

Discursul religios ca discurs hegemonic

Daniela OBREJA RĂDUCĂNESCU

As an argumentative-discursive form, the religious sermons involve two types of attitudes in the inter-confessional communication: the ecumenical communication i.e. regarding the conciliation of the religious cults, and the hegemonic attitude, which supposes the approach of a strategy that should ensure the supremacy to a certain cult in favour of others. This process has been existing for thousands of years, ever since Man was born. The Supreme God i.e. the Divinity, the Absolute and so forth are attributed universal values: Goodness, Truth and Beauty, everything not belonging to this ideal entity belonging to the opposite categories. The hegemonic discourse is specifically built, comprising, antithetically, dogmatic contents, while the techniques that are used involve different representation systems of the disjunctive discourse. Our aim is that of identifying and underlining the values of such techniques and strategies that are specific to the hegemonic religious discourse, the material to work upon being a blog web page concerning the orthodox cult.

Discursul religios este o formă de comunicare la nivel instituțional, motiv pentru care acesta se înscrie în aria discursurilor ideologice, deoarece reprezintă o comunicare de masă nu numai a pietății, ci și a întregii arhitecturi a existenței umane, fundamentată dogmatic și experiențată liturgic. La nivelul intelectului uman, ideologia reprezintă modul propriu de a privi și înțelege realitatea, în timp ce la nivel instituțional ideologia reprezintă promovarea unor convingeri, scopuri și idei specifice unei culturi sau unui grup social. În această direcție, întregul organism care susține și promovează ideologia îndeplinește șapte funcții (Fiske, 2003: 100 ș.u.):

1. Funcția de *articulare* a principalelor direcții ale consensului cultural instituit referitor la natura realității;
2. Funcția de *implicare a membrilor* unei culturi în sistemele de valori ale acesteia, prin cultivarea și punerea lor în practică;
3. Funcția de *explicare, interpretare, justificare și celebrare* a faptelor reprezentanților respectivei culturi;
4. Funcția de *asigurare a culturii*, în totalitatea ei, de adecvare practică la această lume prin afirmarea și confirmarea ideologiilor și mitologiilor ei, într-o manieră activă de angajare cu lumea practică;

5. Funcția de *expunere* a oricărei inadecvări practice a sensului culturii, care poate rezulta din condițiile în schimbare ale lumii exterioare sau din presiunile din interiorul culturii pentru o reorientare în favoarea unei noi poziții ideologice;

6. Funcția de *convingere a audienței* asupra faptului că statutul și identitatea persoanelor sînt garantate de cultură;

7. Funcția de *transmitere a ideii* de apartenență la cultură.

Cele șapte funcții stau la baza *discursului identitar* (Neamțu, 2008: 21) al unei confesiuni, fiind diferit de discursul hegemonic, pe care îl vom defini în cele ce urmează. Conceptul de *hegemonie*, introdus pentru prima dată în literatura de specialitate de către Antonio Gramsci (1891-1937), presupune rolul puterii culturale în menținerea *status quo*-ului, sau a ideologiei dominante. În istorie, hegemonia a cunoscut două modalități de menținere: prima a fost aceea a violenței fizice, urmată apoi de cea a puterii la nivel intelectual. Astăzi, violența fizică este un fenomen izolat și combătut de societățile moderne și democratice. La nivelul societății, atitudinea hegemonică aparține: poliției, armatei și grupărilor militare, care exercită autoritar puterea pentru menținerea barierelor sociale, și, nu în ultimul rînd, școlii, mass-mediei și bisericii, care induc o atitudine de acceptare a ordinii dominante prin instituirea hegemoniei sau dominației ideologice a unui anume tip de ordine socială.

În literatura de specialitate contemporană, noțiunea de *discurs hegemonic* devine un atribut al politicului, definită fiind ca discurs al puterii, reprezentînd un set de sloganuri prin care este promovată capacitatea intelectuală și personalitatea unui pretendent la un scaun mai sus decît cel pe care se află deja, imagine care se dorește a fi diferită de cea a contracandidaților.

