

Institutul Ludwig Boltzmann pentru
Studiul Problematicii Religioase a
Integrării Europene

*PENTRU O DEMOCRAȚIE A
VALORILOR: STRATEGII DE
COMUNICARE RELIGIOASĂ ÎNTR-O
SOCIETATE PLURALISTĂ*

Seminar internațional organizat la
Colegiul Noua Europă, București
30 noiembrie - 1 decembrie 2001

Colegiul Noua Europă

Redactor: Irina Vainovski-Mihai

Pentru o democrație a valorilor: Strategii de comunicare
religioasă într-o societate pluralistă

Copyright © 2002 – Institutul Ludwig Boltzmann pentru
Studiul Problematicii Religioase a
Integrării Europene și
Colegiul Noua Europă

ISBN 973-85697-3-7

Valori false, valori adevărate: Comunicarea religioasă în contextul neopăgânismului contemporan

Christian TĂMAȘ

1. Premisele comunicării

Comunicarea, așa cum este ea reflectată în diversele tipuri de discurs, pare să reprezinte unul dintre dezideratele esențiale ale civilizației contemporane. Totuși, pentru a putea discerne între valoarea sa intrinsecă și aceea indusă, tributară implicării subiective, este necesară plasarea ei în funcție de o serie de coordonate: opinia și certitudinea, adevărul și subiectivismul.

Opinia operează în teritoriul estimării, al aprecierii a ceea ce ar putea să fie sau să nu fie într-un fel sau altul. În consecință, orice discurs referitor la planificarea viitoare a vieții sociale sau individuale nu se poate desfășura decât în categoria opinabilului, dar nu în aceea a unui opinabil cantitativ, de un tip democratic primar (ce ne-am face cu proștii, dacă ar fi majoritari!), ci a unui calitativ. Seneca afirma, deseori, că părerile trebuie cântărite, nu numărate.

Opiniei i se opune *certitudinea*, întemeiată pe lipsa de echivoc, pe evidența – manifestare a realității – conclusivă sau mediată. Totuși, finitudinea umană nu poate opera decât rareori cu certitudini conclusive, în majoritatea cazurilor ea fiind nevoită să se îndrepte spre certitudinile bazate pe declarațiile unanime ale martorilor. Altfel, dacă nu am lua în seamă decât

valoarea cunoașterii nemijlocite individuale, viața socială ca atare ar deveni imposibilă.

În ce privește *adevărul*, acesta depinde mai mult de natura lucrului cunoscut, decât de aceea a subiectului cunoscător și, pentru a fi acceptat, este nevoie ca persoana să se plaseze axiologic în ordinea binelui, nu a răului. Adevărul este realitatea și nu are a face cu opinia majorității sau cu numitorul comun al diverselor păreri.

Dacă milioane de persoane au vicii comune – spunea Erich Fromm – acest lucru nu preschimbă viciul în virtute; dacă se află în eroare, eroarea nu devine adevăr, și dacă suferă de forme comune de patologie mintală, nu înseamnă că sunt echilibrate.

Adevărul nu este și nu a fost niciodată un consens social, ci există independent de adevărurile individuale, subiective ale fiecăruia. Numai *subiectivismul* consideră că adevărul depinde de om, nedescoperindu-l în lucruri, ci inventându-l pornind de la ele. Astfel, cadrul de acțiune al subiectivismului este cel al intereselor proprii. Deseori comoditatea, bogăția, puterea, faima sau căutarea unei plăceri pot însemna mai mult decât adevărul.

Numai ținând seama de aceste coordonate, comunicarea își poate îndeplini rolul esențial îndreptat spre îmbogățirea și dezvoltarea armonioasă a persoanei umane, atât la nivel individual, cât și colectiv, sub semnul libertății și al responsabilității.

Din punct de vedere tehnic, în orice discurs referitor la comunicare, trebuie să avem în vedere următoarele elemente: a) mesajul; b) emitentul; c) receptorul și d) transmițătorul. Îndreptarea atenției asupra mesajului trimite la preocuparea pentru *claritatea, veridicitatea și exactitatea* a ceea ce se spune.

În acest sens, trebuie să se aibă constant în vedere scopul comunicării (pur informativ sau educativ), pentru a se vedea dacă la capătul ei se regăsește cunoașterea în sine. Când privește emitentul, se are în vedere sublinierea datoriei etice și morale a acestuia de a se autorefecta în comunicare, condiție esențială pentru evitarea ipocriziei și dobândirea de credibilitate din partea receptorului. În sfârșit, prin focalizarea atenției asupra acestuia se evocă întrebarea dacă tot ceea ce i s-a propus receptarea se îndreaptă spre expansiunea sa interioară și spre o mai mare capacitate decizională; e vorba, în cele din urmă, de a-i furniza, de a reacționa în mod liber față de mesajul comunicării, deoarece comunicarea este autentică numai atunci când devine o posibilitate reală de dezvoltare interioară, atunci când subiectivitatea receptorului își găsește propriul spațiu de dezvoltare în interiorul ei.

