REȚELE DE SOCIALIZARE – UN NOU CÂMP MISIONAR. O PERSPECTIVĂ CREȘTIN - ORTODOXĂ

Bogdan Gabriel STANA*

Abstract: *Socialization networks – a new missionary field. A Christian perspective-orthodox*¹. The Internet contributes to revolutionary changes in trade, education, politics, journalism, and to relations between nations and between cultures, changes that are not just about the way that people communicate, but also how they conceive their lives. Also, the development of the technique has led to the emergence of new means of communication. Thus, given the growing access of people to smartphones and to the Internet, we can see that social networks are currently a powerful means of accessing information (some true, other not) and communicating. Analyzing only one of the 21 existing social networks (each with dozens and hundreds of branches or applications), namely Facebook, FaceBrands (Servicefor communications, analytics andstatistics about Facebook) transmitted through a press release that on the 10th January 2017 the figure of the Facebook user accounts, in Romania, was 9,6 million compared to 500 thousand on January, 1st, 2010² from a population of around 19 million people³. A percentage of 50, 52%. If, at the beginning of the Christian era the Holy Apostles used all the technical means of their time, on the same model the servants of the Orthodox Church have the duty to use the latest means of

* Priest, PhD Student, Faculty of Orthodox Theology at „1 Decembrie 1918” University, Alba Iulia, Romania.

¹ Studiu redactat sub îndrumarea pr. prof. univ. dr. habil. Mihai Himcinschi, care și-a exprimat acordul pentru publicare.

² See press release of 10 January 2017 following the analysis made by FaceBrands, disponibil la <http://www.facebrands.ro/demografice.html> (accesat la 10.09.2019).

³ National Institut of Statistics, *Press release No. 212 of 29 august 2019*, disponibil la http://www.insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/poprez_ian2019r.pdf (accesat la 10.09.2019).

communication of time. This is because the proclamation of the Gospel, the teachings of faith, the elements of Catechism and the support of ecclesial promotions are a necessity and a duty according to the Holy Commandment that has travelled the millennia: „Therefore, learn all nations, by baptizing them in the name of the Father and the Son and the Holy Spirit (Mt. 28, 19)”. Thus, we can speak about an adaptation in the sphere of communication that leads to communion, and not to the renunciation or betrayal of moral and spiritual values and teachings. This is why social networks can represent a missionary field and cultural factors that play an important role in the development of society at local, national, community and spiritual level in the light of the common good in a spirit of solidarity.

Keywords: *Christian Orthodox Church, social networks, mission, communication, communion.*

Introducere

Dezvoltarea tehnici a dus la apariția unor noi mijloace de comunicare, în cadrul cărora rețelele de socializare reprezintă o platformă din ce în ce mai solicitată. Accesul tot mai larg al oamenilor la telefoane inteligente și la internet a făcut ca în prezent rețelele de socializare să reprezinte mijlocul cel mai puternic de a avea acces la informație, de a comunica și chiar de a influența opinia publică⁴.

Dacă la începutul epocii creștine Sfinții Apostoli utilizau toate mijloacele tehnice ale timpului lor, pe același model, și noi avem datoria de a utiliza cele mai noi mijloace de comunicare ale timpului nostru. De aceea, folosirea acestora în vestirea Evangheliei, a învățăturilor de credință, elementele de catehizare și sprijinirea promovărilor ecleziale reprezintă o necesitate a timpului nostru.

Conform comunicatului de presă redat de FaceBrands (serviciul comunicate, analize și statistici despre Facebook), în data de 10 ianuarie 2017, cifra conturilor de utilizatori de Facebook, în România, era de 9,6

⁴ Eric AUCHARD, David INGRAM, *Cambridge Analytica CEO claims influence on U.S. election, Facebook questioned*, disponibil la <https://www.reuters.com/article/us-facebook-cambridge-analytica/cambridge-analytica-ceo-claims-influence-on-u-s-election-facebook-questioned-idUSKBN1GW1SG> (accesat la 04. 12.2019).

milioane față de 500 de mii la 1 ianuarie 2010⁵, dintr-o populație de aproximativ 19 milioane de oameni rămași în România, conform comunicatului de presă al Institutului Național de Statistică⁶. Un procent de 50,52%, numai în Muntenia existând 3.426.240 conturi de Facebook.