În cele ce urmează vom aborda aspectul hegemonic al discursului religios, ca una din formele pe care acesta le poate îmbrăca în unele împrejurări interconfesionale, sau ca o atitudine izolată a unor membri ai Bisericii Ortodoxe. Deși ar exista riscul ca această abordare să fie privită cu suspiciune și considerată a fi subiectivă, totuși noțiunea de discurs religios ca discurs hegemonic deja există în literatura teologică, fiind considerată ca o formă de expresie a atitudinii Bisericii față de unele probleme ce țin de spiritualitatea și dogmatica ortodoxă. Alături de formele de discurs religios precum *pareneza*, *omilia*, *predica tematică*, *prelegerea religioasă*, *lecția de religie*, toate forme ale *catehezei creștine*, se pune astăzi și problema unui dialog interconfesional numit *dialog ecumenic*, dar și a unui *discurs hegemonic*, atunci cînd morala creștină impune exprimarea propriului punct de vedere asupra unor inconveniențe care lezează imaginea Bisericii.

La nivelul discursului religios, hegemonia apare atunci cînd este accentuată tentația puterii ideologice a confesiunii în raport cu celelalte, prin marcarea distincției *ortodox-eretic*. Prin această atitudine, discursul religios încetează a mai fi doar un discurs identitar, sugerînd „pretenția de monopol asupra adevărului” (Neamțu, 2008: 21), prin discreditarea celorlalte confesiuni.

În linii mari, discursul religios, ca discurs ideologic identitar, este unul argumentativ prin excelență, deoarece presupune implicarea mai multor persoane,

dintre care un inițiator și cel puțin doi receptori ai demersului de influențare a acestora. De cele mai multe ori, sursa mesajului transmis și recepționat este considerată a fi Divinitatea. Prelatul este doar emițătorul acestui mesaj (cf. Cărăușu, 1999, 2004). În același timp, prelatul are o triplă ipostaziere în cultul religios: simbol al Divinității, mesager al lui Hristos și discipol (Dumas, 2000: 182 ș.u.).

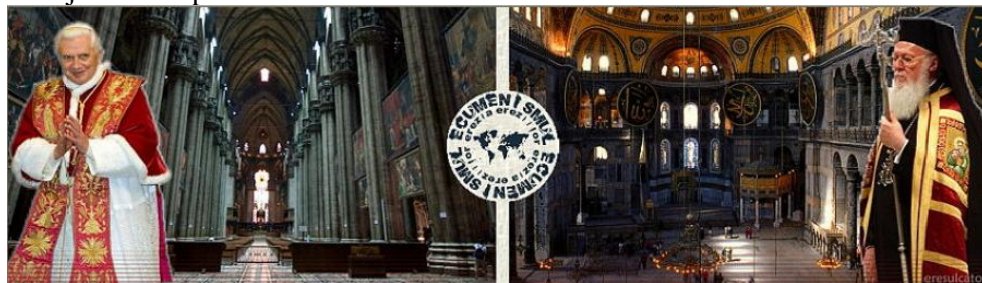
Ca formă, discursul religios este unul instituționalizat, normat și normativ. Între prelat și auditoriul său schimbul de roluri nu există, sau, dacă există, intervenția receptorului este minimalizată. Din acest punct de vedere am putea identifica discursul religios ca o argumentare fără interlocutor, sau cu interlocutor pasiv. Macrodiscursul, ca formă complexă de expunere, aparține oratorului, iar microdiscursul – dacă există - aparține auditoriului. Discursul religios este o argumentare complexă, deoarece opinia este susținută nu de unul, ci de cel puțin două argumente, fie acestea în raport de coordonare sau de subordonare- caz în care argumentarea este una ramificată. Interacțiunea prelat-auditoriu reliefează comportamente diferite, motivate de statutul diferit al predicatorului față de ascultătorii săi. Comportamente asemănătoare, sau parțial asemănătoare, au doar discipolii, motivate de egalitatea șanselor propuse de același statut pe care îl au. Indicatorii, sau taxemele locurilor interacționale își găsesc expresie atât în codul verbal, reprezentational, cât și în cele nonverbale, prezentaționale: proxemică, postură, mimogestică etc. (Vâlcu, 2003). Deși specializat, deosebit de alte forme discursive, cel religios îndeplinește aceleași funcții în argumentare: cea *explicativă* și cea *acreditivă* (Dospinescu, 1998).

