

STEREOTIPIA DISCURSULUI JURNALISTIC RELIGIOS ORTODOX*

ADRIANA BARBU PANFIL
Universitatea din București
panfil888@yahoo.com

Abstract: The orthodox religious journalistic speech is considered a paradox because it is at the crossroads/intersection of structural, stylistic, and content constraint, which is determined by stereotype, conservatism, and innovation. The orthodox religious speech, conceived as a one-way activity from the emitter (journalist) to the receiver (reader audience), is based on religious journalism and aims to provide the reading public with a series of reactions, whether of knowledge and cognitive understanding or affective sensitivity and behavioral manifestation. All of these serve as a guide for the reader towards the transformation of his soul's states, offering finalities in the areas of: pedagogy, psychology, ethics, and theology. We illustrate in this article the findings of an analysis based on stereotypes of orthodox religious journalistic speech. To this extent we used a corpus comprised of selected texts, spanning the years 2021-2023. These articles appeared in the publications "Lumina" and "Lumina de Duminică". The formal-functional and content analyses revealed that the stereotype for this type of language can be found in both form and composition. In terms of innovation, it cannot be identified at any level within the speech. Instead, we can identify only the journalistic preferences, which are materialized quantitatively and expressed in formality, functionality, and content. The orthodox religious journalistic speech in the "Lumina" is discovered through the oxymoronic dimension to maintain a certain distance and space from the current manner of speech, without losing communication force, affective and emotional involvement. As a result, a balance between tradition and modernity, sacredness and accessibility is achieved.

Keywords: stereotype, publication speech, religious language, tradition, innovation.

1. Argument

La răspântia mai multor tipuri textuale, discursul jurnalistic religios ortodox este, de departe, o aporie, întrucât se află la limita constrângerii structurale, stilistice și de conținut, fiind determinată de stereotipie, conservatorism și inovație.

Studiul de față are în vedere analiza manifestării stereotipiei discursului jurnalistic religios ortodox atât la nivelul formei, cât și al conținutului. Pentru această investigație, ne-am rezumat la editorialele edițiilor on-line ale ziarului

* *The Stereotype of Orthodox Religious Journalistic Discourse*

„Lumina”. Corpusul care stă la baza studiului este reprezentat de trei editoriale din secțiunea „Teologie și Spiritualitate”, subsecțiunea „Evanghelia de Duminică”, din care au fost extrase exemple ilustrative. Discursurile jurnalistice religioase selectate vor fi interpretate din prisma stereotipiei la nivel formal și la nivel de conținut. Totodată, vom analiza efectele produse de acest tip de discurs cu dublă valență: discurs argumentativ și discurs explicativ, la nivel structural-retoric și al strategiilor de construcție a secvențelor discursive.

2. Stereotipia formal-funcțională a discursului jurnalistic religios ortodox ca discurs argumentativ

Toate tipurile de discurs stau sub semnul unei stereotipii formale, întrucât prin definiție se impune respectarea unei anumite organizări: ipoteză, argumentare, concluzie. Cu atât mai mult, discursul jurnalistic religios se raportează atât la restricții omiletice, cât și retorice. Din acest motiv, stereotipia discursului jurnalistic religios se manifestă atât la nivelul formei, cât și al fondului.

Pentru a confirma ipoteza de la care a pornit prezenta cercetare, stereotipia formal-funcțională a discursului jurnalistic religios, s-a analizat organizarea argumentativă a discursurilor din editorialele menționate în corpusul adunat, evidențiindu-se tehnicile de construcție a fiecărei secvențe textual/ discursive, formulându-se concluzii care să pună în lumină tiparul formal al discursului jurnalistic religios actual.

Discursurile jurnalistice religioase din ziarul „Lumina” se caracterizează la nivel structural prin aceeași organizare discursivă: pornesc de la text/ pericopă, urmat de *exordiu*, *confirmare*, *narațiune* și *perorație*.

Exordium se realizează ca o secvență de orientare în care sunt actualizate strategii de captare a atenției. Diferențele care se înregistrează la nivelul tehnicilor de captare a atenției variază de la un discurs la altul:

a. specificarea scopului discursului, ca modalitate de a fixa de la început valențele pragmatice ale discursului ce va fi lecturat:

Pentru a înțelege, actualiza și contextualiza textul Evangheliei din această duminică, dar și mesajul biblic al Izgonirii lui Adam din Rai, propun să plecăm de la experiența recentă a crizei umanitare care este consecința a violenței, urii și războiului (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără iertare și post suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

b. explicarea conceptelor, ilustrate prin definiții:

Izgonirea lui Adam din Rai este consecința faptului că el a vrut să dobândească singur, fără Dumnezeu, prin înșelare și furt viclean, cunoașterea binelui și a răului (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără iertare și post suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

Confirmarea reunește argumente de tipul *argumentum ad auctoritatem* și *argumentum a fortiori*.

