viață, ci și, în mare măsură, „însăși experiența umană a devenit o experiență mediatică” .

Toate acestea se aplică și Internetului. Chiar dacă lumea comunicațiilor sociale „pare adesea a se afla în opoziție cu mesajul creștin, ea oferă ocazii unice de proclamare a adevărului mântuitor al lui Cristos către întreaga familie umană. Să ne gândim la capacitățile pozitive ale Internetului de a transmite informațiile și învățăturile religioase dincolo de toate barierele și frontierele. O astfel de audiență largă ar fi depășit imaginația cea mai îndrăzneată a celor care au predicat evanghelia înaintea noastră. Catolicii nu trebuie să se teamă să deschidă larg porțile comunicațiilor sociale ale lui Cristos, pentru ca vestea cea bună să poată fi auzită de pe acoperișurile lumii.”

5.3. OPORTUNITĂȚI ȘI PROVOCĂRI

„Comunicarea în Biserică și dintre Biserică și lume este în esență comunicarea Veștii Bune a lui Isus Cristos. Este proclamarea Evangheliei ca și cuvânt profetic și eliberator adresat oamenilor timpului nostru; este mărturia dată în fața procesului de secularizare radicală despre adevărul divin și despre destinul transcendent al persoanei umane; este mărturia dată, în solidaritate cu toți credincioșii, în ciuda conflictelor și a diviziunilor, despre dreptate și despre comuniunea dintre popoare, națiuni și culturi”.³³

Deoarece anunțarea Veștii Bune oamenilor formați într-o cultură a mijloacelor de comunicare socială necesită acordarea unei atenții deosebite caracteristicilor mass-media, Biserica trebuie acum să înțeleagă Internetul. Este nevoie de aceasta pentru a comunica eficient cu oamenii – în special cu tinerii – care sunt adânciți în experiența acestei noi tehnologii, dar și pentru a-l utiliza cât mai bine.

Din perspectivă religioasă, mijloacele de comunicare socială oferă importante beneficii și avantaje: „Ele duc știri și informații despre evenimente, idei și personalități din viața religioasă. Ele servesc ca și vehicule pentru evanghelizare și catehizare. Oferă inspirație, încurajare și oportunități de cult pentru persoanele constrânse să stea în casele lor sau în instituții”.

Pe lângă acestea, mai există și alte beneficii mai mult sau mai puțin specifice Internetului. El le oferă oamenilor acces direct și imediat la importante resurse religioase și spirituale, la mari biblioteci, la muzee și locuri de cult, la învățătura Magisteriului, la scrierile Sfinților Părinți și ale Doctorilor Bisericii, și la înțelepciunea religioasă a secolelor. Are remarcabila capacitate de a depăși distanțele și izolarea, aducând persoanele în contact cu semenii ai lor de bună-voință, care fac parte din comunități virtuale de credință în care se încurajează și se sprijină reciproc. Biserica poate aduce un important serviciu catolicilor și ne-catolicilor, selecționând și transmițând informații utile prin Internet.

Internetul este important pentru numeroase activități și programe ale Bisericii, precum evanghelizarea, cuprinzând atât re-evanghelizarea cât și noua evanghelizare și

³³ Pierre Moeglin, *Industria educației și noile media*, Polirom, Iași, 2003

tradiționala operă misionară ad gentes, catehezele și alte tipuri de educație, știri și informații, apologetică, conducere și administrare, și unele forme de consiliere pastorală și de îndrumare spirituală. Deși realitatea virtuală a ciber spațiului nu poate înlocui o comunitate interpersonală autentică, realitatea Sacramentelor și a Liturghiei sau vestirea imediată și directă a Evangheliei, ea poate să le completeze, să îi conducă pe oameni spre o experiență mai deplină a vieții de credință, și să îmbogățească viața spirituală a utilizatorilor. Ciber spațiul mai oferă Bisericii mijloace de comunicare cu anumite grupuri – cu tinerii, cu bătrânii și cu persoanele casnice, cu cei care trăiesc în zone izolate, cu membrii altor organisme religioase – la care altfel ar fi fost dificil de ajuns.

Un număr tot mai mare de parohii, dieceze, congregații religioase și instituții ale Bisericii, programe și organizații de tot felul, se folosesc acum de Internet în aceste scopuri, precum și în altele. În unele locuri, la nivel național sau regional, se desfășoară proiecte creative promovate de Biserică. Sfântul Scaun este activ în această direcție de mai mulți ani, și continuă să își extindă și să își dezvolte prezența pe Internet.