Accreditarea aserțiilor expuse de prelat în discursul său este condiționată de modalizarea în exprimare. Puterea de convingere aparține nu expresiei verbale, ci modalității nonverbale de a prezenta mesajul propriu-zis. Dacă informația este cuprinsă în cuvintele și conceptele implicate în discursul verbal, forța de convingere este subsumată codurilor reprezentationale (cărți, picturi, fotografii) și a celor prezentaționale (voce, față, trup, cf. Fiske, 2009). Dintre fazele argumentării, cea mai importantă este argumentarea propriu-zisă, în care codurile specifice comunicării interacționează în scopul reliefării opiniei, a argumentelor pro sau contra, a regulii generale din care izvorăsc aceste argumente, a surselor care validează aceste argumente, a calificatorului care marchează necesitatea, probabilitatea sau obligativitatea veridicității sau nonveridicității unei aserții și a rezervei care poate conduce la o concluzie eronată sau diferită decât cea propusă (Lo Cascio, 2002: 62).

Discursul religios hegemonic prezintă unele particularități la nivelul argumentării. În acest punct oratorul încetează a mai focaliza pe receptor, în încercarea de a-l convinge și a-i obține adeziunea la confesiune, vizînd în special discreditarea celorlalte culte religioase. Este un conflict doctrinar în care se urmărește recunoașterea de către receptor a monopolului asupra adevărului teologic. Dacă atitudinea ecumenică vizează concilierea tuturor credințelor lumii, atitudinea hegemonică dezvoltă o continuă stare conflictuală între bisericile

diferitelor confesiuni. Acest conflict este de natură ideologică, dogmele, ritualurile, simbolurile, persoanele, timpul, spațiul sau entitatea absolută fiind toate diferite de la o religie la alta. Aceste diferențe sînt similare unui joc de puzzle, să presupunem așa, în care fiecare piesă reprezintă o formă de expresie a practicilor ritualice, a dogmelor, a valorilor spirituale și a instituțiilor asociate credinței. Marile religii ale lumii au perceput Divinitatea într-un mod propriu, astfel încît fiecare așa-numită ideologie religioasă și-a dezvoltat o arhitectură proprie, rezultînd astfel o diversitate în unitate și o unitate în diversitate. Puzzleul fiecărei ideologii religioase are propriile culori, propriile figuri și propriile simboluri, care nu se regăsesc la celelalte. Deși elementele componente ale fiecărui „joc de puzzle” sînt atît de diferite și de diverse, ele încearcă să redea chipul aceleiași puteri spirituale absolute, numită Dumnezeu. Cei care se angajează să construiască jocul, nu-l pot însă duce pînă la capăt dacă nu îi cunosc regulile. Un amator trebuie mai întîi inițiat, iar apoi implicat în ritualizarea propriu-zisă. Dacă cei care se adună pentru ritualizarea jocului nu se supun toți aceluiași norme și etape de lucru și nu sînt de acord cu reprezentările date decupajelor care compun Unitatea, aceasta nu va putea fi redată sau reactualizată. Fiecare va încerca să-și promoveze propriul joc în fața celorlalte, fapt care conduce la o atitudine hegemonică.

La nivel de strategie argumentativă, discursul religios hegemonic implică exprimarea în favoarea propriei opinii și în contra opiniei străine, de aceea argumentele sînt pro și contra, susținute și validate prin apelul permanent la sursă. Atitudinea hegemonică la nivelul discursului religios, este manifestată atît oral cît și scris. Forța persuasivă a argumentelor este marcată în exprimarea orală de gestică, mimică și paraverbal. În discursul religios hegemonic scris, persuasivitatea este marcată de iconicitate. Iată de exemplu în *Scrisoare atonită de protest*, în care mesajul devine persuasiv din antet:



apar două imagini foto reprezentînd cele două biserici creștine, Ortodoxă și Catolică, marcate fiind spațiul liturgic și persoana săvîrșitoare. Raportul disjunctiv dintre cele două biserici, considerate inițial a fi într-o conciliere spirituală și liturgică, este marcat de o emblemă în formă sferică, care circumscrie harta lumii între două rînduri ce compun sintagma *ECUMENISMUL ezezia ezeziilor*. Globalizarea acestei atitudini anti-ecumenice este relevantă, datorită semnificației simbolurilor reprezentate în emblemă: harta lumii și forma sferică a emblemei. Notarea cu litere mari a noțiunii de *ecumenism* contrastează cu notarea cu litere mici a repetiției lexicale *ezezia ezeziilor*, cu valoare stilistică de superlativ absolut.