Perorația s-a dovedit a fi cea mai stereotipă, adesea cu aceeași organizare atât la nivel formal, cât și semantic.

Structural, toate articolele jurnalistice respectă atât succesiunea retorică a părților discursului, cât și exigențele omiletice care cer renunțarea la anumite secvențe, ceea ce face ca cele șapte părți ale diviziunii să fie reduse de cele mai multe ori la trei: *exordiu*, *confirmarea* și *perorația*. Din perspectiva strategiilor utilizate la nivelul secvențelor discursive, am observat că există o stereotipie structurală care constă în predilecția pentru anumite tehnici de construcție, precum:

1. realizarea *exordium*, ca fragment de orientare care actualizează strategii ale captării atenției sau ale obținerii cooperării cititorilor;

2. valorificarea în partea de *confirmare* a tipurilor de argumente prin evidențiale citaționale;

3. respectarea schemei de realizare a secvenței de *perorație* care reunește următoarele momente: sintetizarea ideilor expuse/ îndemnul la asumarea comportamentelor ilustrate prin predică. Organizarea acestei secvențe relevă conceperea actului religios în corelație cu cel de instrucție, fiind un procedeu didactic și de tradiție bisericească.

3. Stereotipia discursului jurnalistic religios ca discurs explicativ

Discursul jurnalistic religios ortodox nu este doar un discurs argumentativ, ci și unul *explicativ*, este „o cuvântare rostită/ scrisă de un preot/ teolog, în care se explică și se comentează un text biblic și se dau credincioșilor îndrumări morale” (Stoian 1994). Mai mult, studiile omiletice au delimitat clar în cadrul predicii, alături de secvențele discursului argumentativ, și o secvență numită *explicație*.

În discursul jurnalistic religios, explicația nu se constituie doar ca o secvență, ci se ramifică, pătrunzând la toate nivelurile discursive, diversificându-și în același timp funcționalitatea care nu este doar una didactică, ci și argumentativă. Explicația deține astfel un rol important în persuadarea cititorilor, prin valoarea sa pragmatic-argumentativă.

Acestea au fost motivele care au determinat opțiunea noastră pentru o analiză distinctă a explicației, analiză care a condus la concluzia că discursul jurnalistic religios se realizează printr-o stereotipie a realizării explicației, manifestată atât sincron, cât și diacronic.

La nivelul structurii generale a discursului jurnalistic religios, *secvența explicativă* este semnalată de coexistența a patru macropropoziții care dobândesc un conținut specific, adaptat caracteristicilor discursului omiletic:

1. descrierea inițială a temei secvenței explicative, antepusă ansamblului explicativ propriu-zis; această propoziție se manifestă la nivelul fragmentului care anunță tema discursului jurnalistic, care va fi explicată și argumentată;

2. punerea problemei, concretizată în întrebări catehetice, al căror răspuns este reprezentat de conținutul argumentativ-explicativ al discursului omiletic; această macropropoziție este valorificată mai puțin în mod explicit de articolul jurnalistic, autorul optând de cele mai multe ori pentru o subînțelegere a întrebării, pentru o întrebare indirectă, care generează răspunsul explicativ, pentru a diminua aspectul didactic al materialului jurnalistic;

3. explicația propriu-zisă, introdusă prin mărci specifice;

4. concluzia explicației, care se confundă de cele mai multe ori în discursul omiletic cu perorația.

În discursul jurnalistic religios, stereotipia explicației se concretizează în utilizarea, la nivel formal, a „cuvintelor-semnal” (Ene 2007, 329) care indică

(a) fie actul explicării: unitățile lexemantice din câmpul semantic al explicației: *a arăta, a învăța, semnificație, explicație, învățatură*:

Zaheu ne-a arătat că mulțimea poate fi biruită atunci când sufletul dorește cu ardoare să-L vadă pe Hristos. El ne-a mai arătat că întâlnirea cu Hristos cere înălțare, nimeni nu-L poate coborî pe Dumnezeu din cer, dacă nu urcă spre El (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*).