În articularea acestor trei elemente, un rol extrem de important îi revine transmitătorului, capacității sale de a prelua informația ca atare și de a o reda fără ingerințe, voluntare sau involuntare, de ordin subiectiv. Neluarea în considerare a acestor parametri sau aplicarea lor în mod greșit are drept consecință manipularea comunicării, prezentarea falsului drept adevăr, a negativului ca pozitiv, a non-valorii ca valoare etc. Iar manipularea nu poate opera decât prin prisma noțiunii de putere exercitată în modul său cel mai pregnant la nivelul immanent al existenței umane, nivel al cărui exacerbare îl îndepărtează din ce în ce mai mult pe om de dimensiunea sa transcendentă. Societatea umană actuală manifestă o înclinație generală spre două tipuri de putere: economică și politică. Ambele, dacă ajung să se absolutizeze, vor folosi manipularea pentru a transforma persoanele în supuși sau în consumatori, în posibili alegători sau cumpărători. Acestor două puteri „orizontale” li s-ar putea opune, în ordine transcendentă,

„puterea” religioasă, însă capacitatea acesteia de a „oferta” mai mult este extrem de redusă, având în vedere orientarea generală a evoluției omului contemporan.

În contextul actual, dominat de o exacerbare a dezvoltării „orizontale” a omului în dauna celei „verticale”, persoana umană este din ce în ce mai dominată de *mitul progresului*, după cum afirma Miguel Delibes cu prilejul discursului rostit în plenul Academiei Regale Spaniole. Delibes remarca în mod pertinent că „societatea noastră pretins progresistă este, în fond, ridicol de meschină”, mai ales din cauza „scandalosului” contrast dintre acea parte a omenirii care trăiește din plin „delirul abundenței” și cealaltă, majoritară, aflată în pragul inaniției. Progresul contemporan „flutură flamura” plusvalorii, iar banul devine măsura oricărui lucru. Astfel, „teocentrismului medieval și antropocentrismului renașcentist îi urmează *obiecto-centrismul* care, eliminând orice sens de înălțare umană, îl face pe om să cadă în abjecție și egolatrie”,¹ egolatrie ce nu este altceva decât expresia culminantă a noii idolatrii pe care se întemeiază neopăgânismul contemporan.

2. Neopăgânismul, rezultat extrem al „secularizării interioare”

Ce este, de fapt, neopăgânismul? În mod cert, un fenomen a cărui definire cunoaște valențe multiple. În sens restrâns, prin dimensiunea sa de adversar *de facto* al diferitelor tradiții considerate perimate și vetuste, acesta circumscrie căutarea unor forme de spiritualitate de factură sincretică prin intermediul

¹ M. Delibes, *Discurso de ingreso a la Real Academia Española*, apud J. R. Ayllón, *En torno al hombre*, Madrid, Rialp, 1998, p. 101.

cultivării unui amalgam de elemente disparate aparținând vechilor civilizații (egipteană, indiană, africană, persană etc.), mimând un front spiritual larg, promotor al unei mari diversități de opțiuni, în stare să împlinescă cele mai diverse aspirații umane, de ordin atât spiritual, cât și material. În sens larg însă, neopăgânismul se reflectă în înseși aspirațiile omului contemporan, ancorat într-un realism din ce în ce mai pragmatic, unde transcendentul își găsește cu greu un loc precis. Dintr-un punct de vedere antropologic, asistăm astăzi la o deplasare accentuată a „pietrei unghiulare” a persoanei umane și la o rupere a echilibrului interior al celor două componente constitutive ale sale: spirit și materie.

În urma procesului de reconsiderare a dimensiunii persoanei umane, atât la nivel exterior, cât și interior, inițiat în revoluționarul secol al XVIII-lea, și având de ales între o existență aflată sub semnul paradoxului absolut – intrarea în infinitului în finit, a lui Dumnezeu în istorie – și una aflată sub semnul absurdului absolut – inutilitatea existenței terestre ca atare, o inutilitate alcătuită din mici utilități iluzorii – omul și-a reconsiderat opțiunile și prioritățile din cauza îngustării sau chiar a anihilării orizonturilor sale transcendente. Modelul antropologic creștin este bazat pe educarea și dezvoltarea armonioasă a personalității prin cultivarea spiritului, a inteligenței, a voinței și a dimensiunii culturale, prin cucerirea de către ființa umană a naturii exterioare, precum și a naturii și a libertății sale interioare. Acest model a fost treptat înlocuit de unul dinamicist-biologist, simbolizat de omul „luptător” în stare de a stăpâni arealul înconjurător prin forțe proprii, sursă a libertății și autonomiei complete față de realitatea modelabilă conform voinței sale precum și de modelul marxist asemănător celui precedent prin viziunea dinamicistă asupra realității și prin cea materialistă, conform căruia realitatea, în general, și

cea umană, în special, se află într-o evoluție continuă, rezultat al confruntării și al contradicției. În lumina acestor trei paradigme (premise antropologice ale omului european), asistăm, de fapt, la o reducere a întregului la parte, la o „decădere din drepturi” a completeții structurale a ființei umane.