Tot un raport antagonic apare și în postura fizică a reprezentanților celor două biserici: Papa ține mâinile unite, în semn de pace, fața zîmbitoare, iar privirea orientată în sus, în timp ce P.S. Hristodul ține în mîna dreaptă toiagul păstoririi - simbolul puterii spirituale -, mimica serioasă, iar privirea orientată în jos.

Textul subdiacent imaginii aparține unei grupări a Bisericii Ortodoxe, așa numiții *stiliști* sau credincioși de rit vechi, intitulat *Scrisoare athonită de protest*, cu un subtitlu notat în paranteze: „urmează mesajul de supunere și respect față de Patriarhia Ecumenică”. Tema discursului scris este marcată negativ. Ideea generală este aceea că singura biserică deținătoare a adevărului absolut este Ortodoxia, iar ceea ce este în afara ei este erezie și apostazie. Tema este marcată și în epifonemul paralel textului propriu-zis al discursului hegemonic: *Nu vă faceți răspunzători de sîngele mucenicilor vărsat pentru dreapta-credință!* Figura de stil îndeplinește aici funcția persuasivă, prin aceea că exclamă scurt și concis subiectul dezvoltat în tot textul, ca o consecință a întregului comentariu din macrodiscurs. Altă figură retorică, cu funcție persuasivă, și care domină în construirea discursului, este antiteza, împletită cu analogia. Valorilor universale, Binele, Adevărul și Frumosul, li se subscriu *virtutea, oaia, grîul*, prezentate antitetic cu *viciul, lupul, neghina*. Aceste strategii de marcarea a celor două confesiuni într-un raport disjunctiv, prin analogie cu noțiuni incluse în categoria valorilor universale și, respectiv, a nonvalorilor, au un puternic impact persuasiv asupra receptorului, mai ales atunci cînd autoritatea sursei din care este extras argumentul se bucură de recunoașterea întregii comunități religioase: *Sfîntul Chiril al Ierusalimului-Cateheze*. Citatele, din Sfîntul Chiril, prezentate paralel textului, fac parte tot din categoria strategiilor persuasive (Hoarță-Cărăușu, 2008: 394), prin aceea că ele induc o stare specifică asupra receptorului.

Macrodiscursul hegemonic are o arhitectură specifică, prezentînd gradual argumentele care să susțină monopolul Bisericii Ortodoxe (*credința Sfinților Părinți, sfințenia Bisericii Noastre, imaculata credință ortodoxă, moștenirea noastră dogmatică*). Strategiile argumentative constau în primă fază, în asigurarea propriei imagini, prin apelul la *legea* în baza căreia se invocă autoritatea (*scrierile sfințe, învățăturile Sfinților Părinți, deciziile sinoadelor ecumenice, slujbele zilnice*), la *renumele* celor care au format tradiția și care au fost *martorii* (Movilă, 1996) investirii Bisericii Ortodoxe ca *Biserică Una, Sfință, Sobornicească și Apostolească* (*părintele nostru Grigore Palama, Sfinții Mucenici din Sfîntul Munte, Sfîntul Mucenic Cozma I*). Tot în scopul asigurării poziției hegemonice, figurile de gîndire, precum *ocupația* sau *deliberația*¹ au un puternic efect convingător: *păzim moștenirea noastră dogmatică precum lumina ochilor, o întărim; ne temem să tăcem; datoria noastră cîntărește greu în conștiința noastră*.