Din realitatea practică cu care ne confruntăm fiecare în ceea ce privește participarea efectivă a oamenilor la sfintele slujbe săvârșite în Sfânta Biserică, se poate constata că procentul mediu, pe an, al acestora este inferior celui care transmite prezența oamenilor în spațiul online, pe rețelele de socializare. Astfel, prezența slujitorilor Bisericii și a exercitării misiunii de propovăduire a mesajului evanghelic și în spațiul online devin din ce în ce mai necesare.

1. Necesitatea prezenței mesajului Bisericii pe rețelele de socializare

Societatea românească este într-o continuă schimbare, în mod intens, începând cu anii 1991-1992, de când i-a fost prezentată și însușită ideea globalizării – spațiu în care identitatea națională și religioasă, gândul și opinia sunt sub amenințare. Astfel, în anul 2005, profesorul Tiberiu Brăileanu, în cartea *Globalizarea. Numele nimicului*, afirma: „Globalizarea este un fenomen confuz și atât de complex, indefinibil în totalitatea lui”⁷. Anthony Giddens, în anul 2010, l-a completat, având în vedere implicațiile sociale ale procesului globalizării, subliniind:

„Globalizarea schimbă fundamental natura experiențelor noastre cotidiene. Aceasta îndeamnă la redefinirea aspectelor sociale personale și intime ale vieții noastre, precum familia, rolurile de gen, sexualitatea, identitatea personală, interacțiunile noastre cu ceilalți și relațiile de muncă. Modalitatea în care gândim despre noi înșine și legăturile noastre cu ceilalți sunt profund modificate de globalizare”⁸.

Așadar, acestea sunt câteva dintre aspectele care să ne determine să credem că platforma discuțiilor, dezbaterilor dintre oameni, fie că este în conformitate cu convingerile noastre sau nu, s-a mutat în spațiul virtual

⁵ FaceBrands, *comunicat cit.*

⁶ Institutul Național de Statistică, *comunicat cit.*

⁷ Tiberiu BRĂILEANU, *Globalizarea. Numele nimicului*, Iași, Edit. Institutul European, 2005, p. 130.

⁸ Anthony GIDDENS, *Sociologie*, București, Edit. ALL, 2010, p. 64.

și, în mod special, pe rețelele de socializare, unde informația este transmisă rapid și fără inhibiții. Toate acestea descriu ceea ce nu mai este o noutate, faptul că epoca noastră poartă printre alte nume și acela de „eră a comunicării virtuale”⁹. Se conturează, din ce în ce mai proeminent, generației Web, tulburările în organizarea timpului și spațiului, în modul de informare și comunicare, consecințele ecleeziologice, efectele asupra guvernării Bisericii, a locului religiei pe piața de internet, a modalităților și mijloacelor de proclamare a mesajului Evangheliei.

Internetul se transformă; transformă societatea și nu poate să nu transforme modul de a fi, de a acționa în Sfânta Biserică și în lucrarea misionară prin care se transmite „Calea, Adevărul și Viața” (In. 14, 6). Asistăm la o revoluție copernicană care ne afectează deja modul de a fi în relația noastră cu lumea, de a fi în lume, de a interacționa cu lumea. Sub acest aspect se poate afirma că importanța internetului este conștientizată de către Biserică, după cum menționa Preafericitul Părinte Daniel, Patriarhul Bisericii Ortodoxe Române: „Intrenetul, rețelele de socializare pot contribui la o mai bună cunoaștere reciprocă a diferitelor tradiții și la consolidarea comunităților de credință”¹⁰.