Încurajăm grupurile care au legătură cu Biserica și care nu au făcut încă primii pași de a intra în ciber spațiu să se gândească să facă acest lucru cât mai rapid. Biserica recomandă cu tărie schimbul de idei și informații despre Internet dintre cei care au experiență în acest domeniu și cei care sunt începători.

Biserica înțelege și folosește Internetul ca un instrument de comunicare internă. În acest sens aceasta are în vedere caracterul lui special de mediu direct, imediat, interactiv și participativ.

Interactivitatea bidirecțională a Internetului face deja să dispară vechea distincție dintre cei care comunică și cei care primesc mesajul comunicat și crează o situație în care, cel puțin este posibil, caoricine să poată face ambele lucruri. Astfel prin intermediul Internetului nu mai avem vechiul sistem de comunicare dintr-o singură direcție, de sus în jos. Tot mai multe persoane se familiarizează cu acest aspect caracteristic al Internetului în alte sectoare ale vieții lor, și ne putem aștepta de aceea să folosească Internetul și în legătură cu religia și cu Biserica.

Tehnologia este nouă, dar ideea nu. Conciliul Vatican II a spus că membrii Bisericii trebuie să le dezvăluie păstorilor lor „nevoile și dorințele lor, cu acea libertate și încredere care le este proprie copiilor lui Dumnezeu și fraților lui Cristos”; de fapt,

potrivit cunoștințelor, competențelor, sau pozițiilor lor, credincioșii au dreptul, dar și obligația de „a-și face cunoscută opinia asupra a ceea ce privește binele Bisericii”.

„Communio et Progressio” remarca faptul că, fiind un „trup viu”, Biserica „are nevoie de opinia publică, alimentată de discuțiile dintre diversele ei membre”. Deși adevărurile de credință „nu dau spațiu pentru interpretări arbitrare din partea indivizilor”, Instrucțiunea Pastorală arată „o zonă vastă în care membrii Bisericii își pot exprima propriile opinii” .

Idei similare sunt exprimate în Codul de Drept Canonic, precum și în documente mai recente ale Consiliului Pontifical pentru Comunicațiile Sociale.

„Aetatis Novae” definește comunicația bidirecțională și opinia publică ca fiind „modul de realizare concretă a caracterului de ‘comuniune’ al Bisericii”. În documentul „Etica în Comunicații” se spune: „Un flux bidirecțional de informații și opinii între păstori și credincioși, libertatea de expresie sensibilă la binele comunității și la rolul Magisteriului în promovarea sa și o opinie publică responsabilă sunt toate expresii importante ale ‘dreptului fundamental la dialog și informare în sânul Bisericii’”. Internetul constituie un mijloc tehnic eficient pentru înțelegerea acestei viziuni.

Avem deci un instrument care poate fi folosit în mod creativ pentru diferite aspecte ale administrării și conducerii. Pe lângă deschiderea de canale pentru exprimarea opiniei publice, ne gândim la oportunități precum consultarea experților, pregătirea întâlnirilor și colaborarea între Biserici particulare și institute religioase la nivel local, național și internațional.

Educația și formarea sunt un alt domeniu oportun și necesar. „Astăzi toți au nevoie de unele forme de educație continuă cu privire la mass-media, fie prin studiu personal, fie prin participarea la un program organizat, sau prin ambele metode. Mai mult decât a învăța tehnici, educația asupra mijloacelor de comunicare socială ajută la formarea de standarde privind bunul gust și judecata morală adevărată. Este vorba de un aspect de formare a conștiinței. Prin școlile și programele ei de formare, Biserica ofera o educație în materie de mass-media de acest fel” .

Educarea și formarea asupra Internetului trebuie să fie parte a unor programe complete de educare asupra mijloacelor de comunicare socială puse la dispoziția membrilor Bisericii. Pe cât posibil, planul pastoral pentru comunicațiile sociale trebuie să prevadă această formare în pregătirea seminariștilor, a preoților, a călugărilor și a personalului pastoral laic, precum și a profesorilor, a părinților, și a elevilor și studenților.

Tinerii în special trebuie să fie educați „nu numai să fie buni creștini atunci când sunt consumatori de mass-media, ci și să utilizeze în mod activ toate posibilitățile oferite de mijloacele de comunicare social. Astfel, tinerii vor fi cetățeni adevărați ai erei comunicațiilor sociale, care a început deja” – o eră în care mass-media sunt considerate ca „parte a unei culturi în continuă dezvoltare, de ale cărei consecințe nu suntem încă pe deplin conștienți” .

