

Gruppo 2. P.A. e media

CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, Commissione Episcopale per la dottrina della fede, l'annuncio e la catechesi, *Questa è la nostra fede. Nota pastorale sul primo annuncio del Vangelo*, maggio 2005

7. La seconda opportunità è costituita dalla diffusione, sempre più rapida e pervasiva, degli strumenti della *comunicazione sociale*: i mass-media sono ovunque attorno a noi e non possiamo più farne a meno. Opportunità e rischi della nuova cultura mediale non vanno minimizzati: «possono favorire un nuovo umanesimo o generare una drammatica alienazione dell'uomo da sé e dagli altri»¹. Se il mandato di comunicare il Vangelo è reso oggi più urgente, per altro verso «l'evangelizzazione stessa della cultura moderna dipende in gran parte dall'influsso» dei media².

CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Comunicazione e missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali e la missione della Chiesa*, Libreria Editrice Vaticana 2004

13. Con questa cultura segnata dalla presenza incisiva e capillare dei media siamo chiamati a confrontarci, coniugando la passione per il Vangelo con il discernimento intellettuale, e lo sguardo di fede con l'interpretazione dei fenomeni. Così potremo intraprendere quel cammino di inculturazione della fede e di evangelizzazione della cultura che è la questione centrale di questo inizio millennio. Non si tratta semplicemente di aggiornarsi o adeguarsi: occorre domandarsi come deve essere rimodellato l'annuncio del Vangelo e come avviare un dialogo con i mezzi di comunicazione sociale, e non solo attraverso di essi, nella consapevolezza che sono interlocutori con cui è necessario confrontarsi.

n. 14 Da spettatori a protagonisti della nuova cultura mediale

La nuova cultura mediale esercita un'influenza sempre più diretta sulle persone e sulle loro relazioni. La straordinaria mole di informazioni e di possibilità d'intrattenimento mediatico può accompagnarsi, paradossalmente, a forme di frantumazione personale e sociale, a una crisi delle forme tradizionali di prossimità, a uno stato confusionale dovuto a saturazione mediatica. È un rischio da scongiurare, se è vero che i media «si presentano [...] come artefici di un più stretto avvicinamento e di una più salda unità: le informazioni compiono in un attimo il giro del globo e consentono agli uomini di sentirsi molto più attivamente coinvolti negli avvenimenti vitali del mondo moderno»¹⁸. I media, ampliando a dismisura le capacità comunicative e relazionali, possono favorire un nuovo umanesimo o generare una drammatica alienazione dell'uomo da sé e dagli altri.

GIOVANNI PAOLO II, *Redemptoris missio. Lettera Enciclica circa la permanente validità del mandato missionario*, Roma, 1990.

37. Paolo, dopo aver predicato in numerosi luoghi, giunto ad Atene, si reca all'areopago, dove annunzia il vangelo, usando un linguaggio adatto e comprensibile in quell'ambiente. (At 17,22) L'areopago rappresentava allora il centro della cultura del dotto popolo ateniese, e oggi può essere assunto a simbolo dei nuovi ambienti in cui si deve proclamare il vangelo. Il primo areopago del tempo moderno è il mondo delle comunicazioni, che sta unificando l'umanità rendendola - come si suol dire - «un villaggio globale». I mezzi di comunicazione sociale hanno raggiunto una tale importanza da essere per molti il principale strumento informativo e formativo, di guida e di ispirazione per i comportamenti individuali, familiari, sociali. Le nuove generazioni soprattutto crescono in modo condizionato da essi. Forse è stato un po' trascurato questo areopago: si privilegiano generalmente altri strumenti per l'annuncio evangelico e per la formazione, mentre i mass media sono lasciati all'iniziativa di singoli o di piccoli gruppi ed entrano nella programmazione pastorale in linea secondaria. L'impegno nei mass media, tuttavia, non ha solo lo scopo di moltiplicare l'annuncio: si tratta di un fatto più profondo, perché l'evangelizzazione stessa della cultura moderna dipende in gran parte dal loro influsso. Non basta, quindi, usarli per diffondere il messaggio cristiano e magistero della chiesa, ma occorre integrare il messaggio stesso in questa «nuova cultura» creata dalla comunicazione moderna. È un problema complesso, poiché questa cultura nasce, prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che esistono nuovi modi di comunicare con nuovi linguaggi, nuove tecniche e nuovi atteggiamenti psicologici. Il mio predecessore Paolo VI diceva che «la rottura fra il vangelo e la cultura è senza dubbio il dramma della nostra epoca»,⁶² e il campo dell'odierna comunicazione conferma in pieno questo giudizio. Molti altri sono gli areopaghi del mondo moderno verso cui si deve orientare l'attività missionaria della chiesa. A esempio, l'impegno per la pace, lo sviluppo e la liberazione dei popoli; i

¹ CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Comunicazione e missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali e la missione della Chiesa*, n. 14, Libreria Editrice Vaticana 2004, p. 22.

