

Pregledni znanstveni članek/Article (1.02)
 Bogoslovni vestnik/Theological Quarterly 79 (2019) 4, 1075—1086
 Besedilo prejeto/Received:02/2019; sprejeto/Accepted:11/2019
 UDK/UDC: 316.774:272-732.2
 DOI: <https://doi.org/10.34291/BV2019/04/Valentan>

Sebastijan Valentan

I tre Papi e la necessità degli strumenti di comunicazione sociale nella Chiesa

Trije papeži in potrebnost sredstev družbenega obveščanja v Cerkvi

The Three Popes and The Necessity of Means of Social Communication in the Church

Riassunto: Con l'uso dei mezzi moderni di comunicazione sociale la presenza della Chiesa cattolica nel mondo è ancora più grande e la Chiesa stessa non ha paura di usarli. I mass media devono essere al servizio delle persone e delle culture, del dialogo con il mondo attuale, della comunità umana e del progresso sociale, della comunione ecclesiale e al servizio di una nuova evangelizzazione. Nell'account ufficiale Twitter di papa Francesco (oggi tradotto in nove lingue) il numero di followers aumenta persistentemente. Sono già più di quaranta milioni. Il profilo del pontefice venne aperto da Benedetto XVI alla fine del 2012. I social media sono una grande opportunità per la Chiesa attraverso i quali può divulgare la parola di Cristo e la dottrina.

Parole chiave: mezzi di comunicazione sociale, papa Francesco, papa Benedetto XVI, papa Giovanni Paolo II, Chiesa Cattolica, media

Povzetek: Z uporabo modernih komunikacijskih sredstev je prisotnost Katoliške cerkve v svetu še večja in Cerkev sama se jih ne boji uporabljati. Množični mediji morajo služiti ljudem in kulturam, odpirati morajo dialog z današnjim svetom, s človeštvom in družbenim napredkom. Koristiti morajo cerkveni skupnosti in novi evangelizaciji. Na uradnem Twitter profilu papeža Frančiška (v več jezikih) število sledilcev vztrajno raste. Več kot 40 milijonov jih je že. Ta profil je odprl papež Benedikt XVI. konec leta 2012. Družbeni mediji so velika priložnost za Cerkev, da lahko preko njih širi Božjo besedo in svoj nauk.

Ključne besede: sredstva družbenega obveščanja, papež Frančišek, papež Benedikt XVI., papež Janez Pavel II., Katoliška cerkev, mediji

Abstract: The use of modern communication media positively affects the worldwide presence of the Catholic Church, and the Church itself has no hesitation in using them. Mass media must serve the people and cultures. They must open

the dialogue among the world, human civilization, and social progress. They must be a benefit for the church community and for new evangelization. The number of Pope Francis' followers on Twitter steadily grows; there are more than 40 million of them already. The former Pope Benedict XVI already created the Twitter account at the end of 2012. Social media offer the Church a great opportunity for spreading the Gospel and Doctrine.

Key words: Means of Social Communication, Pope Francis, Pope Benedict XVI, Pope John Paul II, Catholic Church, media

1. Introduzione

Se ci ponessimo la domanda che cosa sono i mezzi di comunicazione sociale oggi e che cosa sono stati nel passato, potremmo con semplicità rispondere che, a causa dello sviluppo digitale, il loro significato è cambiato nel tempo. I media una volta erano composti soltanto dal teatro, dai libri e dai giornali. Una sorta di mass media è stata anche la chiesa, nella quale il sacerdote, dopo la santa messa, presentava alcune informazioni di pubblico interesse per la comunità dei fedeli. Così è stato per lungo tempo nella storia, ma con la radio e la televisione è cominciata una nuova storia. Questi due media potevano e possono anche oggi raggiungere un'enorme massa di persone. Oggi il vincitore della trasmissione mediatica è Internet. Per tutti questi diversi tipi di media il punto centrale è la diffusione dell'informazione e l'influenza sulla vita sociale.

Ci concentreremo sugli aspetti più significativi dell'operato di tre papi riguardo i mezzi di comunicazione sociale.