Deplasarea centrului de echilibru în cadrul „anatomiei” ființei umane spre una dintre cele două părți constitutive ale sale are loc sub imperiul capacității de a alege, adică sub acela al libertății responsabile. În cadrul unui act liber intră în acțiune inteligența și voința, cea din urmă alegând ceea ce a fost cunoscut mai înainte prin cea dintâi. Libertatea îl face pe om *causa sui*, autorul lui însuși. Iar dacă, prin intermediul libertății de a alege, omul este autor liber al unei bune părți a existenței sale, înseamnă că el este, în aceeași măsură, și stăpânul său însuși, deci responsabil, responsabilitatea fiind, în ultimă instanță, o consecință necesară a libertății sale de alegere. Acest lucru rămâne valabil însă numai în cazul absenței unei presiuni exterioare în stare să-i influențeze alegerea. Din această perspectivă, se impun următoarele întrebări: în ce măsură libertatea noastră de a alege este, în cadrul angrenajului existenței sociale, cu adevărat liberă? În ce măsură acționează ceea ce s-ar putea numi „secularizarea interioară” – atrofierea unui sentiment religios clar – asupra libertății noastre? Atrofierea sentimentului religios sau chiar lipsa de spiritualitate nu poate duce decât la o slăbire a potențialului interiorității umane în favoarea ingerințelor și a presiunilor exterioare exercitate prin intermediul puterii economice sau politice, cele două tentații majore ale societății. Deoarece, cu toate că există o libertate fizică manifestată prin capacitatea morfologică a ființei umane de a face uz de propriul corp în scopul realizării unor acte concrete, esența libertății o regăsim în interioritate; omul, chiar

privat de libertatea exterioară, continuă să rămână liber. În schimb, privat de interioritate, libertatea, și așa limitată la toate nivelurile din cauza înseși condiției umane, îl poate reduce la animalitate (a se vedea experimentul comunist îndreptat spre formarea *omului nou*). Omul orientat spre realitatea immanentă și materialistă va cădea cel mai lesne pradă manipulării și va deveni un membru numeric al masei caracterizate printr-un comportament difuz, plasat în afara libertății și a responsabilității reale.

„Pâinea și cirul” Romei antice reprezintă prima încercare de manipulare a maselor încununată de succes. Atunci, ca de altfel și astăzi, surlele și tobele ce anunță largirea ofertei de distracții și de plăceri fac ființa umană să se afunde într-o mlaștină din ce în ce mai greu de traversat. Iar omul devine din ce în ce mai sărac și mai gol în interior, deoarece „hățișurile plăcerii îl împiedică să vadă pădurea plină de posibilități reale a existenței sale”.² Un exemplu tipic de manipulare, de data aceasta contemporană, îl reprezintă manipularea sexualității, aflată la baza unui comerț extrem de rentabil. Prin intermediul revistelor, al ziarelor, al radioului, al televiziunii și, din ce în ce mai mult, al teatrului se impune ideea că plăcerea sexuală, obținută prin orice mijloc și la orice vârstă, este absolut necesară, ea reprezentând unica dimensiune realmente umană și singurul scop autentic al omului. În aceeași categorie de manipulare intră și bunurile „de larg consum” sau „de folosință îndelungată”, avalanșa de articole alimentare sau vestimentare pe care, printr-un adevărat bombardament mediatic, ființa umană este îndemnată să le consume sau să le posedă, pentru „a arăta” sau „a se simți” mai bine.

Grupurile de interes politice sau economice nu sunt străine de acest tip de manipulare, ele fiind preocupate a administra

² J. R. Ayllón, *En torno al hombre*, p. 103.

societății o cantitate suficientă de „carne” în scopul menținerii treze a atenției animalice a masei. Astfel, cu instinctele alimentate în mod artificial, persoana ajunge să își concentreze atenția, voluntar sau involuntar, asupra dimensiunii sale morfo-fiziologice, în dauna celei spirituale. Pentru manipulatorul obsedat de putere, animalizarea societății are un avantaj clar: o turmă este mult mai simplu de condus decât o comunitate alcătuită din individualități libere. Obiectul material, oricare ar fi el, se transformă, sub imperiul manipulării,

într-un fel de jucărie pentru adulți care le influențează profund modul de a gândi. Este, poate, vorba de jucăria modernă cea mai de succes, unic aliment intelectual al unui extrem de ridicat procent de ființe umane³.

Totuși, cea mai clară formă de manipulare este minciuna, regăsită la toate nivelurile comunicării „de masă”. În Franța, de exemplu, campania în favoarea legalizării avorturilor a folosit cifre false. Acest lucru se știa, dar nu a fost recunoscut în mod oficial decât după doi ani de către Institutul Național de Studii Demografice. Realitatea referitoare la numărul masiv de avorturi clandestine, folosită cu succes în campanie, nu exista de fapt, fiind fabricată prin înmulțirea numărului real cu patru, ceea ce avea să ducă la cifre aproape astronomice.