De aceea, Evanghelia de astăzi ne învață să mergem împreună, în stare de iertare și post, pe drumul Golgotei, spre Sfânta Cruce a Pătimirii lui Hristos Domnul. (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără iertare și post suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*),

(b) fie un raport causal: conjuncțiile *că, de aceea, căci, pentru aceea*:

Când omul se avântă în gigantismul prometeic să dobândească lumea, iluzia acestei desfătări nu prețuiește nimic față de sufletul pe care și-l pierduse. *Căci* moartea desființează într-o clipă stăpânirea noastră asupra lumii (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără iertare și post suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

Pe Dumnezeu Îl afli numai înălțându-te deasupra vulgarității lumii acesteia. *De aceea*, atunci când mulțimea încurcă, trebuie găsite modalități de ridicare deasupra ei, ca să ajungem la Hristos (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*).

Acestor mărci formale le urmează demersul explicativ propriu-zis care se concretizează în:

(a) utilizarea enunțurilor tip definiție:

Creștinii, din Biserica mare, nu pot crește duhovnicește dacă nu se hrănesc cu Sfânta Euharistie. *Fiecare Liturghie este o chemare la împărtășire*, așa cum în

fiecare zi ne hrănim cu cele pământești (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*).

Biserica este spațiu misionar al dialogului și al comuniunii, al păcii și al conviețuirii. Ea este Casă a lui Dumnezeu, zidită pe adevăr și dreptate, iubire și libertate, dar și casă pentru noi toți (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără rugăciune și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*),

(b) analogiei:

Așa-zisa socializare se poate transforma din mumă în ciumă, într-un puhoi nimicitor, precum un râu cu apă cristalină se poate transforma într-o viitură, care face prăpăd în calea ei (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*),

(c) și a apoziției:

Hristos a venit să ne sfințească viața, întemeind Biserica mare și totodată ne mântuiește casa, familia, adică Biserica mică (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*).

La același nivel trebuie semnalată realizarea explicației prin figuri de stil, bazate pe asemănare și analogie: comparația, metafora, antiteza și folosirea unor procedee explicative fundamentale precum: exemplificarea, ilustrarea, convertite în *argumentum a pari*, *argumentum a fortiori*, *argumentum ad auctoritatem*.

La nivelul editorialelor din corpusul analizat, se constată că selectarea strategiilor explicative nu ține de preferința jurnalistului, ci se încadrează în specificul tiparului discursului adaptat la Evanghelia din Duminica respectivă. Astfel, în articolul *Cu Hristos, acasă*, unde pericopa evanghelică este din Duminica a 32-a după Rusalii, a lui Zahau, se actualizează ca strategii de explicare:

(a) verbul explicativ:

Zahau s-a lovit și el de mulțime. *Se arată* în Evanghelia că prin istețime, nu prin forță, el a depășit mulțimea, suindu-se într-un smochin (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*),

(b) enunțurile tip definiție:

Toată spiritualitatea ortodoxă nu este altceva decât înălțarea noastră continuă pentru a-L cunoaște pe Dumnezeu, pentru ca astfel și Dumnezeu să ne cunoască pe noi (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*),

(c) urmate în general de structuri cauzal-explicative:

Cu casa noastră începe desăvârșirea noastră. Pentru că în familie se perpetuează actul creator, iar în Biserica mare se dăruiește actul recreator, adică mântuirea (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*)

(d) și de analogie:

Iar bucuria lui Zaheu care stă la masă cu Hristos trebuie să fie și bucuria noastră, a celor care participăm la Sfânta Liturghie. Nu prin asistare, ci prin mâncare, nu prin uitătură, ci prin băutură, iar mâncarea și băutura noastră sunt Trupul și Sângele Lui Hristos (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*).

O particularitate distinctă se regăsește în discursurile în care autorul alege să adauge tehnicilor mai sus amintite, tehnica scindării perspectivei, prin treceri de la vorbirea directă din Evanghelie – reluată pe tot parcursul discursului – la vorbirea indirectă liberă în care sunt detaliate comentariile:

Tu ești mai bun; tu ești mai drept decât mine! (1 Regi, 24-18). Așadar, doar o singură atitudine, cea a omului pentru om, poate să-l facă pe dușmanul tău să zică: Tu ești mai bun decât mine! (ziarul „Lumina”, 13.11.2022, din articolul *Omul contra omului, omul pe lângă om și omul pentru om*),

realizând astfel o trecere de la particular la general. De asemenea, jurnalistul apelează la comentarii pe marginea pildei biblice:

Nu e nevoie de mult cuvânt și de multă Evanghelie propovăduită, dacă vrei să convertești pe cineva, ci, mai presus de ele, ceea ce mișcă sufletul, mintea și inima unui om sunt gesturile, atitudinea față de el și felul în care știi să-i arăți iubire (ziarul „Lumina”, 13.11.2022, din articolul *Omul contra omului, omul pe lângă om și omul pentru om*).

