

COMUNICARE ȘI MOTIVARE ÎN CONTEXTUL LIBERTĂȚII RELIGIOASE

Conf. univ. dr. SamuieI BÂLC

*Institutul Teologic Baptist din București
Institutul Teologic Creștin după Evanghelie „Timotheus” din București
samybalc@gmail.com*

Abstract: Communication and Motivation in the Context of Religious Freedom

If by 1989 one of the major problems of the society was related to communication, due to political constraints, with the times of freedom everything changed, people being motivated to communicate openly with each other. Undoubtedly, communication has never been regarded as something simple to achieve, a fact noticed even in the context of religious freedom. Therefore, people have been forced and must learn to communicate with each other. In this regard, one must know both the things that underlie effective communication and what can motivate people in personal development and the achievement of the various objectives proposed. The present article outlines several theories of communication and motivation in the context of religious freedom as well as some practical principles that must be taken into consideration if effective communication is desired. It can be stated and affirmed that the motivation regarding the achievement of both an efficient communication and of the proposed objectives is also supported by the context of the religious freedom we live in.

Keywords: Communication, motivation, theory, needs, religious freedom

Deși cei mai mulți oameni recunosc nevoia de comunicare și motivare, pentru unii acestea sunt greu de realizat. Unul dintre motive se datorează diferitelor bariere care apar în calea comunicării. Dintre barierele cele mai des întâlnite în comunicare, evidențiate și de către Michael Armstrong, vor fi amintite următoarele:

- ✦ Auzirea lucrurilor pe care dorim să le auzim¹
- ✦ Ignorarea informațiilor conflictuale²
- ✦ Percepțiile asociate vorbitorului³
- ✦ Influența grupului⁴
- ✦ Emoțiile⁵

Este important să se țină cont de faptul că, dacă un mesaj are un înțeles specific pentru cineva, nu este obligatoriu să aibă același înțeles și pentru altcineva. De asemenea, a nu se uita că pentru realizarea unei comunicări și motivări eficiente, contează nu doar ce se spune ci și cum se spune. Pentru depășirea barierelor în comunicare este important să se acorde atenție conceperii fiecărui mesaj în așa fel încât acesta să corespundă așteptărilor și valorilor ascultătorilor. De asemenea, trebuie conștientizat faptul că informațiile transmise pot fi interpretate greșit din cauza prejudecăților, perturbățiilor și tendinței oamenilor de a respinge ceea ce nu doresc să audă.

1 Ceea ce auzim sau înțelegem atunci când cineva ne vorbește se bazează în mare parte pe experiența noastră și pe mediul și condițiile în care ne-am format. În loc să auzim cuvintele exacte ale interlocutorilor, noi auzim ceea ce ne transmit mințile noastre că au spus ei. Avem preconcepții despre ceea ce vor spune alții și dacă cuvintele lor nu se potrivesc în cadrul nostru de referință le ajustăm în consecință. Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p. 44.

2 Manifestăm tendința de a ignora sau respinge comunicările care intră în conflict cu propriile noastre convingeri. Dacă nu sunt respinse, se găsește o cale de a le deforma sau remodela înțelesul pentru a se potrivi cu preconcepțiile noastre. Atunci când un mesaj este incompatibil cu convingerile existente, receptorul îi respinge validitatea, evită să mai fie expus la el, îl uită cu ușurință și, în memoria sa, deformează ceea ce a auzit. Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p. 44.

3 Este dificil de separat ceea ce auzim de sentimentele noastre față de vorbitor. Vorbitorului îi pot fi atribuite motive inexistente. Dacă ne place o persoană, suntem mai predispuși în a-i accepta spusele – indiferent dacă are sau nu dreptate – decât dacă am detesta-o. Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p. 45.

4 Grupul cu care ne identificăm ne influențează atitudinile și sentimentele. Ceea ce aude un grup depinde de interesele sale. Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p. 45.

5 Emoțiile ne colorează capacitatea de a transmite sau recepționa adevăratul mesaj. Atunci când suntem îngrijorați sau nesiguri pe noi, ceea ce auzim pare mai amenințător decât atunci când suntem siguri pe noi și împăcați cu restul lumii. Când suntem furioși sau deprimați, manifestăm tendința de a respinge ceea ce altfel ar părea solicitări rezonabile sau idei bune. În decursul unor argumentări încinse, multe lucruri rostite pot să nu fie înțelese sau pot fi mult distorsionate. Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p. 45.