Minciunile cele mai blânde sunt eufemismele: nevăzător în loc de orb, vârsta a treia în loc de bătrânețe (...), fără să mai vorbim de cuvinte ca adevăr, pace, libertate, dreptate, lipsite în cadrul comunicării de un înțeles fix. Larra spunea, în acest sens: „unii le înțeleg într-un fel, alții în altul, în timp ce o categorie destul de largă de cetățeni nu le înțelege deloc. Dar, folosindu-le, nu există discurs care să nu-și atingă scopul,

³ *Ibidem*, p.104.

nu există lucru care să nu poată fi dovedit și nici popor care să nu poată fi convins.”⁴

În timp ce lucruri și tendințe importante, unele chiar extrem de importante pentru umanitatea în ansamblul său, cunosc îndelungi momente de recul sau cad în uitare, tendința manipulatorie rămâne constantă, în măsura în care dorința de putere și de autojustificare rămân constante. Din ce în ce mai dependent de „pâine și circ”, de „drogurile” manipulative ale libertății sale, omul contemporan se afundă din ce în ce mai mult într-un nou păgânism ce îl acaparează prin „frumusețea și strălucirea” idolilor săi. În aceste condiții, el nu mai „este ceea ce este, ci este ceea ce posedă”, iar „secularizarea interioară” devine un motiv de necomunicare în raport cu tot ceea ce scapă unui cadru prestabilit.

3. Răsturnarea valorilor în societatea contemporană

Un rol deosebit de important, în conturarea personalității omului contemporan, l-a avut *liberalismul*. Este evident că orice viziune asupra vieții nu poate deriva decât din modul de interpretare a relației dintre trei elemente cruciale: lumea, omul și Dumnezeu. Ideologia liberală le admite, dar neagă dependența actuală a omului și a lumii de Creator, care nu ar fi altceva decât Arhitectul universal al unei opere realizate cu milioane de ani în urmă.

Liberalismul îl consideră pe om unicul protagonist al Istoriei, libertatea acestuia fiind normă a ei înseși, în afara unor criterii exterioare și obiective. Concepând libertatea ca valoare

⁴ *Ibidem*, p. 106.

supremă, nu este acceptată povara unei responsabilități stabile, deoarece acest lucru ar implica o anumită limitare a acțiunilor viitoare. De aceea, omul liberal se simte îndemnat să realizeze acțiuni libere în toate direcțiile posibile, chiar dacă ar fi opuse și contradictorii, evitând orice fel de obligații.

Nu este greu de remarcat faptul că o astfel de concepție, orientată spre individualism, generează o societate egoistă, unde ideea de bine comun (bunăstarea materială și pacea) se plasează în afara semnificației ei reale. Dar, după cum ne-o arată însăși evidența, pacea și bunăstarea nu sunt suficiente, deoarece plinătatea vieții are nevoie de cunoașterea adevărului despre om, precum și de posibilitatea de a-l pune în practică în mod liber, cu alte cuvinte, de posibilitatea de a adera, în absența oricărei constrângeri, la acele adevăruri radicale plasate dincolo de realitatea acestei lumi și în lumina cărora se configurează întregul comportament personal. Se poate întâmpla ca omul să creadă într-un destin etern care se decide în această viață. În acest caz, nici un act uman nu va fi indiferent, ceea ce va sublinia importanța crucială al celui alt element al binelui comun, valoarea.

Valoarea are în vedere acele calități grație cărora există lucruri și acțiuni plasate în ordinea binelui. Realitatea ei este un aspect al binelui. Iar binele este depozitarul valorii, ceea ce face ca valoarea să fie „bunătatea” a ceea ce este bun. Binele este cel care merită a fi prețuit prin bunătatea sa, prin valoarea sa, iar bunătatea a ceea ce o conține reprezintă valoarea sa corespunzătoare. Așadar, așa cum există diferite tipuri de bine, există și diferite scări ale valorii. În ce privește binele, el se poate prezenta sub trei forme: cinstea (*bonum honestum*), utilitatea (*bonum utile*) și plăcerea senzorială (*bonum delectabile*), unde cinstea este valoarea cinstului (ceea ce este bun în sine, ca scop), utilitatea, valoarea utilului (ceea ce este

bun ca mijloc, bun la ceva), iar plăcerea, valoarea a ceea ce produce delectare simțurilor.

Valorile posedă două caracteristici esențiale: polaritatea și ierarhia (M. Scheler). Polaritatea are în vedere faptul că fiecărei valori date îi poate corespunde o „antivaloare”. Conținutul pozitiv sau negativ al unei valori nu depinde de structura sa formală, ci de conținutul său material și este, din punct de vedere fenomenologic, perceptibil prin intermediul „descărcării” emoționale sau sentimentale pe care o produce: atracție – valorile, și respingere – antivaloriile. Dincolo de polaritate, se află ierarhia. Valorile, pe lângă faptul că se organizează la nivel „orizontal” în perechi de tip pozitiv-negativ, sunt distribuite și „pe verticală” în grade de superioritate. Capacitatea de estimare funcționează bine atunci când ia în considerare aceste două caracteristici, adică atunci când se apreciază valorosul, se disprețuiește nonvalorosul și când se preferă valorile superioare celor inferioare, chiar dacă acestea din urmă nu sunt disprețuite. Chestiunile de valoare nu trebuie, însă, plasate în câmpul sentimentului, al gustului sau al preferințelor personale și culturale. Gustul, deși putând avea o anumită importanță referitoare la valoarea frumosului sau utilului, nu reprezintă un criteriu unic al judecăților de valoare atunci când avem a face cu teme filosofice importante, metafizice, existențiale, etice, politice etc.

