Pr. conf. univ. dr. habil.
David Pestroiu
Facultatea de
Teologie Ortodoxă
„Justinian Patriarhul”

Icoana în postmodernitate. Noile idolatrii ale lumii de azi

Fiul lui Dumnezeu Întrupat – Icoana Tatălui (Ioan 1,18) a deschis calea cunoașterii lui Dumnezeu, oferind lumii puntea de legătură care reface starea de comuniune pierdută prin păcatul originar și conferă creației șansa reabilitării într-o nouă dimensiune spațio-temporală: Împărăția Veșnicei Iubiri a Preasfintei Treimi. Această comuniune se realizează la nivel personal, prin dialog transpus în rugăciune. Arta eclezială, propunând icoanele ca mijloace de legătură cu Divinitatea, ajută omul pe calea acestui parcurs existențial spre desăvârșire, oferind tocmai suportul unui liant, atât de necesar pentru a păstra vie imaginea corectă a persoanelor chemate la comuniune.

Ce se întâmplă, însă, când însăși starea de comuniune personală este negată? Ce rol mai are imaginea căutării sensului primordial al existenței pentru o lume hedonistă și secularistă? Vorbim despre societatea contemporană postmodernă și deslușim noi sensuri ale imaginii pentru omul dezrădăcinat din starea de cultivare a virtuților, însingurat prin cultivarea propriului său individualism. Postmodernitatea propune, deopotrivă, noi tipuri de iluminism și umanism. Separate total de religie, acestea se articulează exclusiv în plan secular, ca reacții violente față de tradiționalism și îmbrățișare fără rezerve a tot ceea ce este nou, cosmopolit, evoluat în plan științific și tehnologic. Este timpul denunțării categorice a oricărei forme de ierarhie instituționalizată; însuși primatul majorității, care ar trebui să constituie esența oricărei democrații, este zguduit din temelii de gălăgioasele clamări ale drepturilor minorităților. Omul postmodern se reinventează pe sine însuși atunci când, în numele propriei emancipări, se auto-revelează ca Demiurg, idol al propriei sale vanități. Dumnezeului creștin, descoperit în Sfânta Scriptură și Sfânta Tradiție, îi este contestată existența personală, atâta vreme cât canalele Sale de comunicare sunt obturate de omul redus la starea de individ, incapabil de a relaționa dincolo de zbaterile sale instinctuale mundane. În acest sens, definiția celebră dată de Jean-Francois Lyotard postmodernității, ca

fiind „incredulitatea față de meta-narațiuni”[1], își găsește explicația logică: răspunsurile tradiționale față de marile întrebări existențiale, bazate pe revelația biblică, sunt căzute în desuetudine, întrucât trebuie să facă loc unor noi explicații, de conveniență, venite din partea umanismului secular. Având drept suport mesajul emancipator al rațiunii, ele pun în lumină valori precum: binele, adevărul, frumosul, omenia, dreptatea, din perspectiva adaptării lor la progresul științei și tehnologiei, cu raportare directă la confortul material din lumea aceasta, excluzând total perspectiva veșniciei și cultivarea sfințeniei.

Dumnezeului creștin, descoperit în Sfânta Scriptură și Sfânta Tradiție, îi este contestată existența personală, atâta vreme cât canalele Sale de comunicare sunt obturate de omul redus la starea de individ, incapabil de a relaționa dincolo de zbaterile sale instinctuale mundane.

În căutarea Adevărului, care, potrivit creștinismului, este Unul singur – Hristos, omenirea a străbătut istoria cu convingerea unicității acestui demers. În postmodernitate, întâlnim concepția potrivit căreia nu există un singur Adevăr, ci se folosește tot mai mult pluralul *adevăruri,* în sensul în care fiecare individ se îndreptățește pe sine, în fața semenilor, clamându-și atitudinea ca fiind prototipală. Iată de ce Jürgen Habermas vorbește despre „localizarea adevărului”[2]. În acest caz, cunoașterea devine ea însăși o premisă a consumismului, fiind influențată de formele de comunicare ale momentului: Chat, Messenger, Facebook, Twitter, WhatsApp etc. Religiile însele sunt acceptate doar în măsura în care încetează să se raporteze la propriile lor dogme ca adevăruri unice, indubitabile. Sunt rejectate, de-a valma: cugetările profunde, trăirile mistice, rigorismul moral – toate fiind criticate întrucât dăunează practicii încetățenite a hedonismului postmodern. Se instaurează, pretutindeni, mediocritatea și superficialitatea. Lipsa de profunzime devine o caracteristică generală a mentalității societății actuale. Realitatea este convertită în imagine, redată prin mijloace tehnice de o excepțională claritate (3D, I-max etc.) și, astfel, distorsionată în planul figurat, unde prelucrările manipulatorii sunt la ordinea zilei. Mulți oameni, în special tineri, se autoizolează în spațiul virtual creat pe computer, în care filmele, jocurile sau chiar producțiile TV obișnuite sunt impregnate cu mesaje subliminale menite să creeze dependență. O categorie aparte o constituie industria erotismului, care alimentează centrii nervoși din creier cu imagini menite să alimenteze pulsiunile trupului, într-o încercare disperată de a controla întreaga ființă