² GIOVANNI PAOLO II, Lett. enc. *Redemptoris missio*, n. 37: AAS 83 (1991) 285.

diritti dell'uomo e dei popoli, soprattutto quelli delle minoranze. la promozione della donna e del bambino. la salvaguardia del creato sono altrettanti settori da illuminare con la luce del vangelo. È da ricordare, inoltre, il vastissimo areopago della cultura, della ricerca scientifica, dei rapporti internazionali che favoriscono il dialogo e portano a nuovi progetti di vita. Conviene essere attenti e impegnati in queste istanze moderne. Gli uomini avvertono di essere come naviganti nel mare della vita, chiamati a sempre maggiore unità e solidarietà: le soluzioni ai problemi esistenziali vanno studiate, discusse, sperimentate col concorso di tutti. Ecco perché organismi e convegni internazionali si dimostrano sempre più importanti in molti settori della vita umana, dalla cultura alla politica, dall'economia alla ricerca. I cristiani, che vivono e lavorano in questa dimensione internazionale, debbono sempre ricordare il loro dovere di testimoniare il vangelo.

CONGREGAZIONE PER IL CLERO, *Direttorio Generale per la Catechesi*, Roma 1997, (cit. DCG)

209. Intrinsecamente legati al linguaggio sono i modi della comunicazione. Uno dei più efficaci e pervasivi è quello dei *mass media*. « L'evangelizzazione stessa della cultura moderna dipende in gran parte dal loro influsso ». (120)

Rimandando a quanto si dice a loro proposito in altra parte, (121) ricordiamo alcuni indicatori utili agli effetti della inculturazione: una più ampia valorizzazione dei media secondo la loro specifica qualità comunicativa, sapendo ben equilibrare il linguaggio dell'immagine con quello della parola; la salvaguardia del senso religioso genuino nelle forme espressive prescelte; la promozione della maturità critica dei recettori e lo stimolo all'approfondimento personale di quanto recepito dai media; la produzione di sussidi catechistici massmediali congrui allo scopo; una proficua collaborazione tra agenti pastorali. (122)

CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia. Orientamenti pastorali dell'episcopato italiano per il primo decennio del 2000*. Roma 2001.

39. – Un campo in cui stanno emergendo grandi potenzialità è anche quello della comunicazione sociale. Nuove opportunità di conoscenza, scambio e partecipazione accompagnano le innovazioni tecnologiche in questo ambito. Ci troviamo di fronte a una nuova cultura che « nasce, prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che esistono nuovi modi di comunicare, con nuovi linguaggi, nuove tecniche, nuovi atteggiamenti psicologici » .

La possibilità di comunicare in modo nuovo e diffuso è un bene di tutta l'umanità e come tale va promosso e tutelato. Quanto più potenti sono i mezzi di comunicazione tanto più deve essere forte la coscienza etica di chi in essi opera e di chi ne fruisce. È necessario pertanto che la comunicazione sociale non sia considerata solo in termini economici o di potere, ma resti e si sviluppi nel quadro dei beni di primaria importanza per il futuro dell'umanità.

La comunione ecclesiale e la missione evangelizzatrice della Chiesa trovano inoltre nei media un campo privilegiato di espressione. Dal Concilio ad oggi la Chiesa ha preso ancor più coscienza di quanto sia importante coniugare tutti gli ambiti della vita ecclesiale con questa nuova realtà culturale e sociale. Le iniziative avviate in questi anni dalla Chiesa in Italia per raccordare e promuovere la comunicazione in campo ecclesiale e per rendere più incisiva la presenza della Chiesa nei media dovranno trovare in questo decennio un'ulteriore realizzazione nel quadro di un'organica pastorale delle comunicazioni sociali e nella prospettiva del progetto culturale. Qui si colloca anche l'impegno di promuovere il ruolo e la formazione di tutti i comunicatori, ovunque essi operino.

CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Il Rinnovamento della Catechesi*, Roma, 1970

37. la catechesi è sempre ordinata a disporre e guidare i credenti ad accogliere l'azione dello Spirito Santo per ravvivare e sviluppare la fede, per renderla esplicita ed operosa in una vita coerentemente cristiana.