

**Predica ortodoxă românească online:
între oferta motoarelor de căutare
și selectarea informată¹**

Liviu Vidican-Manci²

Abstract:

The present study aims to explore the accessibility of Orthodox sermons in the virtual environment. The enormous capacity of search engines to generate answers in fractions of seconds does not guarantee the verified quality of the result. This is the responsibility of the administrators of institutional or private domains and sites. Under these circumstances, we have tried to find out in a concrete way, using keywords, what content users interact with when they first use general terms such as „sermon” or teaching word”. Is it possible for a user of Orthodox faith, but poorly catechized, to be misdirected in his search for homiletical discourses? What is the Church doing to avoid such situations? Should we act in some way? In addition to official channels, should the Church also have private channels that focus exclusively on providing words of doctrine?

Keywords: *Orthodox sermons, search engines, sermons, Romanian Orthodox Church*

Accesibilizarea Internetului a favorizat, dar a și forțat ca o parte din activitatea cotidiană să se transfere din ceea ce numim real în ceea ce se cunoaște drept on-line. Nu e vorba doar de activitățile economico - financiare, tehnologice, media, culturale, politice și sociale, ci chiar de activitățile religioase. Bisericile de tradiție creștină fie ele protestante, catolice sau ortodoxe s-au văzut obligate să urmeze transferul tehnologic. Dacă pentru protestanți și

¹ Textul a fost publicat în limba franceză în Revista *Teologia*, 4, 2023, vol. 97 (4), pp. 121-131.

² Lector al Facultății de Teologie Ortodoxă din Cluj-Napoca, email: liviu.vidican@ubbcluj.ro

catolici, respectiv pentru ortodocșii din lumea democratică³, a fost mai la îndemână schimbarea, pentru Bisericele din fostul bloc comunist procesul a fost mai lent⁴. Totuși, acum, la mai bine de trei decenii de la deschiderea spre beneficiarul comun, într-o Românie democratică, a ne pune întrebarea asupra prezenței elementului predicatorial în mediul virtual, se impune, cu precădere din partea catedrei de teologie practică. De aceea interogăm, prin prezenta cercetare, cum am înțeles, la nivel instituțional și particular, să transformăm accesul a mai bine de 89% dintre români la internet, în oportunitate⁵? Care sunt formele cele mai comune de propovăduire a cuvântului lui Dumnezeu și care dintre acestea suscită cel mai crescut interes? Cât de eficient este utilizat spațiul virtual, ținând cont, că majoritatea platformelor de social media au acces și utilizare gratuite⁶?

Metodologie

Cu privire la metodologie, subliniem că am apelat la metodele de cercetare din câmpul „digital research methods”⁷, mai precis la *net-theology*⁸, o adaptare la contextul și nevoile cercetării din teologia ortodoxă a unor metode verificate în alte domenii ca *netnography* sau *online ethnography*. Discutăm aici și despre *metoda analizei textului on-line* (textual anylises on-line), așa cum este descrisă și definită de Ruth Tsuria⁹.

³ Marco GUGLIELMI, *The Romanian Orthodox Diaspora in Italy: Eastern Orthodoxy in a Western European Country*, coll. *Religion and Global Migrations*, Springer International Publishing, Cham, 2022, <<https://link.springer.com/10.1007/978-3-031-07102-7>>, (accesat în 20 noiembrie 2023).

⁴ Liviu VIDICAN-MANCI, *Propovăduirea Evangheliei în Era Digitală*, Renașterea, Cluj-Napoca, 2020, pp. 94–140. Aici trebuie să menționăm că românii de peste granițe sau, cum îi mai numim, românii din diaspora, au fost în avangarda a tot ce înseamnă „îmbiserirea” noilor tehnologii media de comunicare.

⁵ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals, (accesat în 30 decembrie 2023). E foarte important să observăm saltul fenomenal înregistrat în ceea ce privește accesul la internet de la 36,4% în 2010 la 89,2% în 2023, o creștere de 53%, cea mai ridicată din Uniunea Europeană.

⁶ Realitatea este că nu e nimic gratis. Când ceva e gratuit, marfa suntem noi, mai bine zis timpul nostru.