Un alt aspect deosebit de important pentru realizarea unei comunicări eficiente, care poate să fie motivatoare pentru cei din jur și să contribuie la dezvoltarea personalității, este credibilitatea. Nimic nu este mai dăunător decât promisiunile neonorate. În ceea ce privește motivația oamenilor, trebuie știut că aceasta este procesul prin care ceilalți sunt determinați să acționeze în direcția dorită.

Motivația este definită în literatura de specialitate ca fiind efortul susținut, orientat și perseverent pe care îl depune un individ în vederea realizării unui scop.⁶ În urma studiilor făcute, pot fi identificate patru caracteristici ale motivației:

- ♦ **Efortul** - forța comportamentului unui individ în procesul de muncă.
- ♦ **Perseverența** - consecvența cu care individul depune acest efort.
- ♦ **Direcția** - modul, sensul în care este canalizat efortul.
- ♦ **Scopul** - ceea ce trebuie realizat în urma depunerii efortului.⁷

După cum afirma și Michael Armstrong:

Motivația se referă la comportamentul direcționat spre obiectiv. Oamenii sunt motivați să facă ceva dacă apreciază că merită să depună efortul respectiv. Procesul de motivație este inițiat de cineva care recunoaște o nevoie nesatisfăcută. Se stabilește după aceea un obiectiv, despre care se consideră că va satisface nevoia respectivă și se determină un curs de acțiune despre care se așteaptă să ducă la atingerea obiectivului stabilit.⁸

„A comunica nu înseamnă, așadar, numai a emite și a primi ci a participa la toate nivelurile, la o infinitate de schimburi felurite care se încrucișează și interferează unele cu altele.”⁹ Comunicarea este condiția pentru dezvoltarea, împlinirea și demnitatea fiecărei persoane. Comunicarea ne ajută să înțelegem mai bine lumea în care trăim și să ne comportăm într-un mod adecvat în contextul libertății religioase de care ne bucurăm.

6 Viorica Leancă, *Note de curs la disciplina Curs de comunicare*, Institutul de Științe Penale și Criminologie Aplicată, Catedra Psihologie și Științe Socio-Umaniste, Chișinău, 2013.

7 Ibidem.

8 Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p. 189.

9 Robert Escarpit, *De la sociologia literaturii la teoria comunicării*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1980, p. 32.

Trebuie reținut faptul că la baza motivației stau mai mulți factori. Pe de o parte, sunt factori de natură internă ca: satisfacția personală, plăcerea de a face lucrurile cum trebuie. Această motivație derivă din relația ce se stabilește în mod direct între individ și sarcina de îndeplinit. Michael Armstrong evidențiază faptul că: „printre factorii care influențează oamenii să se comporte într-un mod specific ori să acționeze într-o direcție specifică, se numără și responsabilitatea (sentimentul că munca este importantă și deținerea controlului asupra resurselor proprii), libertatea de acțiune, posibilitatea de a utiliza și dezvolta talente și capacități, munca interesantă și incitantă și ocaziile pentru promovare”.¹⁰ Pe de altă parte, sunt factori de natură externă ca: salariul mai mare, prime. Această motivație derivă din contactul individului cu mediul extern sarcinii de îndeplinit. În primul caz, motivația depinde de tine ca individ. În al doilea caz, motivația depinde de alții. Factorii de natură internă au de obicei un efect mai profund și pe termen mai lung, deoarece nu sunt impuși din exterior.

Un alt aspect ce trebuie avut în vedere atunci când se abordează problematica motivației este aceea a performanței. În acest sens s-au elaborat mai multe teorii: Teoriile motivației bazate pe nevoi și Teoriile procesuale ale motivației. Printre teoriile motivației bazate pe nevoi se află: Piramida nevoilor a lui Abraham Maslow, Teoria ERG (existence, relatedness, growth) a lui Alderfer și teoria necesităților a lui McClelland.

A. Teoriile motivației bazate pe nevoi

Abraham Maslow considera că la baza motivației umane stau nevoile. Acestea au fost grupate în cinci grupe principale sub forma unei piramide, cele de la baza piramidei fiind cele mai importante. Cele cinci seturi de nevoi sunt, în ordinea importanței lor:

- ♦ **Nevoi fiziologice** – acele nevoi a căror satisfacere asigură supraviețuirea individului (hrană, adăpost, apă, aer etc.)
- ♦ **Nevoi de siguranță** – acele nevoi care satisfac cerințe ca securitatea, stabilitatea, ordinea din viața fiecărui individ.
- ♦ **Nevoi de apartenență** – acele nevoi care apar din caracteristica de ființă socială a omului.
- ♦ **Nevoi de stimă** – acele nevoi care asigură individul de compatibilitatea dintre ceea ce face și postul pe care îl ocupă.