Realizarea valorii are nevoie de o libertate responsabilă, dar, în acest caz, întreaga greutate a responsabilității ar cădea asupra așa-numitei *value clarification*, clarificarea valorilor plasată în ordinea gustului. Această metodă a fost generată în ambientul educativ anglo-saxon ca tehnică sau chiar ca terapie de factură psihanalitică, îndreptată spre creșterea capacității de introspecție a unui subiect în scopul creării unui sistem individual de valori într-o manieră autonomă și responsabilă. În acest sens, Allan Bloom afirma:

adaptând o formulă a lui Platon cu privire la zei, nu ne place un lucru pentru că este bun, ci este bun pentru că ne place. Decizia de a aprecia că un lucru este demn de apreciere ne aparține.⁵

Din această perspectivă, comunicarea valorilor prin educație nu ar trebui să aibă în vedere decât prezentarea echidistantă a tuturor opțiunilor valorice posibile, căci, de fapt, contează mai puțin valoarea în sine, cât valoarea subiectivă, subiectul trebuind să aibă libertatea de a decide ce este bun sau rău pentru el. Lăsarea chestiunilor referitoare la valoare la bunul plac al fiecăruia, nu reprezintă doar manifestarea unei mari superficialități, ci și o mare lipsă de responsabilitate, care, nu de puține ori, poate duce la cinism. Subiectul educat după asemenea criterii va deveni mult mai susceptibil de a fi „masificat” și manipulat prin simpla educare a gustului său, într-o direcție sau alta, iar cultura creată de el nu va fi decât o anticultură:

ceea ce se întâmplă, de fapt, într-o anticultură sau într-un stil de viață – dacă înnobilează sau înjosește – are mai puțină importanță. Nimeni nu este obligat să reflecteze asupra practicilor sale. Este cu neputință. Orice ar fi cineva, oricine ar vrea să fie, este bine. Ceea ce începe dintr-o căutare, dacă nu a plăcerii egoiste (...), cel puțin a evitării suferinței și a eliberării de ea (...), transformată într-un stil de viață și într-un *drept*, se preschimbă într-un fundament de superioritate morală. Viața confortabilă și liberă de constrângeri devine moralitate.⁶

⁵ A. Bloom, *El cierre de la mente moderna*, Barcelona, Plaza & Janés, 1988, p. 204.

⁶ *Ibidem*, p. 245.

Cu toate că acest lucru pare din ce în ce mai mult un deziderat al omului contemporan, nu trebuie uitat că legile logice sau etice nu pot fi reduse la legile psihologice. În aceeași ordine de idei, nu trebuie nici să punem pe același plan valorile cu valorizările, se întâmplă în cadrul *clarificării valorilor*. Valorizările sunt fapte, dar nu și valorile; acestea din urmă, în măsura în care sunt autentice, nu pot fi reduse la cele dintâi. Discursul referitor la valorizare poate fi pus sub semnul criteriilor psihologice sau sociologice, fiindcă prin valorizare se judecă percepția estimativă individuală sau majoritară din punct de vedere social. Acest discurs este unul posibil, având un statut epistemologic specific, corespunzător psihologiei sau sociologiei morale, dar nu are a face cu valorile în sine, a căror decideră corespunde criteriilor logice (deontologice) și etice. Promovarea valorizării unui lucru prin intermediul percepției subiective, prin gust, nu prin aprecierea valorii în sine nu face altceva decât să substituie valorii „un alt fel de valoare” sau să răstoarne ierarhia valorică, prin plasarea valorilor inferioare în locul celor superioare și invers. În societatea contemporană, dată fiind orientarea interesului public și individual spre o dimensiune marcată de idealul satisfacerii cât mai rapide și mai neîngrădite a aspirațiilor de ordin material, răsturnarea ierarhiei valorilor devine o practică curentă, acest lucru ducând la adâncirea crizei în care se află persoana umană, din ce în ce mai incapabilă de a distinge între valorile „adevărate” și cele „false”. Spre exemplificare, ne vom referi la o statistică întocmită de un pedagog american în urma unui studiu de caz. Să ne imaginăm curtea unei școli, unde se joacă cincisprezece copii, veseli și lipsiți de griji. În procente, situația membrilor grupului după douăzeci de ani, în condițiile contactului lor firesc cu ambientul social dominat de valorile contemporane, a fost următoarea:

100% au consumat, măcar o dată, droguri în liceu sau la universitate;

10% au avut probleme serioase legate de dependența de droguri sau de alcool;

10% - 20% au avut grave probleme psihologice, în special depresii clinice;

5% dintre cei cu probleme psihologice sau legate de consumul de droguri ori de alcool s-au sinucis;

60% au abandonat complet orice legătură cu religia;

100% au fost expuși pornografiei având probleme legate de sexualitate și de fidelitatea conjugală;

50% au divorțat înainte de împlinirea vârstei de 30 de ani. (James B. Stenson, *Preparing for peer pressure. A guide for parents with young children*, New York, 1988).