Internetul este revelator, un marker. Fie știi să comunici, fie nu știi, ești credibil sau nu ești, ori faci față așteptărilor sau te afli sub carapacea ta, ori ești profet sau ultimul dintre mohicani, fie ești viu, fie ești fosilă, fie știi limbajul internetului sau nu îl știi, și deci nu poți comunica. Astfel, asemenea unui misionar care pleacă într-o țară străină pentru a propovădui învățătura, un misionar căruia i se cere să învețe limba și cultura țării respective, tot așa Biserica are datoria de a înțelege „modul de funcționare al societății informaționale din zilele noastre spre a comunica valorile Ortodoxiei”¹¹. Astfel, prin utilizarea internetului și a rețelelor de socializare Biserica are posibilitatea majoră a întâlnirii adolescenților și tinerilor de astăzi deoarece ei „sunt utilizatorii importanți ai noilor instrumente, fie că sunt telefoane

⁹ Horea Mihai BĂDĂU, *Tehnici de comunicare în Social Media*, Iași, Edit. Polirom, 2011, p. 16.

¹⁰ Patriarhul DANIEL, *Utilizarea rețelelor de socializare și a internetului*, disponibil la <https://basilica.ro/patriarhul-daniel-despre-utilizarea-rețelelor-de-socializare-si-a-internetului/> (accesat la 18.12.2019).

¹¹ *Ibidem*.

mobile sau alte instrumente care oferă posibilitatea de a avea acces la internet cu un singur click”¹². De aceea pe internet devine evidentă crearea unor limbaje noi, folosite de tineri. Abrevieri, fotografiile și emoticoane, fișiere audio și videoclipuri sunt tot mai preponderente. Cultura digitală este înzestrată cu propria gramatică, o limbă în continuă și rapidă evoluție.

„Generațiile mai înaintate în vârstă au o tendință prea mare să considere superficial tot ceea ce este scurt, instantaneu, concentrat pe emoție. Poate pentru că sunt mai orientate către cuvântul scris, către evoluțiile îndelungate, către calitatea argumentării prin fișierele groase cărora trebuie să le facem față”¹³.

Astfel, având în vedere că de-a lungul istoriei Biserica a putut să-și exprime credința nu numai prin tratatele lungi de teologie, ci și concis, este evidențiată și necesară preocuparea ei de a comunica cu oamenii de astăzi aflați în agora modernității, dominată de tehnologie. Astfel, este suficient să ne gândim la icoane, la frescele și mozaicurile bisericilor noastre; n doar emoții, ci și comunicare simplă, eficientă și concisă. Și la fel se întâmplă în muzica Bisericii, în textele ei liturgice.

Proclamăm „o singură credință, un singur botez, un singur Dumnezeu” (Efes. 4, 5), dar există multe modalități de a exprima această credință. În acest sens, încă de la Sfântul Apostol Pavel care spunea: „... tuturor toate m-am făcut, ca, în orice chip, să mântuiesc pe unii.” (I Cor. 9,22), Biserica îndeamnă să actualizăm constant modul în care propunem credința noilor generații.

De asemenea, Mântuitorul Iisus Hristos ne-a lăsat o poruncă sfântă ce a străbătut mileniile: „Drept aceea, mergând, învățați toate neamurile botezându-le în numele Tatălui și al Fiului și al Sfântului Duh./ învățându-le să păzească toate câte v-am poruncit vouă, și iată Eu cu voi sunt în toate zilele, până la sfârșitul veacului. Amin” (Mt. 28, 19-20). Astfel, trimite spre misiune. O misiune care este descrisă ca fiind „forma vizibilă a iubirii Sfintei Treimi față de om, actualizată în cel mai eficient

¹² Andreea-Monica STATE, „Adolescenții și dependența de Internet”, în *Sinteza*, București, Edit. Universitatea București, nr. 21, 2015, p. 2.