⁷ Ruth TSURIA et al., *Approaches to digital methods in studies of digital religion*, in „The Communication Review” 20, 2 (3 aprilie 2017), <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10714421.2017.1304137>. Knut LUNDBY, Giulia EVOLVI, *Theoretical frameworks for approaching religion and new media*, în „Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media”, 2nd, Routledge, London / New York. E importantă, în acest context, sublinierea autoarelor K.Lundby și G. Evolvi, și anume că cercetările făcute și metodologiile concepute sunt expresia unei lumi Occidentale, suprasaturate tehnologic și cu realități religioase foarte eterogene. Prin urmare, ceea ce trăim în România sau în partea de Est a lumii comportă nuanțe pe care suntem datori să le descoperim, definim și prezentăm.

⁸ Metoda a fost folosită și promovată prima dată în cercetarea doctorală *Impactul catehezei și al prediciei asupra generației digitale prin utilizarea noilor tehnologii ale informației și comunicării*, publicată sub titlul *Propovăduirea Evangheliei în era digitală*, PUC, Cluj-Napoca, 2020.

⁹ Ruth TSURIA et al., „Approaches to digital methods in studies of digital religion”, pp. 80-92.

În studiul de față ne interesează prezența cuvintelor de învățătură încărcate audio-video exclusiv pe YouTube și exclusiv în limbă română. În ce măsură motoarele de căutare îl ajută pe utilizator să găsească o predică și cum ar trebui să fie formulată cererea, cuvântul cheie, pentru a avea parte de conținuturi de bună calitate, specifice Bisericii Ortodoxe? Platforma YouTube¹⁰, a doua cea mai mare platformă de social media din lume, găzduiește sute de mii de înregistrări, de la predici de mare calitate, la predici banale, de la cuvinte ținute de ierarhi, la cuvinte ținute de simpli preoți, de la cuvinte și predici ortodoxe la predici ale tuturor cultelor creștine. Deci o platformă ce se cere a fi cercetată, descoperită și, mai ales, strunită.

Pentru a ajunge la rezultate măsurabile am ales patru cuvinte cheie relevante pentru domeniul omiletic: „predică”, „predici”, „cuvânt de învățătură”, „cuvânt de învățătură la duminica a X-a după Rusalii”. După cum se poate vedea, cuvintele se încadrează într-o plajă lexicală și de specialitate de la general la particular. Pe de altă parte, încercăm să oferim o perspectivă corectă asupra modului în care un motor de căutare se folosește atunci când dorim să beneficiem de servicii optime. Am ales motoarele de căutare: Google, Bing și motorul de căutare al platformei YouTube.

Actul de propovăduire, mandat apostolic adus în actualitate

Textul de fundamentare al predicii este cel consemnat de Sfântul Evanghelist Matei 28, 19-20: „Mergând, învățați toate neamurile, botezându-le în numele Tatălui și al Fiului și al Sfântului Duh”. La fel de important ca acest text este și al Sfântului Pavel: „Propovăduiește cuvântul, stăruiește cu timp și fără de timp, muștră, ceartă, îndeamnă, cu toată îndelunga-răbdare și învățătura (II Timotei 4, 2); la acesta adăugăm și cuvintele adresate corintenilor: „Căci dacă vestesc Evanghelia, nu-mi este laudă, pentru că stă asupra mea datoria. Căci vai mie dacă nu voi binevesti!” (I Corinteni 9, 16) în același capitol subliniind dorința de a se „face tuturor toate” pentru a-i câștiga pe oameni pentru Evanghelie. Dacă ar fi să ne referim la realitatea contemporană am putea spune că Biserica Ortodoxă, prin clericii ei, se străduiește să împlinească aceste îndemnuri cu timp și fără timp căutând să se adapteze la tot ce produce mișcarea tehnologică în lume.

De mai bine de trei decenii Biserica Ortodoxă Română face eforturi pentru a recupera timpul și resursa umană pierdute în zorii comunismului și în întreaga lui desfășurare. După 1989 se poate observa o concentrare a Patriarhiei Române și a centrelor Mitropolitane pe edituri, tipografii,

¹⁰ Carlos ORÚS et alii, „The effects of learner-generated videos for YouTube on learning outcomes and satisfaction”, în: *Computers & Education*, 95 (aprilie 2016), <<https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0360131516300070>>, 10 februarie 2021.

respectiv pe radio și audio vizual. Cele mai de succes proiecte radio de după Revoluție sunt încă viabile, vorbim de Radio Trinitas¹¹, Radio Renașterea¹², Radio Reîntregirea¹³ și Radio Doxologia¹⁴, iar, acestora, le-ar putea fi adăugate și alte proiecte de mai mică anvergură¹⁵. Pe lângă aceste inițiative care au răspuns din plin nevoilor anilor 90, s-au dezvoltat platforme on-line și, de asemenea, cea mai importantă televiziune ortodoxă TV Trinitas cu difuzare și în mediul virtual¹⁶. Calitatea emisiunilor și a misiunii a crescut de la an la an, fără îndoială¹⁷. Aici conținuturile sunt reglementate și interlo-cutorii atent selectați. Emisiunile au moderatori și sunt indexate judicios răspunzând imperativelor pastorale, dogmatice, istorice, liturgice și omile-tice ale credincioșilor și preoților deopotrivă.