În materialele jurnalistice din corpusul menționat observăm că autorii optează pentru aceleși procedee, doar că elementele inovative sunt diferite:

(a) apelul la modele de pe baza cărora se stabilesc analogii:

Până astăzi situația tot așa a rămas. Numărul oamenilor participanți la o manifestare anume poate fi un lucru impresionant și folositor. Să ne gândim numai la rolul pozitiv al publicului la un spectacol, sau la suporterii unui meci, sau la participanții la un maraton cu scop caritativ (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*),

(b) pasajele explicative sunt însoțite de pasaje modalizate deontic, datorită valorii hortative dobândite contextual de verbe la conjunctiv:

De aceea, și noi să vrem să stăm la masă cu Hristos, acasă, și să știm că nu avem nevoie de-o înălțime de brad, ci de un suflet curat (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*),

al căror rol este de a invita la acțiune, însă doar după ce motivațiile acțiunii cerute au fost înțelese de publicul cititor căruia jurnalistul i se adresează. Se remarcă astfel în cazul structurilor explicative rolul de suport al argumentării, ele constituindu-se ca tehnică de argumentare și argument în același timp, întrucât nu vizează doar explicarea pildei sau cuvintelor biblice, ci puternica motivare a cititorilor de a urma comportamentul creștin impus.

(c) interpretarea conceptelor/ pildelor biblice cu ajutorul enunțurilor tip definiție urmate de structuri cauzal-explicative introduse prin conjuncția *că, pentru aceea*:

Biserica este spațiu misionar al dialogului și al comuniunii, al păcii și al conviețuirii. Ea este Casă a lui Dumnezeu, zidită pe adevăr și dreptate, iubire și libertate, dar și casă pentru noi toți. Pentru aceea în Biserică învățăm și trăim comuniunea, acceptăm diversitatea și împărțim pacea, afirmăm demnitatea umană și constituția noastră divină (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără rugăciune și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

(d) împletirea explicației cu narațiunea având ca rezultat nu o explicație propriu-zisă, ci o repovestire a faptelor biblice sau raportare la realitatea spirituală a cititorilor:

Conflictul militar din proximitatea țării noastre scoate în evidență, unilateral, dorința de stăpânire egoistă și înțelegerea greșită a ideii de proprietate. Din dorințe hegemonice, omul revendică teritorii ca fiind ale lui, când, în realitate, pământul dat spre stăpânire celor care îl locuiesc este al lui Dumnezeu (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără rugăciune și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*),

(e) definiții date prin citate din Sfinții Părinți introduse în fragmente din exordiu, sau de interpretări ale episoadelor biblice:

Mulțimea de oameni adunată la un eveniment anume este înălțătoare, dar poate fi și înșelătoare. De multe ori mulțimea poate să impresioneze, să aclame și să apere valorile și viața. Alteori poate să încurce, să limiteze sau chiar să blocheze perspectivele, așa cum a pățit și Zahau vameșul. El voia să-L vadă pe Iisus, dar nu putea de mulțime (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*).

Inovația se relevă la nivelul strategiilor de explicare, discursul jurnalistic religios își menține caracterul explicativ-interpretativ, având un aspect puternic argumentativ-persuasiv.

4. Stereotipia conținutului discursului jurnalistic religios ortodox

Analiza de conținut aduce date mult mai clare în susținerea caracterului stereotipic al discursului jurnalistic religios, arătând modul în care jurnaliștii se raportează la aceleași materiale pe care le exploatează aproape identic.

În realizarea cercetării ne-am oprit asupra conținutului textului/ pericopei, al temei, dar și asupra conținutului narațiunii, al explicației, al argumentelor de tip *argumentum ad auctoritatem* și *argumentum a fortiori*, al secvenței de perorație.