¹³ Constantin CUCIUC, „Diversificarea cercetărilor de sociologia religiilor”, în *Sociologia Românească*, București, anul III, nr. 6/1992, p. 614.

mod de Iisus Hristos și lăsată ca moștenire Bisericii Sale, pentru mântuirea omului”¹⁴.

Totodată, în Evanghelia după Marcu, Hristos îndeamnă: „Mergeți în toată lumea și propovăduiți Evanghelia la toată făptura; cel ce va crede și se va boteza se va mântui, iar cel ce nu va crede, se va osândi” (Mc. 16, 15-16). Din cele doua texte enunțate, prin cuvintele „toate neamurile” și „toată lumea”, înțelegem că aici sunt cuprinși toți oamenii. Toți sunt responsabilitatea noastră pentru că misiunea, apostolatul sau trimiterea spre lume, evocă dinamica Bisericii lui Iisus Hristos, care nu este un organism static, reflectând un anume stadiu din istorie, ci un organism viu, care se adaptează la condițiile de viață, urmărind în permanență slujirea Mântuitorului.

Aflându-ne într-o astfel de lume, în care internetul poate facilita comunicarea și accesul la informație, Biserica nu poate ignora această realitate. Ea „nu poate comunica într-o manieră ca și cum alte concepții și interpretări ale lumii nu ar exista”¹⁵. Are un Cuvânt, un mesaj de dragoste de proclamat ce presupune, implicit, ascultarea, iar internetul este o cameră minunată de ecou a vieții lumii. Însă, în procesul de misiune și evanghelizare în lumea digitală, mesajul Bisericii ar trebui să fie diversificat sau adaptat după vârsta și preocupările oamenilor încât să fie evitat un discurs monopolit¹⁶. De aceea, înainte de orice postare, este indicat să fie evaluat modul în care această sau acea imagine, acest sau acel comentariu pot fi auzite, raportate sau interpretate. Având în vedere acest aspect și contextul, „mesajul transmis presupune o analiză sporită, încât e nevoie de spontaneitate și receptivitate pentru că Web-ul începe a se defini ca o cultură a spontanului”¹⁷.

În istoria Bisericii, în timp ce filantropia era inventivă pentru a răspunde noilor nevoi, vechile structuri au fost, într-o oarecare măsură, depășite. Astăzi, într-un asemenea context social, în care o bună perioadă

¹⁴ Dan SANDU, „Teologia și practica misiunii în Biserică azi. O tratare comparativă”, în *Analele științifice ale Universității «Alexandru Ioan Cuza»*, Iași, Edit. Universității, 2003, p. 47.

¹⁵ Laurențiu TĂNASE, *Religia și media-logica concurenței religioase*, București, Edit. Universității din București, 2010, p. 34.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ Bernard DAGENAIS, *Les médias ont imposé une nouvelle logique à la religion*, Franța, Edit. Presses Universitaires de Bordeaux, 1996, p. 21.

de timp din viața oamenilor se desfășoară în spațiul online sau pe rețelele de socializare, nevoia prezenței Bisericii pe YouTube, MySpace, Facebook etc. devine din ce în ce mai sporită. Aceasta pentru că oamenii nu trebuie să piardă din vedere conștiința, darul și responsabilitatea prezenței chipului lui Dumnezeu în ei, precum și calea spre asemănarea cu El în virtute. Prezența Bisericii pe rețelele de socializare nu reprezintă un moft, ci o necesitate pentru informarea corectă și comunicare, ce pot conduce, mai devreme sau mai târziu, spre comuniune. Totodată, ea nu este o invitație la „virtualizarea” religiei prin traducerea tehnică a îndemnului Mântuitorului, „când doi sau trei sunt conectați în numele Meu...”, ci tocmai o cale de a încuraja redescoperirea nemijlocită a vieții comunitare fizice. În ciuda diferenței de suport, mesajul se supune din punct de vedere religios rigorilor aceleiași hermeneutici, motiv de a vedea în internet sau în rețelele de socializare nu mai mult decât ceea ce sunt, adică de a nu ceda formulei lui McLuhan „mediul este mesajul”¹⁸.