Educarea privind Internetul și noua tehnologie înseamnă astfel mult mai mult decât învățarea de tehnici; tinerii trebuie să învețe cum să se descurce într-o lume a ciberspățiului, să judece ceea ce găsesc aici după criteriile morale sănătoase, și să folosească noua tehnologie pentru propria lor dezvoltare integrală și pentru binele celorlalți.

Internetul ridică de asemenea Bisericii unele probleme speciale, pe lângă cele de natură generală prezentate în „Etica în Internet”, documentul care îl însoțește pe acesta.³⁴ Subliniind aspectele pozitive ale Internetului, este important și să le arătăm cu claritate pe cele negative.

Privind în profunzime, „lumea mijloacelor de comunicare socială poate să pară uneori indiferentă și chiar ostilă credinței și moralei creștine. Aceasta s-a datorat în parte faptului că însăși cultura mediatică este profund impregnată de o judecată tipic postmodernistă, al cărei singur adevăr absolut este acela că nu există adevăruri absolute sau că, dacă există, ele sunt inaccesibile rațiunii umane și, în consecință, neînsemnate” .

Printre problemele specifice ridicate de Internet se numără prezența siturilor denigratoare, dedicate defăimării și atacării grupurilor religioase și etnice. Unele dintre aceste situri atacă Biserica Catolică. Asemenea pornografiei și violenței din mass-media, aceste situri reprezintă „reflectarea laturii întunecate a unei naturii umane rănite de păcat” . Și chiar dacă respectul pentru libertatea de expresie cere tolerarea chiar și a afirmațiilor denigratoare, până la un punct, auto-cenzura și, dacă este nevoie, intervenția autorității publice, trebuie să stabilească și să impună limite rezonabile la ceea ce poate fi spus.

Creșterea numărului de situri web care se auto-definesc ca fiind catolice crează un alt fel de probleme. După cum am arătat, grupurile care au legătură cu Biserica trebuie să fie prezente în mod creativ pe Internet; de asemenea este îndreptățită

³⁴ Ioan Neacșu, Rodica Mareș, Mariana Nica (coord.), *Tineretul și educația pentru valorile nonviolentei*, SemnE, București, 2003

prezența pe Internet a unor persoane și grupuri neoficiale, bine motivate și bine informate, care acționează din propria lor inițiativă. Este însă cel puțin derutant să nu poți face distincție între poziția autentică a Bisericii și interpretările excentrice ale doctrinei, practicile devoționale ciudate sau propagandele ideologice, care poartă eticheta de „catolic”.

Sunt și alte probleme asupra cărora trebuie să reflectăm. Alături de studiu și cercetare, desigur, poate și trebuie să fie dezvoltată o planificare pastorală pozitivă privind utilizarea Internetului.

S-a sugerat faptul că gama largă de opțiuni privind produsele și serviciile disponibile pe Internet poate avea un efect propulsor raportat la religie și promovează o abordare de tip consumist a problemelor legate de credință. Datele sugerează faptul că unii vizitatori de situri web religioase se consideră ca într-un fel de super-magazin, selectând și luând din ofertele religioase acele elemente care se potrivesc gusturilor lor personale. „Tendința din partea unor catolici de a fi selectivi în adeviziunea lor” la învățătura ³⁵Bisericii este o problemă recunoscută în alte contexte; sunt necesare mai multe informații pentru a se ști dacă și în ce măsură această problemă este agravată de Internet.

În mod asemănător, așa cum s-a arătat mai sus, realitatea virtuală a ciberspațiului are anumite implicații îngrijorătoare pentru religie, precum și pentru alte domenii ale vieții. Realitatea virtuală nu poate să înlocuiască Prezența Reală a lui Cristos din Euharistie, realitatea sacramentală a celorlalte Sacramente, și nici cultul comun în sânul unei comunități umane în carne și oase. Nu există Sacramente pe Internet; chiar și experiențele religioase posibile aici prin harul lui Dumnezeu sunt insuficiente dacă sunt separate de interacțiunea din lumea reală cu alți credincioși.