În ceea ce privește predica efectivă, cuvântul de învățătură, vom observa că el variază ca așezare și chiar ca denumire. Pe platforma radiotrinitas.ro nu vom găsi o rubrică specială numită „predică” sau „predici”, dar vom putea accesa: „cuvânt de folos duhovnicesc” și „cuvânt care zidește”¹⁸. Dintre cele două rubrici, prima este dedicată cuvintelor de învățătură, de menționat, exclusiv audio. În fapt acest exclusiv audio este specific și celorlalte radiouri. Nici pe situl trinitastv.ro nu vom avea posibilitatea să accesăm o sub-pagină intitulată predici, în schimb, dacă vom folosi motorul de căutare al sitului, vom fi puși înaintea unei impresionante colecții de predici rostite de ierarhii din Capitală. Situl radiorenașterea.ro are o pagină principală numită: cuvântul ierarhului, cu sub-paginile, „Mitropolitul Andrei – predici”, „Mitropolitul Andrei – cateheze”, „Episcopul Benedict – predici”, „Episcopul Benedict – cateheze”, respectiv, în interiorul paginii înregistrări cu predicile rostite în Catedrala Mitropolitană. De menționat că și în această situație vorbim de o ofertă exclusiv audio. Platforma doxologia.ro oferă posibilitatea audierii unor predici în sub-pagina „bibliotecă” unde este o secțiune expresă „predici”; sub-pagina „liturgică”, respectiv „calendar”, la fiecare duminică și sâr-

¹¹ Nicolae DASCĂLU, *Parabola făcliei aprinse. Comunicarea religioasă în era informațională*, Basilica, București, 2012, p. 568.

¹² <https://radiorenașterea.ro/radio-renasterea-a-implinit-22-de-ani-de-la-infiintare>, (accesat în 4 octombrie 2023)

¹³ <https://reintregirea.ro/radio-reintregirea-19-ani-de-activitate-neintrerupta>, (accesat în 4 octombrie 2023)

¹⁴ <https://doxologia.ro/radio-doxologia>, (accesat în 4 octombrie 2023). Acest post de Radio, patronat de Mitropolia Moldovei și Bucovinei și-a propus să facă misiune exclusiv în mediul on-line, fiind unul dintre radiourile de mare succes.

¹⁵ <https://basilica.ro/ce-posturi-de-radio-functioneaza-in-patriarhia-romana>, (accesat în 4 octombrie 2023)

¹⁶ Nicolae DASCĂLU, *Parabola făcliei aprinse. Comunicarea religioasă în era informațională*, p. 574.

¹⁷ <https://www.trinitas.tv>, (accesat în 4 octombrie 2023)

¹⁸ <https://www.radiotrinitas.ro/emisiuni/>, (accesat în 4 octombrie 2023)

bătoare. De asemenea, pe pagina principală, la rubrica „cuvântul ierarhului” oferta este generoasă și se oferă posibilitatea celor care sunt interesați să fie audiate și vizualizate cuvinte de învățătură ce aparțin ierarhilor din Mitropolie, dar nu numai¹⁹.

În paralel cu această formă reglementată de răspândire a cuvântului lui Hristos, s-a dezvoltat „moda” canalelor ortodoxe, majoritatea particulare, care indexează predici din spațiul virtual și le promovează. În acest spațiu, așa cum spuneam și mai sus, la care apelează foarte mulți utilizatori, cu precădere cei care sunt foarte familiarizați cu *social-media*, se poate găsi hrană, dar și otravă.