1 Jean François Lyotard, *The Postmodern Condition: a report on Knowledge,* Translation from the French by Geoff Bennington and Brian Massumi, Foreword by Fredric Jameson, University of Minnesota Press, Minneapolis, 1984, p. XXIV.

2 J. Habermas, *Discursul filosofic al modernității,* Polity, 1987.

psiho-fizică a individului, stimularea necontenită a plăcerii. Același J. Habermas, vorbind despre viziunea postmodernă asupra lumii, o descrie ca fiind „triumful dorinței asupra rațiunii”[3]. Religii, culturi, tradiții, ideologii, moduri de viață sunt fragmentate într-o pluralitate, totuși omogenă, în măsura în care se autopropune drept contestatară și se revendică a fi bazată pe relativism.

Se vorbește foarte mult, în ultima vreme, despre cadrele definitorii ale postmodernității și despre modul în care aceasta influențează dezvoltarea umanității. Este evident faptul că suntem martorii unei uluitoare emancipări: elemente ce conduc la instalarea confortului generalizat destructurează, în egală măsură, vechile repere ale definirii existenței umane. Se conturează tot mai pregnant modelul autarhic al hegemoniei sinelui. Individualismul postmodernist lansează marea provocare socială la adresa ethosului comunitar eclezial. Într-o lume care venerează egoismul, ce dinamică vor cunoaște relaționările umane?

Pentru a oferi un posibil răspuns, trebuie să pătrundem mai adânc în cercetarea noastră asupra resorturilor constitutive ale postmodernității. De un real folos în acest sens ne este studiul lui Philip Sampson, *The rise of postmodernity.* Aici, autorul oferă o viziune sintetică, integratoare, asupra multelor definiții care s-au dat acestui concept:

„Precum dragostea în cântecul popular, postmodernitatea este acel lucru plin de splendoare. Unii văd în ea caracteristica modului de producție din capitalismul târziu (Jameson), alții o identifică printr-un mod cu totul nou de activism (Poster), câțiva o consideră ca o șansă către noi posibilități creatoare (Winter), alții văd influența ei ca fiind sinistră (Diederichsen), câțiva o văd ca o condiție nouă, esențială (Lyotard), alții se îndoiesc de existența ei (Rose) sau consideră că articulează doar poziția unor intelectuali marginali (Bauman)”[4].

Individualismul postmodernist lansează marea provocare socială la adresa ethosului comunitar eclezial. Într-o lume care venerează egoismul, ce dinamică vor cunoaște relaționările umane?

De fapt, omul postmodern nu-și dorește să rezolve ecuația existenței sale. Traiul exclusiv contingent, consumat la timpul prezent, exclude postularea unui sens transcendent al vieții. De aceea, el este crispat și confuz, iar adeseori oscilant între diverse sisteme filosofice, elemente de gândire sincretică, pagini de romane SF sau proprii viziuni elucubrante. Privită astfel, postmodernitatea se prezintă ca o certitudine pierdută sau ignoranță conștientă[5].

3 *Ibidem.*

4 Philip Sampson, „The rise of postmodernity”, în *Faith and modernity*, edited by Philip Sampson, Vinay Samuel and Chris Sudgen, Regnum Books International, Oxford, 1997, p. 29.

5 R. Winter, „Postmodern Sociology as a Democratic Educational Practice? Some Suggestions”, în *British Journal of Sociology of Education*, number 12.4, 1991, p. 471.