Navigând pe internet, pe orice rețea de socializare precum Facebook, realizăm nevoia de a comunica, nevoia unei întâlniri și a unui dialog autentic. Autenticitatea pentru tână generație, în special, este un semn de adevăr. Prin urmare, trebuie promovată o prezență creștină pe web, formată din operatori, preoți inclusiv, care să stăpânească tehnicile de comunicare prin care să se creeze spații pentru cercetare, întâlnire, dialog, rugăciune.

Doar ascultarea lumii, pe de o parte, și ascultarea de Dumnezeu, pe de altă parte, pot permite poziționarea Bisericii, acolo unde nu este așteptată, să surprindă, să dărâme concepțiile greșite. Având în vedere că rețelele de socializare și internetul, în integritatea lui, devine din ce în ce mai mult o parte integrantă a vieții de zi cu zi, nefiind prezenți, se naște, automat, o îndepărtare de ceea ce se întâmplă în viața oamenilor.

Abordarea rețelilor de socializare ca un câmp deschis pentru misiune oferă și ea Bisericii posibilitatea să trezească conștiințe, oferă posibilitatea să poarte de grijă lumii fără să se despartă de vreo parte a acesteia. Însă, pentru realizarea acestui lucru, este indicat să se evite „limbajul de lemn, să se evite propunerea vreunei ideologii care caută să-

¹⁸ Marshall MCLUHAN, *Understanding Media. The extension of man*, New York, Edit. Taylor & Francis Ltd, 2001, p. 7.

și impună adevărul cu orice preț”¹⁹. Dealtfel, este cerută prezența dialogului și a dezbaterii, arătând în același timp că nu vor fi compromise anumite principii acceptate de toți și de pretutindeni. De aceea, mulțumirea incipientă vine doar din propunerea adevărului Mântuitorului Hristos, într-un mod ferm, tandru, cu smerenie. Și dacă este vorba de a da socoteală despre speranța care este în noi celor care o solicită, să fie „cu blândețe și îngăduință” (Tit 3, 2), spune Sfântul Apostol Pavel.

Prezența Bisericii pe rețelele de socializare dovedește încă o dată faptul că nu se creează ziduri între Biserică și lume, pentru că Mântuitorul Hristos nu face o astfel de distincție, sau, mai degrabă, distincția este alta, ea trece prin hotarul inimii noastre: „Cine nu este împotriva noastră, este pentru noi” (Mc. 9, 40), spunea El Sfinților Apostoli. Această realitate evidențiată de Hristos invită spre extinderea spațiului misionar.

O diferențiere accentuată între media profană și media eclezială poate da naștere riscului de victimizare, fără a auzi ce are de spus lumea despre Biserică, fără a înțelege cum o simte, fără să încerce să afle cum poate fi prezentă în toată mass-media.

Internetul este și rămâne un instrument care poate dobândi și laturi imorale. Poate fi utilizat de oameni capabili să facă binele și răul. Ca orice instrument care înmulțește capacitățile umane, are potențial să facă bine, dar poate deveni și amenințător. Totul depinde de cum îl utilizăm. Moralizarea internetului nu se va întâmpla fără moralizarea oamenilor. De aceea, nevoia prezenței Bisericii pe rețelele de socializare este mai mare, pentru că nu are în vedere doar aspectul extensive al mesajului Evangheliei ci și aspectul moralizant, calitativ al mesajelor de pe internet. Mesajul virtual „on line” al Bisericii se poate coagula ca un catalizator al cuvintelor care circulă în lumea internetului, transformându-le în cuvinte vii, frumoase. La fel cum crucea este și verticală și orizontală, la fel trebuie să fie și evanghelizarea noastră: orizontală prin întinderea sa și verticală prin adâncimea și calitatea sa.