Revenind la întrebările din debutul studiului, am inițiat o cercetare, descrisă deja, și am ajuns la rezultatele pe care le-am concentrat, după descriere în două tabele²⁰:

Rezultate și discuții

La o simplă utilizare a cuvântului „predică”, cuvânt de specialitate, care constituie capitol special în manualul de Omiletică²¹, și pe care orice utilizator, preot sau laic, este îndreptățit să-l folosească, vom avea surpriza ca motoarele de căutare pomenite să ne ofere primele 10 conținuturi din lumea evanghelică românească (YouTube și Google), 5 conținuturi din 10, motorul de căutare Bing. După aplicarea filtrelor menționate, vom avea surpriza ca 3 din 10 conținuturi să fie ortodoxe (YouTube) și toate trei pe platforme afiliate instituțional, 10 din 10 din lumea evanghelică (Google) 9 din 10 conținuturi ortodoxe (Bing) dintre care patru înregistrări pe platforme afiliate uneia sau alteia din canalele principale de comunicare ale Bisericii (Tabelul 2).

La aplicarea cuvântului „predici”, ales pentru că ar fi putut să ne conducă spre buchete de predici, fără aplicare de filtre rezultatele au fost că 10 din primele 10 rezultate sunt din lumea evanghelică. După aplicarea filtrelor YouTube nu oferă nicio schimbare, Google oferă un conținut ortodox din 10, iar Bing 3 din 10, unul din cele trei fiind pe un canal afiliat instituțional. Lucrurile se schimbă radical în momentul în care folosim sintagma „cuvânt de învățătură”. Înainte de aplicarea filtrelor, 8 din 10 conținuturi furnizate de YouTube sunt ortodoxe, iar la celelalte două motoare de căutare 10 din

¹⁹ <https://radiorenasterea.ro/cuvinte-mitropolitul-andrei/ips-andrei-mitropolitul-clujului/>, (accesat în 4 octombrie 2023)

²⁰ Am folosit câteva prescurtări în tabelele expuse: c.o. (conținut ortodox), c.n. (conținut neoprotesant), c. g. c. (conținut greco-catolic), f. a. f. (fără aplicarea unui filtru).

²¹ Vasile GORDON, *Introducere în omiletică*, Editura Universității din București, București, 2001; Vasile GORDON et alii, *Omiletica*, coll. *Cursuri, manuale și compendii de teologie ortodoxă*, Basilica, București, 2015.

10. După aplicarea filtrelor, YouTube oferă 9 din 10 conținuturi din lumea ortodoxă, dar niciunul afiliat instituțional; Google, 10 din 10, dar niciunul afiliat instituțional, iar Bing, 10 din 10, fără afiliere instituțională. Important de precizat că majoritatea utilizatorilor sunt tentați să acceseze unul din primele rezultate oferite în urma căutării, de aceea semnalăm acest aspect. În căutarea expresă a „predică la duminica a X-a după Rusalii” toate motoarele de căutare oferă conținuturi ortodoxe, 10 din 10. YouTube: 10 din 10 afiliate instituțional, de regulă episcopi; Google: 7 din 10 afiliate instituționale; iar Bing: 6 din 10 afiliate instituțional.

De ce sunt importante aceste date? În primul rând pentru că atrag atenția asupra faptului că, atunci când utilizatorul iese din zona controlată și sigură a canalelor oficiale ale Bisericii, poate să aibă surpriza de a nu se întâlni cu învățătura de credință ortodoxă. Pe de altă parte, faptul că paginile oficiale nu au sub-pagini dedicate strict predicii, numite ca atare „predici” sau „predică”, concept utilizat în domeniul de specialitate, ci „cuvinte de suflet” sau „cuvânt de învățătură” sau „cuvântul ierarhului”, exprimări elegante, frumoase chiar metaforice, dar specifice limbajului bisericesc, contribuie la această confuzie în procesul de căutare. Acolo unde apar în sub-pagină, cum e cazul doxologia.ro, cel mai probabil nu au traficul care să facă motoarele de căutare să le propună între primele zece rezultate, sau, etichetarea nu este suficient de atent făcută pentru a ajuta motoarele de căutare.

Concluzii

Fără doar și poate, Biserica Ortodoxă Română, atât la nivel instituțional cât și la nivel particular, este prezentă în mediul virtual în general și pe platforma YouTube în special. Pentru specialist câteva aspecte sunt evidente și impun precizări foarte clare:

- Dintre siturile instituționale, nu toate au o sub-pagină dedicată predicilor. Pe de altă parte, niciuna din platforme, că vorbim de Trinitas, Doxologia sau Renașterea nu aplică o selecție calitativă a predicilor. Trebuie să recunoaștem că este și dificil un asemenea demers, dar nu imposibil. În orice caz, ceea ce oferă canalele de YouTube, asumate instituțional, deci, după aplicarea filtrului „relevante”, nu ține neapărat de calitatea discursului, ci de alți algoritmi, cum ar fi data adăugării, aprecierile utilizatorilor, numărul de vizualizări, pentru a enumera câteva. În același timp nu vom întâlni în niciuna din aceste pagini, lexicul de specialitate, panegiric, necrolog, pareneză etc și credem că n-ar fi prea mult, ci de ajutor, în primul rând preoților, apoi credincioșilor.