Cu toate pretenţiile de a crea o societate perfectă, secular-umaniştii au înregistrat eşecuri pe toate planurile, ceea ce demonstrează că, deşi intenţiile lor par a fi bune în aparenţă, în realitate acestea sunt imposibil de aplicat în fapt. Individualismul, bazat pe vanitate şi egoism, a condus la imposibilitatea realizării unei emancipări în viaţa socială şi politică. Lipsa cultivării comuniunii şi frământările egocentriste conduc, în fapt, la fragmentări şi mai adânci decât cele din perioada modernă, pe care postmodernitatea avea pretenţia să le corecteze. Pentru a corecta puseele manifestărilor individualiste s-a apelat la cultivarea preeminenţei modei: a fi în *trend* este un *must:* este modul în care membrii societăţii sunt aduşi la acelaşi numitor comun.

Nici cuceririle ştiinţei şi tehnologiilor nu sunt, în realitate, mai convingătoare. Utilizarea acestora în industria de armament sau criza provocată de poluare sunt realităţi dureroase pentru omul mileniului III. Chiar dacă au apărut o pleiadă de mişcări ecologiste şi pacifiste, care propun diverse programe şi proiecte de profil – ele însele intens consumatoare de resurse – rezultatele se lasă încă aşteptate.

În ceea ce priveşte comunicarea, lucrurile stau, poate, cel mai dramatic. Nu a existat o formă mai subtilă de subjugare a raţiunii şi control mental, în întreaga istorie a umanităţii, decât este cea care se profilează, sub ochii noştri, în postmodernitate. Hipnotizat de reţelele de socializare, pironit cu ochii în televizor, omul trăieşte acut drama propriei sale depersonalizări. Nu mai are voie, nu mai are curaj să gândească liber; de fapt, nici nu mai are nevoie: o fac alţii pentru el. Manipulări grosolane îşi întind tentaculele asupra sa, fără ca el să reacţioneze în vreun fel. Creditează cu atâta uşurinţă surse de informare viciate, încât nici nu este greu să-i modelezi conştiinţa adormită. Este suficientă stimularea falsei sale emancipări: cu alte cuvinte, e destul dacă i se oferă impresia că discursul îi aparţine, că trage singur concluzia (care i se induce, subtil, firește), că este singurul şi cel mai în măsură să efectueze judecăţi de valoare asupra oricărui subiect, indiferent dacă are vreo competenţă faţă de domeniul respectiv sau nu. În acest sens, o foarte bună temă de cercetare o constituie blogurile: toţi comentează din postura de experţi, însă, la o analiză lucidă, postările lor nu reprezintă altceva decât viralizarea manipulărilor, uneori de proporţiile unor adevărate epidemii. Sub masca emancipării se ascunde, de fapt, o grea robie.

„Pe măsură ce cetăţenii devin consumatori, integraţi în societate pe baza seducţiei pieţei şi gata de a participa în mod direct la viaţa politică publică, prin intermediul inovaţiilor tehnologice, democraţia reprezentativă capătă un interes minor pentru cei excluşi din jocul pieţei, pentru cei oprimaţi, pentru cei săraci”[6] – arată, la rândul său, P. Sampson.

În plan social, emanciparea postmodernă capătă accente dramatice. Sub masca libertăţii, precum şi a trâmbiţatelor „drepturi ale omului”, se creează noi polarizări sociale, menite să distrugă din temelii afilierile tradiţionale. Iau naştere mişcări contestatare la adresa Bisericilor tradiţionale, acuzate de faptul că sunt incapabile să ţină pasul cu moda postmodernă. Pornind de la mişcările anti-rasiste şi anti-sclavagiste din Occident, Ortodoxia românească este ţinta unor atacuri fără precedent, vizând culpabilizarea acesteia pe motivul menţinerii rromilor în robie până la mijlocul veacului al XIX-lea, dar şi datorită folosirii încă în limbajul liturgic al sintagmelor: *robul/roaba lui Dumnezeu.* Mişcările feministe,