Textul reprezintă fragmentul din Evanghelie pe a cărui dezvoltare se dezvoltă întregul discurs. Alegerea lui îndeplinește obligatoriu câteva cerințe, precum: apartenența la textele sacre ale Sfinților Evangheliști, să se potrivească personalității jurnalistului și trebuințelor sufletești ale cititorilor.

În articolele jurnalistice din secțiunea „Teologie și spiritualitate – Evanghelia de Duminică”, textul este amplu, fiind reprezentat de întreaga pildă biblică, Luca 10, 25-37, în cazul articolului la Duminica a 25-a după Rusalii, Pilda Samarineanului milostiv, editorial intitulat *Omul contra omului, omul pe lângă om și omul pentru om*, de fragmentul din textul sacru Luca 19, 1-10, Duminica a 32-a după Rusalii, editorial intitulat *Cu Hristos, acasă* și articolul la Duminica Izgonirii lui Adam din Rai, a Lăsatului sec de brânză, Matei 6, 14-21, editorial intitulat *Fără iertare și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*. Toți cei trei jurnaliști utilizează fragmentele evanghelice, fără a opera nicio modificare asupra dimensiunilor. Mai mult, modul în care este introdus textul este identic în toate editorialele: verb *dicendi* urmat de evidențial citațional: „zise Domnul” (textul la Duminica Lăsatului sec de brânză), verb *dicendi* urmat de evidențial citațional urmate de structura „pilda aceasta” (Duminica Samarineanului milostiv) și lipsa formulei introductive.

Textele alese de jurnaliști, regăsite sub formă de pericopă, extrase din Sfinții Evangheliști, reprezintă trimiteri la aceleași versete evanghelice (ținând cont de corpusul analizat în perioada menționată), dovadă incontestabilă a stereotipiei și caracterului conservator al discursului religios. Se conturează întrebarea dacă această opțiune a jurnalistului de a alege pericopa evanghelică se potrivește cu personalitatea lui și, mai ales, dacă această alegere corespunde cu nevoile sufletești ale publicului cititor din medii socio-culturale diferite și de vârste distincte.

Un răspuns afirmativ ar putea fi bazat pe apropierea spirituală a celor de aceeași formație, mai ales când aceasta impune o anume chemare care ar presupune selectarea aceluiași materiale. În același timp, discursul religios stă sub semnul revelației divine care cunoaște caracterul repetitiv al existenței umane și superficialitatea oamenilor.

Un răspuns negativ se bazează pe aprecierea că oratorii bisericești se supun unei tradiții care le dă sentimentul unei bune construcții a discursului lor, scăpând din vedere tocmai aspectul cel mai important al discursului religios, acela „de a fi o lucrare vie, permanentă, dinamică, în raport cu însăși viața comunității, cu cerințele ei” (Băjău 2004, 10), adică un discurs orientat către receptor și construit în raport cu constrângerile impuse de acesta.

În ceea ce privește *tema*, aceasta este condiționată de text, cerință explicit formulată de tratatele de Omiletică, numită „textualitate”: „Altă calitate sau cerință a temei este textualitatea, adică pertratarea materiei strict pe baza textului” (Voniga 1907, 129). Astfel, articolul la Duminica Lăsatului sec de brânză are ca temă semnificația postului, la Duminica Samarineanului milostiv semnificația iubirii necondiționate a aproapelui, iar la Duminica lui Zaheu smerenia.

Chiar dacă temele nu diferă foarte mult una de cealaltă, originalitatea își face loc în modul în care fiecare jurnalist alege să își anunțe tema, optându-se fie pentru introducerea directă a temei, fie pentru anunțarea acesteia printr-o analogie, fie printr-un pasaj descriptiv sau printr-unul narativ-rezumativ.

Deși anunțarea/ perceperea temei diferă de la un jurnalist la altul, se poate stabili o oarecare schemă. Când tema este mai abstractă, smerenia sau iubirea, se folosește ca modalitate de anunțare analogia cu un aspect cunoscut care să accesibilizeze informația, iar când tema privește aspecte cu suport concret-practic, anunțarea temei se face într-o manieră didacticistă prin apelul la model, prin ordonarea aspectelor, prin contextualizare și justificare.

Conținutul *narațiunii* se menține în limitele unui anumit tipar. Pentru discursul la Duminica Izgonirii lui Adam din Rai, jurnalistul alege trimiteri intertextuale la postul lui Adam și al lui Iisus, pentru discursul din Duminica lui Zaheu se reconstruiește narativ episodul întâlnirii lui Zaheu cu Mântuitorul Hristos, iar la Duminica Samarineanului milostiv se narează pilda. Fiecare jurnalist în parte apelează la modelele, la exemplele care îi par cele mai potrivite. De cele mai multe ori exegeza biblică trece în plan secund, scopul narațiunii fiind acela de a folosi drept suport anumite tipuri de comportament creștin.