¹⁰ Michael Armstrong, *Cum să fi un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p.190

- ♦ **Nevoi de autoîmplinire** – acele nevoi a căror împlinire generează o stare de mulțumire interioară.¹¹

Pornind de la piramida lui Maslow, Clayton Alderfer a comprimat cele cinci nivele de nevoi în trei, numindu-le astfel:

- ♦ **Nevoi legate de existență** – acele nevoi care sunt satisfăcute de anumite condiții materiale; sunt acoperite nevoile fiziologice stabilite de Maslow, precum și nevoi considerate de acesta de siguranță, dar care în opina lui Alderfer derivă mai degrabă din satisfacerea unor condiții materiale, de exemplu nevoia de a avea un loc de muncă plătit;
- ♦ **Nevoi relaționale** – acele nevoi satisfăcute în urma comunicării libere și a schimbului de informații, opinii, idei, sentimente etc. cu ceilalți membri ai grupului;
- ♦ **Nevoi de implicare** – acele nevoi care sunt satisfăcute de implicarea personală puternică în mediul de muncă.

Urmând îndeaproape concepția lui Maslow, Alderfer aduce ca element de noutate faptul că în opinia lui dacă un individ se află în imposibilitatea de a-și satisface nevoi ca cele de dezvoltare el va reveni la satisfacerea nevoilor de pe treapta ierarhică inferioară. În același timp, el creează o ierarhie mai puțin rigidă ce acoperă un spectru mai larg de nevoi.

În concluzie, Alderfer considera că, cu cât mai mult sunt satisfăcute nevoile de nivel inferior cu atât mai mult sunt dorite nevoile de nivel superior, și cu cât mai puțin sunt satisfăcute nevoile de rang superior cu atât mai mult este dorită satisfacerea nevoilor de rang inferior.

Mc Clelland a pornit în demersul său teoretic de la premisa că în motivație un rol important îl au și condițiile care au generat apariția nevoilor. El a realizat astfel o teorie în care a subliniat condițiile în care anumite nevoi duc la modele particulare ale motivației. În studiul său, Mc Clelland a relevat în special importanța nevoilor de realizare, afiliere și putere, arătând rolul lor asupra comportamentului indivizilor într-o organizație. Russ Akins evidențiază faptul că: „Motivația este măsura a ceea ce este nevoie pentru a depăși inerția inițială și a deveni dornic spre a o realiza”.¹²

11 Viorica Leancă, *Note de curs la disciplina Curs de comunicare*, Institutul de Științe Penale și Criminologie Aplicată, Catedra Psihologie și Științe Socio-Umaniste, Chișinău, 2013.

12 Russ Akins, *Correct Biblical Motivation*, <http://eternityimpact.com>

Din perspectiva lui Michael Armstrong, „teoria nevoilor afirmă despre comportament că este motivat de nevoile nesatisfăcute. Nevoile esențiale asociate muncii sunt de realizare, recunoaștere, responsabilitate, influență și creștere personală”¹³

B. Teoriile procesuale ale motivației

Teoriile procesuale au apărut în opoziție cu teoriile motivației bazate pe nevoi, ele punând accentul nu pe ce anume motivează oamenii, ci cum anume sunt motivați oamenii. Altfel spus, teoriile motivației procesuale specifică detaliile asupra modului în care apare motivația. În rândul teoriilor procesuale se numără teoria așteptărilor și teoria echității.

Teoria așteptărilor. Victor Vroom este primul psiholog care a realizat în mod complet această teorie. La baza ei stă convingerea că motivația este determinată de rezultatele pe care oamenii le așteaptă să apară ca urmare a acțiunilor lor la locul de muncă. Modelul creat de Vroom are următoarele componente:

1. Rezultatele – sunt reprezentate de consecințele pe care le are comportamentul unui individ în activitatea pe care o desfășoară;
2. Instrumentalitatea – este reprezentată de probabilitatea dată de posibilitatea ca un rezultat de ordinul întâi să urmeze un rezultat de ordinul doi;
3. Valența – este reprezentată de valoarea care este așteptată de rezultatele muncii, măsura în care acestea sunt atractive sau neatractive;
4. Așteptarea – este reprezentată de posibilitatea ca un anumit rezultat particular de ordinul întâi să poată să fie atins;
5. Forța – este reprezentată de direcționarea efortului către obținerea de rezultate de ordinul întâi.