Din cauza caracterului vast al problemei, polemica referitoare la valoarea valorii a fost și este în continuare deschisă. Cu toate acestea și în ciuda diminuării interesului public pentru concepția de valoare, nu puțini sunt cei care se văd nevoiți să admită că ridiculizarea sau chiar suprimarea valorilor a atras după sine o problemă de o gravitate acută, manifestată prin catastrofe și violențe personale și sociale, precum și prin alte aspecte negative. În 1990, cu prilejul unei alocuțiuni rostite la Notre Dame University, Indiana, W. J. Bennett, ministru la acea vreme al educației în Statele Unite, afirma, după trecerea în revistă a unor cifre dezastruoase referitoare la sinucideri, asasinat și avorturi petrecute în rândul populației tinere, că situația tineretului nord-american era atât de alarmantă, încât devenea imperios necesar

să se vorbească în mod deschis despre binele moral ca parte esențială a vieții sociale (...), dat fiind că valorile și cultura nu sunt chestiuni secundare (...), ci probleme extrem de reale și de importante, cu extrem de multe consecințe asupra vieții

Pentru o democrație a valorilor

copiilor noștri (...). (Deoarece) nimic nu poate determina la fel de mult comportamentul unui copil ca și credințele sale interioare, ca sentimentul binelui și al răului.

Acele persoane și acea societate pentru care valoarea și-a pierdut sensul adevărat vor considera drept unic scop al existenței bunăstarea materială și toate acțiunile lor, atât individuale, cât și colective vor căuta obținerea ei în cadrul unui sistem artificial, îndreptat nu spre edificare, ci spre distrugere, nu spre plinătatea persoanei umane, ci spre depersonalizarea ei. Einstein spunea odată, cu un umor amar:

Bunăstarea și fericirea nu mi s-au părut niciodată scopuri în sine, deoarece sunt destul de înclinat să le compar cu ambițiile unui porc.

În același sens, atrăgând atenția asupra faptului că devalorizarea valorilor sau răsturnarea lor, înseamnă o devalorizare și o răsturnare a dimensiunii persoanei umane ca atare, C. S. Lewis afirma:

Creăm oameni fără inimă, apoi așteptăm de la ei virtuți și inițiative. Ne fălim cu onoarea noastră, dar închidem ochii la trădătorii de lângă noi. Castrăm, apoi le cerem castraților să procreeze.

4. Comunicarea religioasă

Într-o societate „orizontalizată”, din ce în ce mai superficială, susceptibilă de manipulare și supusă, în mare măsură, gustului în alcătuirea ierarhizărilor valorice, rolul comunicării religioase capătă o importanță deosebită în sensul

încercării permanente de conștientizare a omului cu privire la dimensiunea sa personală, la nivel individual și social. Iar această dimensiune nu poate fi concepută în mod real decât prin reconsiderarea viziunii sale asupra vieții.

După cum afirmam mai înainte, orice viziune asupra vieții are la bază modul de interpretare a relației dintre lume, om și Divinitate, ca ecuație completă a existenței (în ultimă instanță, este vorba de relaționarea celor două dimensiuni esențiale ale persoanei umane, interioritatea – relația cu sinele – și exterioritatea – relația cu lumea – prin raportarea lor la dimensiunea transcendentă). Rațiunea de a exista a umanității nu se poate regăsi, ca scop în sine, în omul supus relativității și finitudinii. În absența unei recunoașteri *de facto* a transcendentalității sale, omului îi rămâne numai aroganța hrănită din propria sa afirmare, aroganță transformată, astfel, într-un simplu gest megaloman. După cum afirma Millán-Puelles, omul devine în acest fel prizonierul autosuficienței sale imanente, rezultate, în special, în urma cuceririlor tehnologice.

O dată cu dezvoltarea științei și a tehnologiei, raporturile omului cu Dumnezeu și, de aici, cu lumea s-au schimbat în mod radical. Lipsa, din ce în ce mai pregnantă, a unui sentiment transcendent bine definit a dus și duce inevitabil la mutații importante în cadrul relației cu celălalt, cu urmări grave pentru umanitate în ansamblul său.

Omul contemporan devine din ce în ce mai mult „sclavul” libertății sale, considerate forța motrice a progresului atât individual, cât și colectiv. Dar al cărui progres?