Acesta este un alt aspect al Internetului care cere studiu și reflecție. În același timp, planificarea pastorală trebuie să analizeze modul în care oamenii pot fi conduși de la ciberspațiu la comunitatea reală și cum, prin învățământ și cateheză, Internetul poate fi utilizat ulterior pentru a-i susține și îmbogăți în angajamentul lor creștin.

³⁵Ioan Neacșu, Rodica Mareș, Mariana Nica (coord.), *Tineretul și educația pentru valorile nonviolentei*, SemnE, București, 2003

5.4. RECOMANDĂRI ȘI CONCLUZII

Persoanele religioase, ca membri interesați ai marii audiențe a Internetului, care au de asemenea interese proprii legitime, doresc să facă parte din procesul care orientează dezvoltările viitoare ale acestui nou mijloc de comunicație. Fără îndoială, aceasta presupune uneori din partea lor adaptarea modului lor de a gândi și a acționa.

Este de asemenea important ca oamenii din toate nivelele Bisericii să folosească Internetul într-un mod creativ, pentru a-și îndeplini propriile responsabilități și pentru a ajuta la împlinirea misiunii Bisericii. A te retrage cu timiditate, din teama față de tehnologie sau din alte motive, este inacceptabil, ținând seama de numeroasele oportunități pe care le oferă Internetul. „Metodele de facilitare a comunicării și a dialogului dintre membrii Bisericii pot întări legăturile de unitate dintre ei.³⁶ Accesul imediat la informare face posibilă pentru Biserică aprofundarea dialogului ei cu lumea contemporană... Biserica poate să informeze mai prompt lumea cu privire la ceea ce crede ea, și să explice motivațiile poziției ei asupra unui anumit aspect sau eveniment.

Ea poate să audă mai clar vocea opiniei publice și să intre într-o dezbatere continuă cu lumea din jurul ei, implicându-se astfel mai prompt în căutarea comună de soluții la numeroasele probleme presante ale omenirii” .

Lideri Bisericii, cei aflați în funcții de conducere în toate sectoarele Bisericii trebuie să înțeleagă mijloacele de comunicare socială, să aplice această înțelegere în elaborarea de planuri pastorale privind comunicarea socială, alături de politici și programe concrete în acest domeniu, precum și să folosească în mod corespunzător mass-media. Atunci când este necesar, ei înșiși trebuie să primească o educație cu privire la mass-media. De fapt, „Biserica ar fi mai bine slujită dacă cei care dețin sarcini și îndeplinesc funcții în numele ei ar primi o formare în domeniul comunicației” .

Aceasta se aplică Internetului, precum și mai vechilor mijloace de comunicare socială. Liderii Bisericii sunt obligați să folosească „întreg potențialul ‘erei computerului’

³⁶ Cf prelegere Vatican, 22 februarie 2002, Sărbătoarea Catedrei Sf. Apostol Petru. John P. Foley
Președinte Pierfranco Pastore Secretar

pentru a sluji vocația umană și transcendentă a fiecărei persoane, dând astfel glorie Tatălui de la care vin toate lucrurile bune” . Ei trebuie să folosească această remarcabilă tehnologie în numeroase aspecte ale misiunii Bisericii, explorând de asemenea oportunitățile oferite pentru cooperarea ecumenică și inter-religioasă.

După cum am văzut, un aspect particular al Internetului privește creșterea numărului de situri neoficiale care se definesc ca fiind „catolice”, creștere care provoacă adesea multă confuzie. Un sistem de certificare voluntară la nivel local și național, sub supravegherea reprezentanților Magisteriului, poate fi folositor cu privire la materiale de natură doctrinală sau catehetică specifică. Ideea nu este de a se impune o cenzură, ci de a se oferi utilizatorilor Internetului un ghid de încredere asupra a ceea ce este în acord cu poziția autentică a Bisericii.

Responsabililor pastorali. Preoții, diaconii, călugării și lucrătorii pastorali laici ar trebui să studieze mijloacele de comunicație socială pentru a înțelege mai bine impactul acestora asupra indivizilor și asupra societății, și pentru a-și însuși un mod de comunicare adaptat la sensibilitățile și interesele oamenilor dintr-o cultură media.

Astăzi aceasta implică în mod evident pregătirea cu privire la Internet, inclusiv pentru folosirea acestuia în propria muncă. Ei se pot de asemenea folosi de siturile web care oferă noutăți teologice și sugestii pastorale.