6 Philip Sampson, *op. cit.*, p. 43.

cu manifestări de emancipare, cu orientări clare pro-avort, militează inclusiv pentru drepturi sacerdotale, după modelul unor confesiuni occidentale. Contracepția și planning-ul familial au câștigat din ce în ce mai mulți adepți, la fel ca și formele hibride de conviețuire umană – concubinaje, uniri consensuale sau parteneriate civile – toate menite să sape la rădăcina familiei tradiționale. Evident, la același țel s-au angajat și mișcările de promovare a drepturilor persoanelor din categoriile LGBT, angrenând o uriașă forță manipulatorie din Occident: mitinguri cu exhibarea nerușinată a acestor anomalii, la care participă membri ai corpurilor diplomatice ale unor țări prestigioase, pentru a ne „da o lecție", producții muzicale și cinematografice în care aceste minorități sunt quasi-prezente, dând impresia de „normalitate", culminând cu măsluirea evidentă a unor manifestări artistice cu mare priză la public, cum ar fi concursul *Eurovision,* devenit o adevărată „tribună" de prezentare a tuturor deviațiilor sexuale.

Astfel, întreaga istorie este destructurată. Umanitatea trăiește un prezent continuu. Este alimentată ideea peregrinării metempsihotice a fiecărui om într-un timp privit ca fiind liniar, cu o evidentă componentă ciclică. Ilustrarea acestui fapt se vede cel mai bine într-una dintre producțiile remarcabile ale cinematografiei postmoderne, *Atlasul norilor.* Trecutul se suprapune peste prezent și se proiectează într-un viitor incert, atâta vreme cât clipa de față se dorește a fi permanentizată. A vorbi despre istorie, în acest caz, devine imposibil.

Un nou tip de interacțiune se impune cu necesitate: rețeaua. Aici, schimbul de informații se face rapid, pe baza adeziunii voluntare și implicării personale. Comunitățile se mută în spațiul virtual, fiind animate de mode culturale comune sau de abilitățile designerilor de rețea. Oferta este uriașă, iar capcanele manipulatorii, pe măsură. Din păcate, instituția eclezială are o prezență discretă, chiar ezitantă, în această zonă de socializare aflată într-o evidentă expansiune. Mai degrabă asistăm la polarizarea unor grupuri pseudo-religioase, cu manifestări extremiste, fundamentaliste, care acaparează atenția prin exuberanță, dusă uneori până la agresivitate. Și aceasta întrucât nota dominantă a mesajelor viralizate pe rețele este victimizarea, nemulțumirea, oprimarea, excluziunea aderenților, gata să se autoproclame asupriți și să revendice drepturi, în virtutea unor pretinse adevăruri proprii, criticând de-a valma orânduiri, instituții sau structuri sociale, considerate ca fiind de-a dreptul perimate.

În mod paradoxal, deși glorifică sinele într-o manieră autarhică, idolatrizându-l, postmodernitatea renunță la căutarea autentică a acestuia și la ancorarea sa firească în transcendent.

Pam Smith sugerează că misiunea ar putea fi îmbunătățită prin conexiunile online. Iată un fragment din excelenta ei carte, *Online mission and*

ministry: „Una dintre cele mai presante temeri ale Bisericii din Apus este declinul numeric al membrilor săi. Aceasta este văzută în mod evident ca o consecință a schimbării conceptului de „Creștinism" – definit ca dominantă culturală și politică a creștinătății – în „Postmodernitate", unde nicio viziune asupra lumii sau set de idei nu mai sunt privite ca generale. Dacă vom da crezare acestor temeri privind declinul influenței creștinătății, va trebui să acceptăm faptul că trebuie să abordăm strategii noi privind reconectarea oamenilor cu mesajul Evangheliei. Chiar dacă numărul adepților scade, noile forme de misiune ar putea, în schimb, să determine opoziția unor creștini, care ar putea considera că este mai important efortul de a investi în strategii misionare care au îmbogățit biserica în trecut, mai degrabă decât a risipi resurse pentru noi metode neverificate încă. S-a vehiculat chiar ideea că, invitând lumea să participe la programe comunitare prin intermediul mijloacelor de comunicare electronică, s-ar descuraja, de fapt, prezența lor în activitățile ecleziale offline. Experiența, însă, sugerează contrariul: cele mai multe comunități online au aflat că participanții tind să devină din ce în ce mai mult interesați să exploreze și să-și exprime credința lor offline, ca rezultat al implicării lor online"[7].