Potrivit lui Michael Armstrong: „Teoria așteptării afirmă că motivația are loc numai atunci când individul se simte capabil să-și modifice comportamentul, se simte încrezător că o schimbare de comportament va duce la o recompense și apreciază recompense suficient de mult pentru

¹³ Michael Armstrong, *Cum să fi un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p.190.

a justifica schimbarea de comportament”.¹⁴ Această teorie evidențiază așadar faptul că motivația este posibilă doar atunci când există o relație clar perceptută și utilizabilă între așteptări și rezultate, iar rezultatele sunt văzute ca un mijloc de împlinire a nevoilor.

Teoria așteptării subliniază de ce motivația externă acționează doar dacă legătura dintre efort și recompense este clară și dacă valoarea recompensei merită efortul făcut.

Teoria echității. J. Stacey Adams este psihologul care a elaborat această teorie ce pornește de la premisa că sursa motivației rezidă din compararea eforturilor pe care cineva le face într-un anumit post și a recompenselor pe care le obține, cu eforturile sau recompensele altei persoane sau altui grup. Datorită faptului că inechitatea poate produce situații conflictuale, slăbind în același timp motivația, J. Stacey Adams sugerează următoarele posibilități de reducere a inechității și, deci de sporire a echității:

- ✦ Schimbarea percepției fiecărui individ asupra propriilor eforturi și recompense;
- ✦ Schimbarea percepției asupra eforturilor și recompenselor acordate persoanei sau grupului cu care se face comparația;
- ✦ Alegerea unui alt element (persoană sau grup) pentru realizarea comparației;
- ✦ Modificarea recompenselor și eforturilor personale.

Caracteristica teoriei realizată de J. Stacey Adams constă în faptul că aceasta vizează problema inechității legată în special de recompensă, de corelarea efortului cu retribuirea. Pentru creșterea motivației nu există așadar soluții simpliste. Nu există o pârghie unică care să garanteze că acționează ca factor eficient de motivație. Din perspectiva lui Michael Armstrong, lucrul acesta se întâmplă datorită faptului că:

Motivația este un proces complex care depinde de nevoile și aspirațiile individuale, care sunt aproape infinit variabile; factori motivaționali intrinseci și extrinseci; așteptările legate de recompense, care vor varia mult între indivizi, în funcție de experiențele lor anterioare și de perceperea sistemului de recompense; contextul social în care influențele culturii organizației,

¹⁴ Michael Armstrong, *Cum să fi un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p.191.

managerii și colegii de muncă pot produce o varietate vastă de forțe motivaționale greu de prognozat și astfel de gestionat.¹⁵

Un rol deosebit de important în comunicare și motivare îl are și stabilirea obiectivelor¹⁶, încurajarea feedbackului¹⁷ și asigurarea consolidării¹⁸. În general, este necesară crearea unui climat care să permită dezvoltarea unei motivații puternice. Obiectivele vor fi, în primul rând, de a consolida valorile de performanță și competență; în al doilea rând, de a evidenția normele acceptate de comportament asociate modurilor în care oamenii sunt conduși și recompensați; iar în al treilea rând, de a oferi oamenilor libertatea de a-și folosi din plin capacitățile. Lipsa unui climat corespunzător va afecta atât comunicarea cu cei din jur cât și motivarea acestora.

„Omul este condamnat să comunice, spunea Mirela Beatris Munteanu (refuzul de a comunica reprezentând tot comunicare), iar fundalul studiului comunicării devine comportamentul. Fiecare individ se integrează în cadrul social și participă la stabilirea regulilor acestei comunicări.”¹⁹ „Drepturile umane și valorile sociale, pluralismul religios și identitatea, justiția contemporană și eficacitatea ei, autonomia individului și tradiția locală, integrarea și toleranța, nu pot fi puse întotdeauna în balanță, fără pierdere, risc și sacrificiu”²⁰, spunea Andrei Pleșu.