În ceea ce privește responsabilii eclesiali direct implicați în mass-media, este evident faptul că trebuie să aibă o pregătire profesională. Ei au însă nevoie și de o formare doctrinală și spirituală, din moment ce „pentru a da mărturie despre Cristos este necesar să îl întâlnești și să dezvolti o relație personală cu El, prin rugăciune, prin Euharistie și prin Sacramentul Reconcilierii, citind și meditând cuvântul lui Dumnezeu, studiind doctrina creștină și slujindu-i pe ceilalți” .

Educatorilor și cateheților instrucțiunea pastorală „Communio et Progressio” le vorbește despre „datoria urgentă” a școlilor catolice de a pregăti comunicatori și receptori ai comunicațiilor sociale, pe baza principiilor creștine pertinente . Acest mesaj a fost repetat de nenumărate ori. În epoca Internetului, cu răspândirea lui largă și impactul său puternic, această nevoie este mai imperioasă ca niciodată.

Universitățile, colegiile, școlile și programele educaționale catolice de la toate nivelele trebuie să ofere cursuri pentru diferite grupuri – „seminariși, preoți, călugări și călugărițe, și lideri laici... profesori, părinți și studenți” – precum și o pregătire mai avansată în ceea ce privește tehnologia, managementul, etica și politica comunicațiilor

pentru persoanele care se pregătesc pentru activitatea profesională în mass-media sau pentru funcții de decizie, inclusiv pentru aceia care lucrează în comunicațiile sociale ale Bisericii.

Părinților pentru binele copiilor lor, precum și pentru binele lor, părinții „trebuie să învețe să fie spectatori, ascultători și cititori conștienți, utilizând cu prudență mass media în casă”. În ceea ce privește Internetul, copiii și tinerii sunt adesea mai familiarizați cu acesta decât sunt părinții lor. Părinții au totuși obligația de a-i îndruma și supraveghea pe copii în folosirea Internetului. Dacă aceasta înseamnă să învețe despre Internet mai mult decât știu acum, cu atât mai bine.

Atunci când este posibil din punct de vedere financiar și tehnic, părinții trebuie să se asigure că computerele care sunt la îndemâna copiilor sunt dotate cu filtre de navigare, pentru a-i proteja pe cât posibil de pornografie, de maniacii sexuali și de alte pericole.

Nu trebuie permisă folosirea nesupravegheată a Internetului. Părinții și copiii trebuie să discute unii cu alții despre cele văzute și trăite în ciber spațiu; de asemenea, mai poate fi util schimbul de experiență cu alte familii care au aceleași valori și aceleași preocupări. În această direcție, datoria fundamentală a părinților este de a-i ajuta pe copii să folosească Internetul în mod responsabil și cu discernământ, să nu devină dependenți de Internet, neglijându-și astfel contactele cu semenii lor și cu însăși natura.

Copiilor și tinerilor internetul le este o ușă deschisă spre o lume fascinantă și incitantă, cu o puternică influență formativă, dar nu tot ce este dincolo de această ușă este sănătos, sigur și adevărat. „Copiii și tinerii trebuie să fie deschiși față de formarea cu privire la mijloacele de comunicare socială, rezistând tentației simplificatoare a pasivității acritice, presiunii exercitate de tovarășii lor și exploatării comerciale”.

Tinerii își datorează lor înșiși, precum și părinților, familiilor, prietenilor, păstorilor și profesorilor lor, și în fine lui Dumnezeu, să utilizeze bine Internetul.

Internetul oferă tinerilor încă de la vârste fragede o imensă capacitate de a face bine și de a face rău, lor înșiși și altora. El poate să îmbogățească viețile lor dincolo de ceea ce și-ar fi putut imagina generațiile anterioare, și să le permită să îmbogățească la rândul lor viețile altora. Internetul poate de asemenea să îi împingă în consumism, fantezie pornografică și violentă, și izolare patologică.

Tinerii, după cum se spune adesea, reprezintă viitorul societății și al Bisericii.

Buna folosire a Internetului îi poate ajuta să se pregătească pentru

responsabilitățile lor din ambele medii. Aceasta nu se va întâmpla însă în mod automat.

Internetul nu este doar un mediu pentru distracție și satisfacții consumiste. Este un instrument pentru desfășurarea unei activități utile, iar tinerii trebuie să învețe să îl vadă și să îl folosească ca atare. În ciber spațiu, ca și în oricare alt spațiu, ei pot să fie chemați să meargă împotriva valului, să practice o contra-cultură, și chiar să fie persecutați de dragul la ce este adevărat și bine.