¹ *Ocupația* constă în a preveni sau a anticipa o obiecție ce ar putea fi făcută sau care ar putea permite adăugarea unui nou argument la cele deja existente; *deliberația* constă în simularea punerii în discuție a unei hotărîri sau a unei decizii aproape irevocabile, pentru a scoate în evidență rațiunile și motivele proprii oratorului. Vezi Pierre Fontanier, *Figurile limbajului*, tr. Antonia Constantinescu, Editura Univers, București, 1977.

După prezentarea faptelor care au condus la acest manifest și asigurarea universalității și acreditării propriei ideologii, sînt prezentate gradual argumentele discreditării confesiunii catolice. Primul raționament argumentativ este cel al *enumerării părților* (Movilă, 1996: 25), prin care sînt prezentate aspecte negative din activitatea misionară a Bisericii Catolice, în opoziție cu Biserica Ortodoxă: *Apusul este presărat cu o serie de instituții și decizii anticreștine, cum ar fi cruciadele, „Sfînta” inchiziție, vînzarea de sclavi și colonizarea.[...] Toate acestea sînt consecința deviațiilor Romei de la Ortodoxie.* Antecedentele sînt folosite ca argumente contra, care discreditează în consecință tabăra adversă. În scop persuasiv sînt notate citate, care au valoarea de sursă acreditată a argumentelor expuse, din sfinți teologi ai Ortodoxiei. Fiecare argument contra este validat de un citat patristic care, în Ortodoxie, devine regula generală a creștinilor. Apoi, mărcile discreditării sînt urmate de o construcție deliberativă, cu valoare de sentință a celor expuse anterior: *Iată de ce este atît de important să protejăm moralitatea Ortodoxiei [...].*

Ca mărci lingvistice ale discreditării, cu rol persuasiv, sînt construcții precum: *ereziile papistă și protestantă, cei care se des-creștinează, mărturia sa falsă, false uniri, noi schisme, boala lor spirituală*, terminologie marcată negativ din punct de vedere semantic și prezentată antitetiv cu mărci ale acreditării: *singura credință în Hristos, singura speranță a europenilor, modalitatea prin care poate fi vindecată.* Instrumente sintactice cu rol persuasiv sînt negația: *nu se dirijează pe sine în a renunța la învățăturile eretice; În nici un caz, dialogurile cu heterodocșii nu ar trebui însoțite de rugăciuni în comun [...],* sau construcțiile marcate emfatic, cu intonație imperativă: *Este imperativ să asigurăm ...; În afară de aceasta ... ; Mai mult ...; Dar în nici un caz*

Formula generală a arhitecturii discursului religios hegemonic, din exemplul selectat de pe site-ul <http://eresulcatolic.50webs.com/scrisoareprotest.html>, se reduce la următoarea formulă: *opinia/marca discreditării, argumentul contra, sursa care validează argumentul (Romano-catolicii sînt în imposibilitatea de a se despletici de deciziile luate anterior de, conform lor, Conciliile Ecumenice – infailibilitatea, puterea seculară a papei [...].), raționament așezat în disjuncție cu formula: argument pro, opinie/marcă a acreditării, sursă (Așadar, din dragoste pentru Ortodoxie, dar cu durere pentru unitatea creștină, și avînd în vedere păstrarea curată a ortodoxiei de orice inovație, proclamăm peste tot ce s-a hotărît în Extraordinara Dubla Sfîntă Întrunire [...].).* Se observă o topică inversă în construirea raționamentelor specifice acreditării sau discreditării. Fenomenul are tot funcție persuasivă, încercînd să impresioneze receptorul prin evidențierea opoziției *pietate-trufie, ortodoxie-erezie, iubire-ură.*

Discursul religios hegemonic este un discurs specific dialogurilor interconfesionale, generatoare, de cele mai multe ori, de situații de conflict, atît la nivel doctrinar, cît și comunicațional. Încercările de conciliere se reduc la eșec, deoarece Tradiția și Canoanele specifice fiecărei confesiuni nu permit comuniune și consens în totalitate în ritual. Persuasiunea perlocuționară se materializează în

acțiuni de repulsie și chiar de violență a discipolilor Ortodoxiei față de adepții altor confesiuni, ne referim aici la creștinii practicanți, nu la prelații Bisericii Ortodoxe. Aceste efecte sînt considerate erori în persuadare, deoarece nu o atitudine violentă se așteaptă din partea receptorilor, ci un efort intelectual de evitare a situațiilor conflictuale și a apostaziei, prin urmărirea și respectarea Canoanelor propriei confesiuni. Efectele secundare ale unor postări similare pe pagini de internet au condus la crearea unor dialoguri între cititori, dialoguri polemice care au ajuns de la ironie la imprecății².