Secvențele explicative ale corpusului de texte analizat vizează în linii generale aceleași aspecte, fapt explicabil prin constrângerile de tip omiletic cărora discursul religios trebuie să se supună, constrângeri care privesc nevoia ca într-o anumită duminică să se trateze un anumit subiect și să se dezvolte preceptele creștine aflate în concordanță cu acesta.

Argumentele de tip *argumentum ad auctoritatem* și *argumentum a fortiori* care sunt valorificate în discursurile religioase demonstrează preferința pentru anumite texte sacre sau pentru anumite exemple. Alegerea acestora este dovada înscrierii într-un tipar, întrucât există câteva puncte comune în selectarea celor două tipuri de argument, în sensul că majoritatea jurnaliștilor optează pentru valorificarea argumentului de tip *argumentum a fortiori*, reprezentat în

corpusul de față de articolul la Duminica Samarineanului milostiv și la Duminica Lăsatului sec de brânză în care e prezentat modul cum Adam urmează postul impus de divinitate, iar *argumentum ad auctoritatem* este reprezentat în articolul la Duminica lui Zaheu, prin cuvintele părintelui Arsenie Boca.

Pentru a ilustra stereotipia secvenței de *perorație* s-a dovedit a fi eficientă transcrierea îndemnurilor de la finalul discursurilor, conținutul rezumării din perorație fiind în general același. În același timp, îndemnurile conținute în perorație sunt, în linii generale, aceleași la nivelul tuturor discursurilor, constituindu-se ca îndemnuri la: credință, smerenie, iertare, grijă față de semeni.

Asemănarea conținuturilor din perorație demonstrează unitatea finalităților mesajelor jurnalistice, perenitatea acestora și, în același timp, caracterul programat și sistematic al instruirii prin discursul religios ortodox.

5. Raportul tradiție-inovație

Analiza formal-funcțională și cea de conținut a discursului jurnalistic religios ortodox din ziarul „Lumina” au condus la concluzia că stereotipia discursului religios se manifestă atât la nivelul formei, cât și al conținutului.

La nivel *formal*, stereotipia este o consecință a raportării jurnaliștilor la modele deja stabilite și a respectării stricte a tiparelor de construcție a discursului religios, tipare impuse de tratatele de omiletică. De cele mai multe ori, tratatele de Omiletică moderne oferă numeroase modele de predici, în detrimentul tratării teoretice, prea puțin reprezentate. Fiind prea puțin sau deloc explicate, aceste modele nu își ating scopul, rămânând simple exemple la care viitorul teolog se raportează fără a înțelege pe deplin care sunt structurile/tehnicile de realizare și rostul folosirii lor. De altfel, acesta este modul în care autorii noilor tratate de Omiletică îi sfătuiesc pe viitorii teologi să-și construiască discursurile.

La nivelul *conținutului*, stereotipia constă în valorificarea acelorași surse, ceea ce se explică prin faptul că semnificația religioasă a unei sărbători rămâne aceeași, indiferent de timp și spațiu. În consecință, tradiția care impune celebrarea unui anumit eveniment impune și materialul care trebuie exploatat. Tratatele de Omiletică precizează clar sursele la care trebuie să se raporteze autorul unei predici: Sfânta Scriptură, scrierile Sfinților Apostoli și cele ale Sfinților Părinți ai Bisericii, ceea ce restrânge inovația fondului. Însă acestea menționează că, pe lângă izvoarele folosite, autorul religios se poate raporta la cunoștințele sale culturale laice și la realitatea imediată, ceea ce se poate observa în absolut toate articolele cotidianului „Lumina”. Un discurs jurnalistic religios de succes nu este doar un discurs bine construit, ci este mai cu seamă un discurs actual, ce corespunde nevoilor și frământărilor spirituale ale contemporanilor noștri cărora li se adresează, și nu nevoilor unui receptor abstract.