În mod paradoxal, deși glorifică sinele într-o manieră autarhică, idolatrizându-l, postmodernitatea renunță la căutarea autentică a acestuia și la ancorarea sa firească în transcendent. „Nu este niciun subiect în sine, ci doar un subiect de pe raft"[8] – arată Philip Sampson. Superficialitatea mediocră se dovedește a fi țanțoșă în promovarea sinelui, dar fără o introspecție reală asupra adevăratelor dimensiuni ale acestuia și, ceea ce este cel mai grav, prin falsificarea conștiinței. În modernitate, asistăm la o repoziționare a valorilor în ierarhii bine structurate, respectând acumulările de cunoștințe sau bagajul cultural, într-o adevărată promovare a elitelor. Postmodernitatea, atacând meta-narațiunile, aruncă ierarhiile în colaps. Personalitățile complexe nu mai sunt la modă, întrucât cultura nu se mai dezvoltă în profunzime, ci la suprafață, devenind un bun *de masă,* supus aceloraşi reguli consumiste care așază populismul asupra elitismului. În calitate de consumatori, cetățenii societății de azi se consideră experți poli-calificați în toate domeniile, detestându-i pe adevărații profesioniști. Desigur că o astfel de viziune se împletește vizibil cu idealurile democrației și corectitudinii politice. În ceea ce ne privește, principiile de organizare eclezială sunt, odată în plus, demascate ca fiind în afara *trend-ului,* întrucât susțin o evidentă stratificare ierarhică.

Foarte interesant este faptul că, deși destructurează meta-narațiunile, postmodernitatea însăși sfârșește prin a-și crea propria ei narațiune, de proporții globale: viziunea elitei mediocrității de consum care militează pentru descentralizarea cunoașterii, dar ajunge să estetizeze anarhia generată de spiritul contestatar generalizat. Și care ar fi principalul ei atu? Cultivarea excesivă a plăcerii ca rezultat exclusiv al senzațiilor, al experiențelor carnale, care aruncă existența mundană într-o incredibilă efervescență a superficialității, ilustrând astfel conceptul sintetizat de J. Habermas prin expresia: „estetizarea vieții"[9]. Evident, vorbim aici de viața umană în trup, fără nicio perspectivă de înveșnicire.

7 Pam Smith, Online Mission and Ministry. *A theological and practical guide, Society for Promoting Christian Knowledge*, Ashford Colour Press, London/Hong Kong, 2015, p. 18.

8 Philip Sampson, *op. cit.*, p. 29.

9 J. Habermas, op. cit.

„În calitate de creştini – arată S. Grenz – este necesar să cunoaştem ce sunt meta-naraţiunile. Sunt, în primul rând, descrierile acţiunii lui Dumnezeu în istorie pentru salvarea umanităţii căzute şi împlinirea planului lui Dumnezeu faţă de creaţia Sa. Noi proclamăm răspicat că ţinta acestei meta-naraţiuni este relatarea despre Iisus din Nazaret, care, mărturisim, este Fiul lui Dumnezeu Întrupat, a doua Persoană a Dumnezeului Trinitar”[10].

În vremurile recente, se observă o schimbare de paradigmă în ceea ce priveşte activitatea omului emancipat, în general. A scăzut în intensitate producţia industrială, care s-a mutat preponderent în ţările cu economii emergente, crescând în mod alarmant consumul, cu accentuarea unor ramuri economice subsecvente: comerţul şi serviciile, cu direcţii noi, dezvoltate în consecinţă: mass-media, publicitatea, distracţiile (entertainment). Dacă în trecutul nu prea îndepărtat bunurile materiale erau preţuite la adevărata lor valoare, fiind economisite şi chiar stocate ca provizii pentru un viitor considerat, de regulă a fi incert, astăzi ele nu mai reprezintă decât resurse de consum şi, adeseori, simboluri ale unei imense risipe. Omul contemporan nu mai analizează însemnătatea în sine a bunurilor de care dispune, ci modul în care se poate utiliza de ele, consumându-le rapid pentru a genera plăcerea de care are atâta nevoie. Predictibilitatea unui viitor incert a încetat, hedonismul postmodern reluând teza hedonismului antic privind „trăirea clipei prezente” (carpe diem); în consecinţă nu se mai pune problema acumulării de resurse pentru o înţeleaptă economisire.

Am arătat mai sus că postmodernitatea a încetăţenit drept valoare reprezentativă faptul de a fi la modă. Iar elementul definitoriu al modei este consumul excesiv de materie, dus până la risipă, în scopul realizării plăcerii. În consecinţă, reflexia ştiinţifică şi cercetarea academică sunt, treptat, recalibrate. Din activităţi menite iniţial a se desfăşura pe cont propriu, conducând la rezultate spectaculoase în măsura imprevizibilităţii lor, acestea s-au transformat în munci de echipă rutinate şi previzibile, afectând în mod iremediabil gândirea personalistă liberă, până la ceea ce Z. Bauman numea „implozia viziunii intelectuale”[11].