Concluzii

Astfel, fără să fie desființate vizitele parohiale sau Sfânta Liturghie să fie săvârșită în altă parte decât Sfântul Altar, fără să acceptăm

¹⁹ Laurențiu TĂNASE, *Religia și media-logica concurenței religioase*, p. 36.

săvârșirea Sfintei Taine a Spovedaniei în mediul online, este nevoie ca Biserica să fie prezentă ca un stâlp al adevărului, al moralității și al informării corecte pe rețelele de socializare ce reprezintă, cu siguranță, un câmp misionar. Fără să reprezinte așadar o alternativă la comunitatea de credință, rețelele de socializare pot fi, totuși, un liant și, de ce nu, o formă nouă de practicare a „liturghiei de după Liturghie”, un spațiu al mărturiei și al diaconiei sociale. Biserica este mai solicitată misionar decât oricând. Este provocată de contextul nou la care trebuie să răspundă pertinent și punctual. Noi știm că Mântuitorul Hristos conduce Biserica la tot adevărul, dar și că slujitorii trebuie să-i înțeleagă rostul și misiunea, să o slujească în a-și împlini vocația eshatologică prin transmiterea cu mijloace adecvate a Adevărului. Pastorația în mediul virtual este așadar complementară celei clasice, față către față, comunicarea la distanță nefiind un substituit al celei concrete.

Referințe bibliografice:

1. BĂDĂU, Horia Mihai, *Tehnici de comunicare în Social Media*, Iași, Edit. Polirom, 2011;
2. BRĂILEANU, Tiberiu, *Globalizarea. Numele nimicului*, Iași, Edit. Institutul European, 2005;
3. CUCIUC, Constantin, „Diversificarea cercetărilor de sociologia religiilor”, în *Sociologia Românească*, București, anul III, nr. 6, 1992, p. 611-623;
4. DAGENAIS, Bernard, *Les médias ont imposé une nouvelle logique à la religion*, Franța, Edit. Presses Universitaires de Bordeaux, 1996;
5. GIDDENS, Anthony, *Sociologie*, București, Edit. ALL, 2010;
6. McLUHAN, Marshall, *Understanding Media. The extension of man*, New York, Edit. Taylor & Francis Ltd, 2001;
7. STATE, Andreea-Monica, „Adolescenții și dependența de Internet”, în *Sinteza*, București, Edit. Universității din București, nr. 21, 2015, p. 2-7;
8. TĂNASE, Laurențiu, *Religia și media-logica concurenței religioase*, București, Edit. Universității din București, 2010;
9. SANDU, Dan, „Teologia și practica misiunii în Biserică azi. O tratare comparativă”, în *Analele științifice ale Universității «Alexandru Ioan Cuza»*, Iași, Edit. Universității, 2003, p. 39-51;
10. AUCHARD, Eric, Ingram, David, *Cambridge Analytica CEO claims*

influence on U.S. election, Facebook questioned -
<https://www.reuters.com/article/us-facebook-cambridge-analytica/cambridge-analytica-ceo-claims-influence-on-u-s-election-facebook-questioned-idUSKBN1GW1SG>:

11. FACEBRANDS: Date demografice Facebook România din 10 ianuarie 2017 disponibil pe <http://www.facebrands.ro/demografice.html>;
12. Patriarhul DANIEL, *Utilizarea rețelelor de socializare și a internetului* - <https://basilica.ro/patriarhul-daniel-despre-utilizarea-retelelor-de-socializare-si-a-internetului/>;
13. INSTITUTUL NAȚIONAL de STATISTICĂ: Populația stabilă (rezidentă) – structura demografică, vol. 1, nr.1, 2011 disponibil la <http://www.recensamantromania.ro/noutati/volumul/>.