Altă concluzie a analizei formal-funcționale și de conținut a discursului jurnalistic religios ortodox este aceea că nu se poate vorbi de o inovație propriu-zisă la niciunul dintre nivelurile discursului, ci doar despre preferințele predicatoriale concretizate mai ales la nivel cantitativ și manifestate:

(a) la nivel formal: simplă formulare a temei, reducerea secvențelor de exordiu, de explicație, cascade interogative, ceea ce conduce la construirea unui discurs religios predominant persuasiv. Publicul cititor este perceput ca o realitate ce este luată în calcul atunci când se scrie, dovadă prezența elementelor interogative sau exclamative;

(b) la nivel funcțional: înlocuirea scopului explicativ cu cel exegetic persuasiv, de imprimare a unui comportament în conformitate cu valorile moralei creștine.

La nivel funcțional se operează cu secvențe de narațiune și explicație constituite ca strategii ale argumentării. La nivelul conținutului se observă o varietate de surse de inspirație înțeleasă ca o raportare la mai multe episoade biblice, nu doar la cel prezentat în pericopa zilei respective. Faptul se datorează percepției discursului religios ca unul argumentativ-persuasiv, iar în susținerea unei idei jurnalistul folosește toate informațiile disponibile.

Analiza operată a condus la observația că, la nivel formal, discursul jurnalistic religios nu respectă structura omiletică teoretizată de studiile de specialitate, având un conținut diversificat. Acest discurs nu se constituie ca o explicație a textului biblic, ci mai mult ca un eseu teologic pe o temă impusă de pericopa evanghelică.

Formulele de adresare nu-și găsesc locul în discursul jurnalistic religios actual, singura modalitate de raportare la receptori rămân formulările la persoana I plural:

Ori de câte ori citim sau interpretăm Parabola samarineanului milostiv o facem cu o profundă emoție. Și aceasta pentru că parabola constituie pericopa evanghelică de peste an cea mai provocatoare vizavi de ceea ce înseamnă credibilitatea creștinismului și a statutului de creștin, privită atât din interior, cât și din afară (ziarul „Lumina”, 13.11.2022, din articolul *Omul contra omului, omul pe lângă om și omul pentru om*).

Să ne gândim numai la rolul pozitiv al publicului la un spectacol, sau la suporterii unui meci, sau la participanții la un maraton cu scop caritativ (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*).

Asumarea greșelilor ne conduce spre pocăință și spre iertare: mai întâi față de noi înșine, apoi, experimentând în noi iertarea, știm și înțelegem cât este de importantă iertarea altora. Aceasta ne face liberi și ne face sufletul ușor și disponibil pentru a ne ruga (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără rugăciune și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

Exordiul are uneori aspectul unei analize lingvistice, discursul folosindu-se ca secvență de orientare de o explicare a termenului care sintetizează tema materialului jurnalistic și anunță chiar diviziunile acestuia:

Termenul om este unul dintre cei mai folosiți în cuprinsul Sfintei Scripturi. Din dorințe hegemonice, omul revendică teritorii ca fiind ale lui (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără rugăciune și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

Adam, cel care a oscilat în grădina edenică între a mânca și a nu mânca din pomul cunoștinței binelui și a răului. El este omul care mai apoi a ales să nu mai trăiască în proximitatea lui Dumnezeu și să „câștige” distanța, independența, existența afară (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără rugăciune și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

Omul lucrează dimpreună cu Dumnezeu la mântuirea personală (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără rugăciune și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

Secvența de fragmentare a textului (*Divideo*) este actualizată în discursurile în care jurnalistul dorește să divizeze tema în intenția de a facilita tratarea și înțelegerea mesajului jurnalistic:

Vreau să mă opresc nu atât asupra interpretării parabolei acestei duminici, cât asupra a trei atitudini, care se desprind din ea, adică trei atitudini ale omului față de om. Și fiecare atitudine ar putea reprezenta un tablou având și un titlu deasupra. Prima atitudine, din primul tablou, ar avea ca titlu: „Omul contra omului”, sau omul împotriva omului. Al doilea tablou, cu a doua atitudine descrisă în el, are ca titlu: „Omul pe lângă om”. Al treilea tablou, cu acțiunea celei de-a treia atitudini, are ca titlu: „Omul pentru om” (ziarul „Lumina”, 13.11.2022, din articolul *Omul contra omului, omul pe lângă om și omul pentru om*).