Având în vedere faptul că oamenii sunt mult mai motivați dacă știu că realizările lor vor fi recunoscute, un sistem de tipul „plată pentru performanță” trebuie să respecte următoarele condiții, pentru a fi eficient: „Să existe o legătură clară între performanță și recompensă. Metodele utilizate pentru măsurarea performanțelor să fie percepute ca echitabile și coerente. Recompensa să merite eforturile. Indivizii să se aștepte să primească o recompensă meritorie dacă se comportă corespunzător.”²¹

15 Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p. 192.

16 Motivația va fi cu atât mai crescută cu cât obiectivele vor fi mai specifice, tangibile și rezonabile.

17 Feedbackul este utilizat pentru a obține devotament pentru obiective și mai însemnate.

18 Reușita în atingerea obiectivelor și recompensele primite acționează ca stimuli pozitivi în consolidarea comportamentului.

19 Mirela Beatris Munteanu, *Libertatea religioasă versus toleranță*, articol în Jurnalul Libertății de conștiință, Editura IARSIC, Franța, 2015, p.78.

20 Andrei Pleșu, *Chipuri și măști ale tranziției*, Editura Humanitas, București, 1996, p.12.

21 Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p.193.

Dincolo de recompensele financiare²², care pot asigura o motivație puternică, există recompense non-financiare cum ar fi: realizarea, recunoașterea, responsabilitatea, influența, creșterea personală care, folosite corespunzător, pot fi deosebit de motivatoare. Spicuiind din comentariile lui Michael Armstrong cu privire la toate aceste lucruri, se pot desprinde următoarele:

- Motivația realizării se poate asigura prin oferirea oamenilor de oportunități pentru a acționa și libertate de a-și întrebuința talentele și capacitățile în activitățile lor.
- Recunoașterea este unul dintre cei mai puternici factori motivaționali. Oamenii au nevoie să știe nu numai cât de bine și-au realizat obiectivele sau și-au îndeplinit munca, ci și că realizările lor sunt apreciate.
- Oamenii pot fi motivați și prin oferirea de mai multă responsabilitate pentru propria lor activitate. Indivizii sunt motivați atunci când li se oferă mijloacele de a-și realiza obiectivele.
- Oamenii pot fi motivați de imboldul de a exercita influența sau de a aplica putere.
- Dezvoltarea personală ocupă primul loc în ierarhia nevoilor întocmită de Maslow și de aceea este factorul motivațional esențial.²³

Vorbind despre libertatea de conștiință și religie, libertate atât de importantă în vederea unei comunicări și motivări eficiente, Titus Corlățean și Ioan-Gheorghe Rotaru evidențiau faptul că aceasta deține două perspective:

Cea internă constituie libertatea persoanei de a avea propriile convingeri referitoare la natura lucrurilor care îl înconjoară, credința sau lipsa de credință în valorile diferitelor confesiuni. Perspectiva externă constituie în fapt exteriorizarea celei interne. Libertatea de religie nu poate exista fără unul dintre cele două elemente, care sunt interdependente. [...] Exteriorizarea

22 Recompensele financiare trebuie analizate din trei puncte de vedere: Eficiența banilor ca factor motivațional, motivele pentru care oamenii sunt satisfăcuți sau nesatisfăcuți de recompensele primite și criteriile ce ar trebui utilizate atunci când dezvoltați un sistem de recompensă financiară. Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, p. 193.

23 Michael Armstrong, *Cum să fii un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007, pp. 194-195.

convingerilor religioase ar fi lipsită de sens dacă aceasta nu s-ar efectua în fața altor indivizi, cât și împreună cu aceștia.²⁴

Lipsa de libertate religioasă a provocat și continuă să provoace multe tensiuni și violențe atât la nivel local cât și global, fapt pentru care este deosebit de important să se folosească o comunicare adecvată. În contextul tensiunilor existente în diferite zone ale lumii, liderii religioși își pot utiliza influența în scopul promovării toleranței religioase și asigurării dialogului interconfesional. De reținut în acest sens este faptul că:

Libertatea autentică se împlinește prin viața împărtășită în Duh și Adevăr, asumată prin modul spiritual de a gândi și de a fi. Libertatea spirituală nu este una încremenită prin tipare instituționalizate și scheme ideologice, ci este libertatea rezultată în urma închinării în Adevăr prin împărtășirea Duhului Adevărului. Duhul Sfânt nu anulează libertatea proprie a omului, ci o transfigurează, orientând-o spre voia lui Dumnezeu și împlinind-o în acest fel.²⁵