În sprijinul unei astfel de mentalităţi, s-a dezvoltat industria de publicitate, sprijinită mai ales de mass-media. Produsele reale s-au transformat în produse de imagine, acestea fiind consumate nu datorită

10 Stanley J. Grenz, *A primer on postmodernism*, William B. Eerdmans Publishing Company, Grand Rapids, Michigan / Cambridge, U.K., 1996, p. 164.

11 Z. Bauman, „Is there a postmodern sociology?”, in *Theory, Culture & Society*, volume 5.2–3, 1988, p. 219.

necesității sau valorii lor pentru viața umană, ci datorită efectelor manipulatorii ale reclamelor publicitare. Uneori, aceste efecte sunt menite a încuraja practici ce pun în pericol viața (adicțiile față de tutun, alcool, consumul în exces de zahăr etc.), dar interesul financiar enorm face casă bună cu apetența omului față de cultivarea plăcerii, cu orice riscuri.

Treptat, în postmodernitate, totul devine obiect de consum. Iar la acest proces contribuie, în mare măsură, noile tehnologii, axate pe dezvoltarea telecomunicațiilor, a calculatoarelor electronice, a digitalizării și robotizării rețelelor și proceselor industriale, economice și, mai ales, mediatice. Un accent aparte este pus pe designul produselor, care trebuie obligatoriu să se adapteze modelor culturale existente, într-un efort continuu de promovare a imaginii și stilului propriu în fața comunității de consumatori. Însuși demersul științific este reorientat, de la cercetarea dezinteresată, având drept unic obiectiv generarea sau sedimentarea cunoștințelor în sine, la o adevărată politică publică, recalibrând cercetarea pe baza unor evidente interese manageriale, orientate spre satisfacerea interesului față de consumul de materie și cultivarea plăcerii.

Potrivit lui P. Sampson, „de la rădăcina modernității, această cultură consumistă bazată pe informație este fie sinistră, fie superficială. Supravegherea și controlul electronic își întind plasa invizibilă, deopotrivă, asupra vieților indivizilor și comunităților. Lumea simulațională a spectacolelor, experienței și consumului împing omenirea spre o nouă adicție, reprezentată de nostalgia producțiilor Disney, a mall-urilor de cumpărături și parcurilor tematice. Stilul Las Vegas s-a încetățenit pretutindeni”[12].

Idolatria noilor imagini presupune și dezvoltarea unui cult pe măsură. Din „catacombele” consumismului, reprezentate de micile magazine de tip boutique, arhitectura postmodernă s-a reprofilat, creând adevărate „temple” ale comerțului: mall-uri și supermarketuri, care adună laolaltă, de-a valma, o multitudine de sensuri ale risipei de materie, al căror unic factor comun este acela de a fi în trend. Tot ceea ce se vinde aici reprezintă nu neapărat consecința unei alegeri calitative, ci a unei necesități evidente: aceea a împăcării compresiei timpului cu aviditatea de succes a industriei de publicitate. Există, într-un mod paradoxal, și o categorie de „mărfuri spirituale” oferite la mall: sunt standuri de prezentare a diverselor noi mișcări religioase, care funcționează după aceleași principii: cu cât publicitatea este mai vizibilă, cu atât succesul pare a fi garantat. Sunt voci care opinează că și Biserica, într-o formă aggiornată, ar trebui să fie prezentă acolo[13], însă, în egală măsură, există și o opoziție serioasă față de riscul real de compro-

12 Philip Sampson, *op. cit.*, p. 31.

13 A se vedea: Pete Ward, *God at the Mall: Youth Ministry that Meets Kids where They're*, Hendrickson, 1999.

Biserica însăși nu trebuie să devină un alt centru comercial, oferind o credință în conformitate cu piața. Ea a mărturisit, în toată existența ei bimilenară, un ansamblu de învățături și norme, în mare parte, incomode, ba chiar ostile față de așteptările hedonismului, indiferent sub ce formă s-ar fi manifestat acesta.

miterea mesajului evanghelic. Biserica însăși nu trebuie să devină un alt centru comercial, oferind o credință în conformitate cu piața. Ea a mărturisit, în toată existența ei bimilenară, un ansamblu de învățături și norme, în mare parte, incomode, ba chiar ostile față de așteptările hedonismului, indiferent sub ce formă s-ar fi manifestat acesta.