În *Descriere (Narratio)* jurnaliștii valorifică, pe lângă textul sacru, și texte laice. Valorificarea literaturii și culturii laice nu se realizează doar la nivelul secvenței de descriere, ci și în secvența de confirmare, constituindu-se în *argumentum ad auctoritatem* și în *argumentum a fortiori*, construite pe baza analogiei. Aceste valorificări sunt foarte numeroase, în cadrul aceluiași discurs utilizându-se trei-patru trimeri la texte laice diferite:

Civilizația concepută ca scop prometeic de a reface paradisul terestru pentru propria-ți desfătare are ceva din tragedia trufiei simbolizate în povestea Turnului Babel”, afirma Nichifor Crainic în *Nostalgia paradisului* (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără rugăciune și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

Aceeași valoare ca și valorificarea textelor laice o au **neologismele** aparținând diferitelor câmpuri lexico-semantică, nespecifice discursului religios. Aceste neologisme, dincolo de erudiția predicatorială, se constituie drept dovezi ale adaptării discursului jurnalistic religios la realitățile sociale, economice, politice și intelectuale ale publicului cititor:

Mai nou, mulțimile de oameni se manifestă prin mass-media, prin internet, prin toate mijloacele de socializare (ziarul „Lumina”, 22.01.2023, din articolul *Cu Hristos, acasă*).

Pentru a înțelege, actualiza și contextualiza textul Evangheliei din această duminică, dar și mesajul biblic al Izgonirii lui Adam din Rai, propun să plecăm de la experiența recentă a crizei umanitare care este consecință a violenței, urii și războiului (ziarul „Lumina”, 26.02.2023, din articolul *Fără rugăciune și post, suntem niște izgoniți din starea paradisiacă*).

Neologismele nespecifice discursului omiletic și utilizarea literaturii laice reprezintă cele două componente ale procesului de „înculturare”, definit ca „efortul depus de Biserică pentru ca mesajul lui Hristos să pătrundă un anumit mediu socio-cultural” (Teleanu 2007, 342).

Perorația cunoaște o concretizare rezumativ-recapitulativă finalizată cu un fragment de rugăciune sau este construită pe baza unei întrebări retorice, care joacă rolul unei problematizări menite a genera întrebări care să determine meditații ale cititorilor asupra propriului comportament și un mod de a se raporta la valorile vieții creștine:

Ca mesaj, la care să reflectăm toți, pun o întrebare: În care tablou ne regăsim fiecare, prin faptele și atitudinile noastre? În acela deasupra căruia scrie: „Om contra omului”, „Om pe lângă om” sau „Om pentru om”? (ziarul „Lumina”, 13.11.2022, din articolul *Omul contra omului, omul pe lângă om și omul pentru om*).

6. Concluzii

Analiza materialelor jurnalistice din secțiunea „Teologie și Spiritualitate” a cotidianului „Lumina” a condus la concluzia că există trăsături ale discursului religios care demonstrează că doar contextul s-a schimbat, dar comportamentele propuse se înscriu în aceeași paradigmă, fixată de Sfânta Scriptură, actualizată în pericopele biblice antepuse discursurilor. Acest lucru se traduce în existența unui număr foarte mare de stereotipii formale, funcționale și de conținut. În ceea ce privește inovația, nu se poate identifica la niciunul dintre nivelurile discursului, ci putem recunoaște doar preferințele jurnalistice materializate la nivel cantitativ și manifestate la nivel formal, funcțional și de conținut.

Bibliografie

A. Izvoare

Ziarul „Lumina”, iunie 2022 – aprilie 2023.

B. Literatură secundară

Băjău, Ion, *Omiletica generală*, Craiova, Editura Universitaria Craiova, 2004.

Dumistrăcel, Stelian, *Discursul repetat în textul jurnalistic. Tentația instituirii comuniunii fatice prin mass-media*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2006.

Chelaru-Murăruș, Oana, *Stereotipie și expresivitate: de la limba vorbită la textul practic*, București, Editura Universității din București, 2007.

Cvasnii Cătănescu, Maria, *Retorică publicistică. De la paratext la text*, București, Editura Universității din București, 2006.

Ene, Claudia, *Preliminarii pentru analiza secvenței explicative în limba română*, București, Editura Universității din București, 2007.

Stoian, Ion, *Dicționar religios*, București, Editura Garamond, 1994.

Teleanu, Bogdan-Aurel, *Metaforă și misiune. Valorificarea literaturii laice în predica românească*, Iași, Editura Trinitas, 2007.

Voniga, Dumitru, *Omiletica sau Studiul oratoriei bisericești*, Orăștie, Editura Tipografia Nouă, 1907.

Zafiu, Rodica, *Diversitatea stilistică în româna actuală*, București, Editura Universității din București, 2001.