Vorbind despre problematica libertăților și a limitelor cu privire la comportamentul și conviețuirea umană, Iacob Coman sublinia faptul că:

Libertatea și limitarea țin mai mult de educație decât de legi care ar trebui, sau nu, să existe. A fi liber în raport cu tine însuși sau în raport cu alții presupune a fi și obligat în raport cu tine însuși și în raport cu alții. Libertatea te obligă la noblețe, nu la pungășie. Acest lucru este foarte greu de înțeles atât de către persoana colectivă (stat, societate etc.), cât și de persoana individuală. La fel stau lucrurile și cu limita. A avea limite presupune a avea obligații în raport cu tine însuși și în raport cu alții. Limitarea obligă la responsabilitate și responsabilizare severă, nu la persecuție, privare de libertate și crimă. Numitorul comun al libertăților și al limitărilor trebuie să fie bunul simț, un bun simț social și unul individual. Din păcate, de acest lucru nu se ocupă nici educatorii laici și nici educatorii religioși. Dimpotrivă, în unele cazuri, atât unii, cât și alții, își folosesc influența pentru a instiga

24 Titus Corlățean, „O perspectivă diplomatică asupra libertății de religie și credință”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura Universitară, București, 2013, p.18; Ioan-Gheorghe Rotaru, *Drept Bisericesc*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2014, pp. 212-213.

25 Adrian Lemeni, „Libertate și identitate în contextul ideologic al societății globalizate contemporane”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura Universitară, București, 2013, p. 64.

la netolerare în favoarea așa-ziselor „patriotisme”, „scopuri nobile”, „protecția neamului”, etc.²⁶

„Libertatea de exprimare are șabloanele ei etalonate de: indivizi, grupuri și societate. Această etalonare este coordonată comportamental pe linie cognitivă, însă imprimarea ei în care se înrădăcinează este emoția declanșată de cele mai multe ori inconștient”.²⁷ Pe de altă parte, spunea Daniel Gligore:

Libertatea religioasă și de conștiință în mentalitatea publică este dimensiunea fundamentală a vieții umane. Exercițiul dialogului constructiv, al respectului și îngăduinței față de semenii, al dorinței de ajutorare și îndreptare frățească, într-un cuvânt al dragostei în plinătatea cuvântului sunt valori umane care stau la baza unei societăți normale. Fără aceste valori inestimabile, societatea involuează la stadii sclavagiste, în care omul este privit ca un instrument, ca un număr sau un bun ca oricare altul.²⁸

Încă de la creație, omul a fost înzestrat de Dumnezeu cu abilitatea de a comunica atât cu Creatorul său cât și cu semenii săi. Astfel, oamenii au libertatea de a comunica despre ceea ce sunt, ceea ce au, ceea ce cred, ceea ce doresc, ceea ce așteaptă etc. Chiar dacă unele valori nu sunt împărtășite de către cei din jur, comunicarea nu trebuie abandonată sau îngrădită.

Doar cunoașterea și sălășluirea într-un Adevăr spulberă amăgirile oferite de falsa libertate înțeleasă și trăită ca autonomie în raport cu Dumnezeu Cel viu. [...] Căutarea și orientarea înspre Adevăr, care presupune efort existențial și consecvență, este incomodă pentru opinia publică anesteziată cu diverse surrogate ideologice. În contextul ideologic contemporan sunt amestecate diferite tendințe ideologice care cultivă comoditatea sufletească și materială ocultând problema Adevărului.²⁹

Cert este că un rol deosebit de important, în comunicarea cu cei din jur și motivarea acestora, îl are și cultura.

26 Iacob Coman, „Libertățile și limitele dogmatice în practicarea credinței”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura Universitară, București, 2013, pp. 121-122.

27 Daniel-Sorin Duță, „Libertatea de exprimare versus conștiința umană”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura IARSIC, Franța, 2016, p. 284.

28 Daniel Gligore, „Rolul libertății religioase și de conștiință în societate”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura IARSIC, Franța, 2017, p. 262.

29 Adrian Lemeni, „Libertate și identitate în contextul ideologic al societății globalizate contemporane”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura Universitară, București, 2013, p. 62.