- În periplul pe YouTube sau apelând la motoarele Google, Bing, etc. pentru a fi siguri, că ni se oferă rezultate relevante pentru noi, trebuie să

știm cum să căutăm și ce căutăm exact. Cuvintele cheie pe care le-am utilizat, ne-au relevat că e foarte important în căutările noastre să fim cât mai specifici, cât mai clari. Cu cât e mai generală cererea cu atât răspunsul este mai departe de ceea ce caută internautul.

- În mediul virtual, în niciun caz, numărul mare de vizualizări nu este o garanție a calității conținutului. Algoritmii acestor platforme țin cont de numărul de vizualizări, dar și de relevanță, adică de instituția sau persoana care girează informația, prin urmare este foarte importantă aplicare filtrelor puse la dispoziție.

- Chiar dacă pare utopic pentru unii, considerăm că e imperativă conturarea unor ghiduri de dirijare a credincioșilor și a preoților în oceanul digital. A-i educa, în primul rând pe preoți, apoi pe credincioși, vizavi de o minimă inteligență omiletic-digitală, nu mai e o chestiune de „ar trebui” ci de „must have” pastoral. Centrele eparhiale și Facultățile de Teologie sunt chemate să găsească soluții pentru formarea eficientă a preoților ca aceștia, la rândul lor, să-i educe pe credincioși din zona „digital immigrant”.

Studiul este o deschidere spre cercetări mai aplicate conduse atât în câmpul catehetic cât și în cel pastoral. E important să aflăm ce tip de utilizator avem în cazul consumatorilor de predică on-line, care sunt preferințele acestora, de ce unii predicatori sunt mai căutați decât alții sau cum putem educa adevăratul „gust” predicatorial? Întrebările acestea reclamă un răspuns în viitoare studii.

Tabelul 1: Cuvinte cheie fără aplicare filtru

Cuvânt cheie	Primele 10 rezultate Youtube ²²	Primele 10 Rezultate Google/video	Primele 10 Rezultate Bing/video	Filtre
predică	10/10 conținut neoprotestant	83.000 10/10 c.n.	5 / 1 0 c o n ț i n u t ortodox c.o.	faf
predici	10/10 c.n.	181.000 10/10 c.n.	10/10 c.n.	faf
c u v â n t d e învățătură	8/10 c.o. 2 c.g.c.	10/10 c.o.	10/10 c.o.	faf
predică la duminica a X-a după Rusalii	10/10 c.o.	10/10 c.o.	10/10 c.o.	faf

²² La căutarea unui conținut, YouTube nu oferă date despre totalul înregistrărilor având cuvântul cheie căutat, nici bing, doar google oferă acest detaliu.

Tabelul 2: Cuvinte cheie cu aplicare filtru

Cuvânt cheie	Primele 10 rezultate Youtube ²³	Filtre	Primele 10 Rezultate Google/video	Filtre	Primele 10 Rezultate Bing/video	Filtre
		r.v.t.u. ²⁴ .		w.v.t.u.q.s. ²⁵		s.y.t.u. ²⁶
predică	3/10 c.o.	3/10 instituțional	10/10 c.n.	-	9/10 conținut ortodox C.O.	4/10 instituțional
predici	10/10 c.n.	-	1/10 c.o.	-	3/10 C.O.	1/10 instituțional
cuvânt de învățătură	9/10 c.o.. 1 c.g.c.	0/10 instituțional	10/10 C.O.	0/10 instituțional	10/10 C..O	0/10 instituțional
predică la duminica X-a după Rusalii	10/10 c.o.	10/10 instituțional	C.O.10/10	7/10 instituțional	10/10 C.O	6/10 instituțional

²³ La căutarea unui conținut, YouTube nu oferă date despre totalul înregistrărilor având cuvântul cheie căutat, nici Bing, doar Google oferă acest detaliu.

²⁴ Relevanță/Video/4-20min/Ultimul an.

²⁵ Web/video/4-20/ultimul an/orice calitate/orice sursă.

²⁶ Strict/youtube/mediu5-20min/ultimul an.