Pentru omul postmodern, drama lui Lucifer devine propria lui sursă de permanente angoase existențiale. Auto-divinizarea, nerealizată în fapt, conduce la o stare de continuă frustrare și mascare a realității. Se creează o stare de rebeliune împotriva lui Dumnezeu, și, mai cu seamă, se alimentează o dorință nestăvilită de a contesta poruncile Lui. Astfel, însăși ideea de Judecată finală și restabilire a ordinii universale este negată. Primează interesul pentru viața pământească, trăită în distracții continue, fără perspectiva veșniciei. Cel mult, ca o concesie făcută sincretismului religios postmodern, se îmbrățișează viziunea mult mai laxă promovată de religiile orientale: ideea reîncarnărilor succesive prinde din ce în ce mai mult contur, dar nu din perspectiva unei responsabilizări ulterioare, ci a prelungirii traiului teluric hedonist. Astfel, ideea de suflet nemuritor, precum și perenitatea sa după moartea trupului, capătă noi valențe. Omul postmodern nu mai este interesat de propășirea sufletului său, de sporirea duhovnicească, de cultivarea virtuților și transformarea lăuntrică a persoanei, spre a fi orientată nu către consumul de materie, ci către înveșnicire. În acest sens, P. Sampson observă foarte bine: „În postmodernitate, această căutare a propriei persoane este abandonată. Nu mai poate fi găsită, întrucât ea însăși este alienată”[14].

De la afirmația celebrilor Beatles că l-ar fi depășit în popularitate pe Iisus Hristos, asistăm la o adevărată isterie a idolatriei unor staruri și chiar genuri muzicale în sine. Evident că nu ne referim aici la muzica religioasă, folclorul sau muzica clasică, ci la acele curente muzicale care au pus stăpânire pe mase din ce în ce mai largi de tineri, creând o adevărată industrie a distracției nesfârșite. Creatorul primei „biserici rock'n roll” din California, Joel Agnew, consideră muzica rock drept „religie alternativă” față de „toate celelalte mizerii”[15]. Nina Hagen s-a considerat pe sine „canalul lui Dumnezeu”, iar Rolling Stones și Ozzy Osbourne au răspândit creații muzicale cu titluri și conținuturi demonice. O dimensiune aparte o constituie unele forme extreme de muzică rock, devenite

14 Philip Sampson, *op. cit.*, p. 36.

15 Pr. prof. dr. Nicolae Achimescu, *Religie, modernitate și postmodernitate*, Ed. Trinitas, București, 2013, p. 258.

de-a dreptul satanice. Inspirate din religiozitatea africană, acestea combină o melodicitate agresivă și gălăgioasă cu mișcări ale trupului în manieră spasmodică, asemănătoare ritualurilor vrăjitorești tribale. Dacă adăugăm la toate acestea și conținutul textelor care însoțesc piesele muzicale respective, avem tabloul complet al unor afronturi aduse lui Dumnezeu, așa cum este El perceput de către religiile tradiționale, combinate cu elogieri sataniste și luciferiste. Toate aceste piese muzicale compromise promovează, în egală măsură, și un nou tip de limbaj cultural, în care, la loc de cinste, se situează semne și simboluri ce necesită a fi descifrate, în urma unei continue zbateri de auto-afirmare. Tehnicile *grafitti* sunt mostre elocvente ale acestui limbaj, creator al unei identități proprii, despre care vorbește P. Sampson:

„Literatura, muzica și filmul prezintă mostre ale identității postmoderne (de exemplu: William Burroughs / David Cronenberg, David Bowie, David Lynch), dar exemplul clasic al sinelui transpus în existențe multiple este dat de Madonna, care descrie o multiplicitate de reprezentări, de la Material Girl, prin crearea unei sexualități proprii, până la vulnerabilitatea lui Monroe”[16].