Europa și Statele Unite cheltuie, în prezent, multe mii de milioane de dolari pentru distrugerea produselor alimentare în exces (...), sumă ce depășește cu mult totalul ajutorului umanitar oferit Lumii a Treia. În 1990, în lume s-au produs cereale suficiente pentru hrănirea unei populații de 18

miliarde de locuitori (planeta are doar 5 miliarde), în timp ce 35 de milioane de persoane mor de foame în fiecare an (...). (Iată) câteva dintre „avantajele” progresului: puteri nelimitate, necesități inutile, distrugerea mediului înconjurător, situații de mizerie extremă. Întregul continent african consumă aproape la fel de multă benzină ca orașul New York, iar nivelul de consum a 400 de copii etiopieni echivalează cu nivelul de consum al un singur copil american. Trăim pentru progres, fără să ne gândim la regresul periculos, care ne impune să ne gândim dacă măsura în care avansăm o justifică pe aceea în care dăm înapoi. Am ajuns pe Lună, dar organizarea noastră socio-politică este în continuare bazată pe exploatarea omului de către om și pe anularea individului de către Stat. Înțelegem progresul ca bunăstare, dar înțelegem bunăstarea ca bani. Cu bani se produc și se cumpără lucruri ce se „demodează” imediat. Jocul constă în a produce și a consuma cu frenezie. Progresul nedefinit și nelimitat, prin intermediul științei, a fost scopul Luminilor. Revoluția Franceză a vestit fericirea și pacea veșnică și mulți s-au angajat cu trup și suflet în această misiune în secolele următoare, anunțând pacea mondială grație căii ferate, armonia socială grație electricității, și uniformizarea culturilor și a religiilor ca o consecință a uniformității produselor tehnice. Dar amăgirea s-a plătit curând. Secolul al XX-lea, prin cele două conflagrații mondiale, a arătat oamenilor că viața înseamnă și suferință și moarte, că omul nu este Dumnezeu. Progresul tehnico-științific ne-a demonstrat că fulgerul nu este o armă a zeilor, ci o descărcare electrică, dar nu a reușit să atenueze, dacă nu să transforme, animalul din om, făcându-l să nu maiucidă, să nu mai violeze, să nu-și mai umilească semenul.⁷

Progresul a devenit marele mit al epocii moderne, o iluzie construită pe baza confuziei dintre două procese: unul

⁷ J. R. Ayllón, *Desfile de modelos – Análisis de la conducta ética*, Madrid, Rialp, 1998, p. 144.

tehnologic, mereu supus acumulării, și altul psihologic, îndreptat spre fericirea persoanelor. În acest sens, singurul lucru dorit a fost echivalarea logicii previzibile a progresului tehnic cu logica imprevizibilă a psihologiei umane. Nivelul capacităților de producție energetice, de exemplu, poate crește pe o scară aritmetică de la 1 la 1 000, dar aceasta nu înseamnă că Einstein este o personalitate de o mie de ori superioară lui Newton sau că are de o mie de ori mai multe posibilități de fericire. Cunoaștem deja că progresul tehnic și creșterea industrială, ambele de natură materială, nu aduc numai bunăstare, iar viața cotidiană aduce cu sine destule „subdezvoltări” de ordin psiho-afectiv, precum și extrem de multe suferințe. Binele merge mână în mână cu răul, deoarece se reflectă în om, instanța manifestării amândurora. Omul fiind măsura tuturor lucrurilor, de el depinde păstrarea echilibrului în lumea care i-a fost încredințată, de acest fapt depinzând însuși progresul sau regresul ființei umane. Progresul material va induce regresul spiritual atâta timp cât se va tinde spre exagerări și spre absolutizări utopice.

În astfel de condiții, caracterizate prin dezechilibre majore atât la nivel spiritual, cât și material, rolul religiei, mai bine-zis al Bisericii ca instituție, devine crucial, iar comunicarea religioasă, o necesitate absolut imperioasă într-o societate contemporană aflată sub semnul contradicțiilor, alimentate de tendințele autosuficienței, precum și de o serie de „mituri”: progresul, globalizarea, fericirea imanentă, libertatea.

Trăim într-o lume a pluralismului și a comunicării, unde toate tipurile de mesaj își găsesc un loc și o justificare. Însă, unde se oprește adevărul și unde începe minciuna? Să nu uităm că marile discursuri încep și se termină cu vorbe mari: dreptate, libertate, democrație, toleranță, pace. Până și numele lui Dumnezeu beneficiază de asemenea abordări retorice care,

toate, au un numitor comun: lipsa unui sens fix și prezența, dincolo de mesajul comunicării, a arbitrarului relativist.

În condițiile acestei situații complexe, comunicarea religioasă întâmpină destule dificultăți de transmitere și de receptare, cauzate de ignoranță, de indiferență și, nu de puține ori, de rea-voință. Prin însăși esența lui, mesajul religios, ca expresie a valorii absolute însumate în persoana absolută a lui Dumnezeu, se opune la nivel imanent în mod aprioric, tuturor celorlalte tipuri de mesaj, cu excepția celui educațional, dacă bineînțeles, acesta se plasează la nivelul cunoașterii în sine și a desăvârșirii persoanei umane.