Cu privire la acest aspect, Robert Robbin spunea:

Suntem atât de hipnotizați de micimea și frivolitatea culturii noastre bazate pe spectacolul de divertisment, atât de corupți de influența banilor, puterii și tehnologiei, atât de obsedați de celebritate și interese personale, atât de manipulați de politică și știință, atât de victimizați de pură superficialitate și nesăbuiță, încât cei mai mulți dintre noi nu învățăm ceea ce trebuie decât atunci când e aproape prea târziu ori nu mai e nimic de făcut. De aceea nu suntem capabili să învățăm decât în vremuri de criză și din acest motiv nu părem să ne trezim decât în prezența unei tristeți catastrofale. Numai în astfel de momente ne revenim brusc din transă, pentru a vedea cât de ne semnificative și inutile sunt ideile, convingerile și țelurile noastre egoiste.³⁰

Având în vedere toate acestea, se poate spune, după cum afirma și Prof. dr. Vasile Răducă, că: „Libertatea umană când este autentică în desfășurarea sa nu este supusă unei presiuni sau constrângeri exterioare, ci se desăvârșește din interiorul iubirii binelui, după legea care-și are temeiul în sfințenia lui Dumnezeu (legea veșnică) și sădită în natura însăși (legea morală naturală)”.³¹ În același timp, după cum remarcă și Alexandru Leordean, se poate spune că: „Devenim mai puternici în cugetare și acțiune, mai bogați, poate chiar și mai sănătoși, dar asta nu trebuie să ne facă mai răi, mai lacomi, mai egoiști, mai nedrești, mai porniți să-i eliminăm pe unii dintre semenii noștri pe motiv că aceștia sunt diferiți de noi”³²

Profitând de libertatea religioasă pe care o avem, este imperios necesar să acordăm mai multă importanță comunicării cu semenii și motiverii acestora, înțelegând că în acest fel ne putem dezvolta într-un mod armonios atât ca indivizi cât și ca societate.

30 Marius Stan, *Succesul personal*, August, 2008, <http://www.succesulpersonal.ro>

31 Prof.dr. Vasile Răducă, „Voința și libertatea în gândirea Sfântului Grigore de Nyssa”, articol în *Studii Teologice*, XXXIII, nr.5-6, 1982, p. 51.

32 Alexandru Leordean, „Valorile și libertatea de conștiință”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura IARSIC, Franța, 2018, p. 130.

Bibliografie

- ✦ Akins, Russ, *Correct Biblical Motivation*, <http://eternityimpact.com>
- ✦ Armstrong, Michael, *Cum să fi un manager și mai bun*, Manual complet de tehnici dovedite și aptitudini esențiale, Ediția a 6-a, Editura Meteor Press, București, 2007.
- ✦ Coman, Iacob, „Libertățile și limitele dogmatice în practicarea credinței”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura Universitară, București, 2013.
- ✦ Corlățean, Titus, „O perspectivă diplomatică asupra libertății de religie și credință”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura Universitară, București, 2013.
- ✦ Duță, Daniel-Sorin, „Libertatea de exprimare versus conștiința umană”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura IARSIC, Franța, 2016.
- ✦ Escarpit, Robert, *De la sociologia literaturii la teoria comunicării*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1980.
- ✦ Gligore, Daniel, „Rolul libertății religioase și de conștiință în societate”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura IARSIC, Franța, 2017.
- ✦ Leancă, Viorica, *Note de curs la disciplina Curs de comunicare*, Institutul de Științe Penale și Criminologie Aplicată, Catedra Psihologie și Științe Socio-Umaniste, Chișinău, 2013.
- ✦ Lemeni, Adrian, „Libertate și identitate în contextul ideologic al societății globalizate contemporane”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura Universitară, București, 2013.
- ✦ Leordean, Alexandru, „Valorile și libertatea de conștiință”, articol în *Jurnalul Libertății de Conștiință*, Editura IARSIC, Franța, 2018.
- ✦ Munteanu, Beatris Mirela, „Libertatea religioasă versus toleranță”, articol în *Jurnalul Libertății de conștiință*, Editura IARSIC, Franța, 2015.
- ✦ Pleșu, Andrei, *Chipuri și măști ale tranziției*, Editura Humanitas, București, 1996.
- ✦ Răducă, Vasile, „Voința și libertatea în gândirea Sfântului Grigore de Nyssa”, articol în *Studii Teologice*, XXXIII, nr.5-6, 1982.
- ✦ Rotaru, Ioan-Gheorghe, *Drept Bisericesc*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2014.
- ✦ Stan, Marius, *Succesul personal*, August, 2008, <http://www.succesulpersonal.ro>