Tuturor persoanelor de bunăvoință li se recomanda unele virtuți care trebuie cultivate de oricine dorește să folosească în mod corect Internetul; exercitarea lor trebuie să se bazeze pe și să fie condusă de o evaluare realistă a conținutului său.

Este nevoie de prudență pentru a vedea clar implicațiile – potențialul pentru bine și rău – ale acestui nou mediu și pentru a răspunde în mod creativ la provocările pe care le ridică și la oportunitățile pe care le oferă.

Este nevoie de dreptate, în special pentru eliminarea divizării digitale – prăpastia dintre cei bine informați și cei slab informați din lumea de astăzi. Aceasta necesită un angajament față de binele comun internațional, precum și „globalizarea solidarității”.

Este nevoie de tărie și curaj. Aceasta înseamnă apărarea adevărului în fața relativismului religios și moral, a altruismului și a generozității în fața consumismului individualist, și a decenței în fața senzualității și a păcatului. Este nevoie și de cumpătare – o apropiere auto-disciplinată față de acest remarcabil instrument tehnologic care este Internetul, pentru a-l folosi cu înțelepciune și numai în scopuri bune. Reflectând asupra Internetului, precum și asupra tuturor celorlalte mijloace de comunicare socială, reamintim faptul că Cristos este „Comunicatorul perfect” – norma și modelul abordării de către Biserică a comunicațiilor, precum și conținutul pe care Biserica are datoria de a-l comunica. „Fie ca toți catolicii angajați în lumea comunicațiilor sociale să predice de pe acoperișuri adevărul lui Isus într-un mod mai plin de bucurie și mai curajos, astfel încât toți oamenii să poată cunoaște iubirea care este centrul comunicării pe care Dumnezeu o face despre sine însuși în Isus Cristos, același ieri, astăzi și întotdeauna”.³⁷

³⁷ Cf prelegere Vatican, 22 februarie 2002, Sărbătoarea Catedrei Sf. Apostol Petru. John P. Foley
Președinte Pierfranco Pastore Secretar

6. Bibliografie

- Biblia, Traducere, introduceri și note: pr. Alois Bulai, pr. Eduard Patrașcu, Sapiientia, Iași, 2013
- Conciliul Ecumenic Vatican II, Arhiepiscopia Romano-Catolică de București, 2000
- Catehismul Bisericii Catolice, Arhiepiscopia Romano-Catolică de București, 1993
- Xavier Leon-Dufour, *Vocabular de teologie biblică*, Editura Arhiepiscopiei Romano-Catolice de București, 2001
- Michael Bland, Alison Theaker, David Wragg, *Relațiile eficiente cu mass media*, Editura Comunicare.ro, București, 2003
- Valentina Marinescu (coord.), *Efectele comunicării. O perspectivă culturologică*, Tritonic, București
- Paul Dobrescu, Alina Bârgăoanu, *Mass media și societatea*, Comunicare.ro, București, 2003
- Pierre Moeglin, *Industria educației și noile media*, Polirom, Iași, 2003
- Virgiliu Gheorghe, *Efectele televiziunii asupra minții umane*, Prodromos, București, 2008
- Veronica Bâlbâie, *Eseuri educative radiofonice*, Pim, Iași, 2005
- Mihai Coman, *Mass media în România post-comunistă*, Polirom, Iași, 2003
- Bernard Miege, *Societatea cucerită de comunicare*, Polirom, Iași, 2000
- Marian Petcu, *Puterea și cultura. O istorie a cenzurii*, Polirom, Iași, 1999
- Lazăr Vlăsceanu, *Sociologie*, Polirom, Iași, 2011
- Denis McQuail, Sven Windahl, *Metode ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Comunicare.ro, București, 2001
- Petru Iluț, *Valori, atitudini și comportamente sociale. Teme actuale de psihosociologie*, Polirom, Iași, 2004
- Isabelle Paillart (coord.), *Spațiul public și comunicarea*, Polirom, Iași, 2002
- Emmanuel Pedler, *Sociologia comunicării*, Cartea Românească, București, 2001
- Patrick Lecomte, *Comunicare, televiziune și democrație*, Tritonic, București, 2004
- Ioan Neacșu, Rodica Mareș, Mariana Nica (coord.), *Tineretul și educația pentru valorile nonviolentei*, SemnE, București, 2003
- Petru Sescu (coord.), *Introducere în Sfânta Scriptură*, Sapiientia, Iași, 2001