Bibliografie

Surse:

<http://eresulcatolic.50webs.com/scrisoareprotest.html>

<http://laurentiudumitru.ro/blog/2009/06/07/noua-marturisire-de-credinta-impotriva-ecumenismului/>

Lucrări de referință:

Cmeci, Camelia Mihaela, 2005, *Strategii persuasive în discursul politic*, Editura Universitas XXI, Iași

Dorogan, Maria, 1995, *Curs de elocință*, Editura Arc, Chișinău

Dospinescu, V., 1998, *Semiotică și discurs didactic*, Editura Didactică și Pedagogică, București

Fiske, John, 2003, *Introducere în științele comunicării*, traducere Monica Mitarcă, Polirom, Iași

² *Umbraserii* :

Date: June 14, 2009 @ 6:03 pm

@danubius

*Danubius pui de năparca, abia ma abțin sa-ti adresez cuvintele pe care la meriti. Eu inteleg ca esti un semidoct, dar nu pricep de ce strigi asta in gura mare ...
daca taceai filozof ramaneai ...*

*Cine crezi ca are nevoie de comentariile tale copiate din cliseele mai vechi sau mai noi?
Vrei sa fii "political correct"? N-ai decat, dar cauta-ti blogul potrivit. Cine lupta sa urmeze calea dreapta nu are cum sa fie "correct" la unison cu mamona si slugile lui.
Buna initiativa a celor din Grecia, pacat ca nu au incercat (sau poate n-au reusit) o coalizare si cu alte biserici ortodoxe surori.*

danubius :

Date: June 14, 2009 @ 7:26 pm

*calea drapta e a voastra, a Domnului e orice cale. cati oameni sînt atatea cai spre El sînt.
Nu exista cale dreapta, ci reguli omenesti. adevarul e o persoana Iisus, restul adevaruri.
dar si pe El si pe ele le cautam in permanenta. mereu sîntem mai aproape ori mai departe de ele. semidoct, nu cred. sînt doctor in teologie*

- Fontanier, Pierre, 1997, *Figurile limbajului*, traducere Antonia Constantinescu, Editura Univers, București
- Hoarță Cărăușu, Luminița, 1999, *Lingvistică pragmatică*, Editura Cermi, Iași
- Hoarță Cărăușu, Luminița, 2004, *Pragmalingvistică. Concepte și taxinomii*, Editura Cermi, Iași
- Hoarță Cărăușu, Luminița, 2008, *Teorii și practici ale comunicării*, Editura Cermi, Iași
- Larson, Charles U., 2003, *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, traducere Odette Arhip, Editura Polirom, Iași
- Lo Cascio, Vincenzo, 2002, *Gramatica argumentării. Strategii și structuri*, traducere Doina Condrea- Derer și Alina-Gabriela Sauciuc, Meteora Press, București
- Movilă, Mitu, 1996, *Retorică – curs*, Editura Fundației Chemarea, Iași
- Neamțu, Mihail, *Antiteze*, în „Canonul și vestitorul Ortodoxiei”, nr. 6/45, iunie 2008, p. 21
- Roventă-Frumușani, Daniela, 1994, *Introducere în teoria argumentării*, Editura Universității din București
- Roventă-Frumușani, Daniela, 1995, *Semiotica discursului științific*, București, Editura Științifică
- Roventă-Frumușani, Daniela, 1999, *Semiotică, societate, cultură*, Editura Institutului European, Iași
- Roventă-Frumușani, Daniela, 2000, *Argumentarea. Modele și strategii*, Editura All, București
- Ștefănescu, Loara, 2007, *Retorica argumentării în discursul politic contemporan*, Editura Universității din București
- Vâlcu, Angelica, 2003, *Funcționarea discursului specializat*, Editura “Ștefan Lupașcu”, Iași