Vedete din absolut toate domeniile cu expunere la public se adaugă categoriilor enumerate mai sus. De la politicieni și până la componenții unor echipe sportive, toți se autopropun ca idoli față de adepți, susținători sau fani. Să mai amintim că și stadioanele sunt, mai nou, considerate temple, iar spectatorii lor aduc ofrande „zeului-fotbal[17]”? Și nici domeniul religios nu este scutit de această molimă: o paletă largă și diversificată de maeștri, înțelepți, guru, inițiatori de noi mișcări și religii, terapeuți, șamani etc. se propulsează în centrul atenției, generând adevărate isterii sub forma unor mode îndeobște cunoscute drept „alternative spirituale”[18]...

Stanley J. Grenz, în excelenta sa carte *A primer on postmodernism*, arată: „A trăi într-o societate postmodernă înseamnă a locui într-o lume ca de film: un loc în care adevărul se îmbină cu ficțiunea. Privim lumea în același mod în care vizionăm un film: cu suspiciunea că ceea ce vedem în jurul nostru ar putea fi, de fapt, o iluzie. În orice caz, în privința intrigilor din film, privitorul poate fi, cel puțin, sigur că acestea exprimă ceva despre mințile celor care l-au produs. Pe de altă parte, privind la lume, postmodernii nu mai sunt încrezători că în spatele acesteia mai există vreo Minte”[19]...

Societatea postmodernă a dezvoltat, la cote, în trecut – inimaginabile, o adevărată cultură a informației[20]. Pe baza emancipării tehnologice, știrile circulă pretutindeni cu viteza undelor de emisie *on line*. Internetul, televiziunea, radioul permit comunicări rapide și directe, dar prezintă și pericolul manipulării. Moda idolatră a pătruns și aici. Fie că vorbim de creditarea, fără discernământ, a unor prezentatori TV sau formatori de opinie în mass-media și mediul *on line*, fie că, pur și simplu, adeziunea la rețele de socializare creează polarizări multiple în jurul unor obiective a căror importanță este supralicitată, susținându-se pe adevărate campanii publicitare, bazate pe interese oculte și finanțate corespunzător. Ne reține atenția o recentă campanie extrem de agresivă față de

16 Philip Sampson, *op. cit.*, p. 45.

17 Pr. lect. univ. dr. David Pestroiu, „Misiunea Bisericii Ortodoxe în postmodernitate”, în *Theologia Pontica*, Anul II (2009), nr. 1, p. 133.

18 Pr. lect. dr. Radu Petre Mureșan, *Alternative spirituale în România*, Ed. Agnos, Sibiu, 2011.

19 Stanley J. Grenz, *op. cit.*, p. 33.

20 A se vedea, pe această temă: Hervé Carrier, *S.J., Evangelizing the Culture of Modernity, Faith and Culture Series*, Orbis Books, Maryknoll, New York, 1993.

lăcașurile de cult ortodoxe, în care numărul de spitale era comparat cu cel al catedralelor. Mistificarea, abil ticluită, punea în balanță entități și valori cu totul diferite, atât în privința destinației, cât și în ceea ce privește numărul beneficiarilor. În categoria „spitale" nu erau inventariate și dispensarele sau policlinicile, în schimb, la „catedrale", erau trecute toate locașurile de cult, inclusiv paraclise și capele, aparținând tuturor cultelor recunoscute, deși revolta era, evident, îndreptată contra Ortodoxiei. O astfel de manipulare grosolană a reușit, totuși, să atragă în mediul *on line* zeci de mii de adepți, dezvoltând și o latură violentă, a protestelor publice agresive în cadrul unor marșuri și mitinguri neautorizate.

Deconspirarea unor astfel de atacuri și manipulări nu este suficientă, mai ales dacă ele au tras brazde adânci deja în mentalul colectiv. Este nevoie de o muncă misionară redutabilă în ceea ce privește profilaxia acestor fenomene. Conștientizarea pericolelor provenind din expunerea unor vulnerabilități de imagine ar trebui gestionată într-un spirit accentuat preventiv. Totodată, tehnologiile moderne de comunicare oferă noi oportunități pentru prezentarea Evangheliei, precum și a modului în care Biserica pune în practică, prin întreaga sa operă pastorală și social-filantropică, mesajul transmis de Iisus Hristos pentru restaurarea lumii și a omului. Este chemarea de a ieși din contingența unei vieți superficiale, materialist-consumiste. Este găsirea adevăratului sens al existenței: comuniunea cu Dumnezeu, în veșnica împărăție a înălțării spirituale, în dragostea nesfârșită a Preasfintei Treimi.