Însă, mai mult decât orice alt tip de comunicare de factură educațională, comunicarea religioasă se referă la adeziune și la conformare, nu numai la simpla înțelegere. Or, acest lucru vine, în majoritatea cazurilor, în contradicție cu orientarea generală a unei existențe, individuale și sociale, îndreptate spre cultivarea unui alt sens al vieții, plasat sub semnul autosuficienței și al hedonismului. În secolul al XX-lea, cultul plăcerii, până atunci apanajul exclusiv al unor minorități, a dobândit valențe nebănuite și s-a extins asupra unor societăți întregi, fiind legitimat, diversificat și stimulat de acestea.

În democrațiile avansate, eroziunea (absolutului) continuă în mod irezistibil evoluția valorilor individualiste. (Construim) o nouă civilizație care nu se mai preocupă de învingerea și de dominarea dorințelor, ci de exacerbarea și dezvinovățirea lor: plăcerile prezentului, templul „eu”-lui, al trupului și al comodității s-au transformat într-un nou Ierusalim al timpurilor (moderne).⁸

Adeziunea la mesajul religios și conformarea la el par, de cele mai multe ori, un atentat direct la adresa libertății umane

⁸ *Ibidem*, p. 41.

și a noilor sale valori întemeiate pe cultivarea unei stări de bine „obiecto-centriste”, condiție a fericirii și a echilibrului interior. Având în vedere aceste lucruri, nu ne este greu să ne dăm seama de dificultatea, dacă nu de imposibilitatea acceptării unui discurs edificat pe renunțarea la realitatea palpabilă, întemeiat pe „încredințare”. Obiectivul unui asemenea discurs ar fi atingerea unei realități transcendente bazate pe credință, pe un ansamblu de valori etico-morale deseori percepute ca tentative de îngrădire a dezvoltării ființei umane. Apropierea de mesajul religios înseamnă, printre altele, ieșirea individului de sub incidența masificatoare a societății, prin:

- respingerea unei viziuni pur instrumentale asupra realității;
- dobândirea libertății interioare și cunoașterea sau recunoașterea dimensiunii transcendente, a legăturii intime și profunde cu Dumnezeu;
- cultivarea sentimentului de autodisciplină;
- educarea capacității de discernere;
- cultivarea alegerii și a adevărului responsabile.

În acest context, pentru a putea avea rezultate, comunicarea religioasă trebuie să dea dovadă de două calități esențiale, *adaptabilitatea și dinamismul*, atât la nivelul codurilor „directe”, cât și al celor „indirecte”, câtă vreme dimensiunea sa educativă depășește cadrul pur informativ.

Din punct de vedere formal, mesajul direct, al oricărui tip de mesaj de altfel, trebuie să aibă în vedere preocuparea constantă pentru claritatea, veridicitatea și exactitatea a ceea ce se comunică. În acest sens, rolul cel mai important îi revine *adevărului* conținutului, fără a-l denatura, la posibilitățile concrete de receptare a lui de către receptor. Dar mesajul direct care are în vedere obiectul exclusiv al informației va fi prea puțin productiv în cazul comunicării religioase, dacă nu va fi însoțit de „dublare”, de aplicarea sa în practică, de comunicarea

„indirectă”. Acest tip de comunicare este singurul capabil să capteze atenția unui receptor strivit sub o avalanșă de comunicări „directe”, emise prin intermediul mijloacelor mediatice. În general, un educator autentic comunică, în mod indirect, prin pasiunea care îi însoțește acțiunile, dar, mai ales, prin interesul exprimat față de natura umană ca atare, precum și prin energia interioară emisă în momentul „dublării”.

Educația devine, în acest fel, o adevărată artă, putând fi practică în diferite moduri, în conformitate cu situațiile și subiecții, o artă dificilă și în permanentă mișcare, având în vedere că obiectul ei se constituie într-un subiect al libertății. Persoana supusă educării nu poate fi constrânsă să îmbrace moduri de existență formale. Din această perspectivă, este necesar ca mesajul educațional să aibă în vedere o coerență și o consecvență maxime, îndepărtându-se de retorică și de enunțarea de principii, pentru a deveni practică de viață. În plus, exprimarea existențială a mesajului educațional diminuează mult necesitatea comunicării directe, a discursului propriu-zis, făcându-l să evite astfel, măcar într-o oarecare măsură, presiunile exterioare alienante ale condiției umane.

În societatea contemporană, marcată de superficialitate și de puternice tendințe egolare, persoana umană este educată mai mult să „pară” decât să „fie”. În aceste condiții, adaptabilitatea și dinamismul devin aproape o condiție *sine qua non* a păstrării Bisericii, a discursului religios, în sfera educării omului contemporan în și pentru valoare, iar „dublarea” existențială efectivă, singura cale de a-l sustrage fie și într-o mică măsură, diverselor tendințe manipulative exercitate asupra conștiinței sale. Obiectivul educației este, astfel, de a sprijini omul să se formeze în spiritul echilibrului dintre dimensiunea sa imanentă și transcendentă, în spiritul adeziunii și al conformării față de valoarea universală a crucii – depozitara autenticei umanități – al cărei punct focal este.