2. Pontificato di San Giovanni Paolo II

Sotto il pontificato di San Giovanni Paolo II venne promulgato il Codice di Diritto Canonico che si dedica, in alcuni canoni, ai mass media. (Marković 2018, 118) Nel 1986, la Congregazione per l'Educazione Cattolica emanò gli Orientamenti per la formazione dei futuri sacerdoti circa gli strumenti di comunicazione sociale. Negli Orientamenti l'attenzione cade sui seminaristi che devono poter scegliere tra l'offerta dei mass media, sia in senso quantitativo che qualitativo. Si devono introdurre i seminaristi alla possibilità dell'uso pastorale dei mass media con lo scopo di renderli pronti in futuro anche come confessori per consigliare la gente riguardo questo argomento. I seminaristi sono invitati a registrare film, fare interviste e pubblicare periodici, ma a quelli più talentuosi si deve offrire un'educazione speciale per potersi occupare di diversi compiti nella Chiesa riguardo ai mezzi di comunicazione sociale. (Marketz 1994, 152–154) Gli Orientamenti della Congregazione hanno presentato, nei 28 paragrafi, un approccio teorico-pratico. È interessante che il documento tratti come strumenti di comunicazione sociale soltan-

to quelli già inclusi nell'Inter mirifica, invece le cassette, le diapositive, i dischi, i group media, i multimedia e i minimedia sono considerati strumenti complementari. Sembra molto incoraggiante che la Congregazione abbia affrontato questa tematica.

Nel ventesimo anniversario della *Communio et progressio*, il 22 febbraio 1992 il Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali pubblicò l'Istruzione pastorale *Aetatis novae*, (1992, 447–468) nella quale si dichiara che con la fine del XX secolo si sarebbe aperta una nuova era per le relazioni tra la Chiesa e i mass media e le tecnologie nuove. (Crowley 2007, 7) L'*Aetatis novae* è un documento pratico e deve essere considerato come il testo costituente di tutti gli altri documenti riguardanti i mass media. (Klemenčič 1992, 5) Venti anni dopo *Communio et progressio* la situazione dei mass media era cambiata e il dicastero della Curia Romana dovette approcciarsi con una nuova maniera. Il documento, nella seconda parte, si rivolge alla Chiesa universale per poter usare meglio le forme moderne di comunicazione per il messaggio evangelico. La nuova Istruzione pastorale riconosce ai mass media l'influenza enorme, e questa si estende alla vita religiosa e morale, all'ordinamento politico e sociale e all'educazione. Confessa anche che la Chiesa, fino a quel momento, ha spesso trascurato il vasto campo degli strumenti di comunicazione sociale.¹ Il documento ha chiamato i cristiani a cooperare nella costruzione dell'informazione. Ha avvertito su un fenomeno importante: «i sistemi pubblici di telecomunicazioni e di diffusione sono stati sottoposti a delle politiche di deregolamentazione e di privatizzazione» e che «[i] motivi di profitto e gli interessi dei pubblicitari esercitano una influenza anormale sul contenuto dei media: si preferisce la popolarità alla qualità e ci si allinea sul denominatore comune più piccolo» (par. 5). L'*Aetatis novae* ha dimostrato che i mass media devono essere al servizio delle persone e delle culture, del dialogo con il mondo attuale, della comunità umana e del progresso sociale, della comunione ecclesiale e al servizio di una nuova evangelizzazione. Si sottolinea nuovamente la lotta della Chiesa per la difesa del diritto all'informazione e alla comunicazione.

Sempre il Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali pubblicò ancora tre documenti che trattano dell'etica: nella pubblicità, nelle comunicazioni sociali e in Internet.

Il primo, *Etica nella pubblicità*, pubblicato il 22 febbraio 1997,² tocca tutte le forme della pubblicità (la stampa e i media audiovisivi) e tutti i suoi ambiti (economico, politico, culturale, religioso). I tratti rilevanti sono: i mass media come creatori della cultura, i vantaggi e gli effetti nocivi della pubblicità e i principi eti-

¹ J. Palakeel per es. ammette che la Chiesa Cattolica deve impostare modelli nuovi della formazione sacerdotale per poter preparare bene i futuri sacerdoti, capaci di muoversi nell'era digitale. I seminari maggiori del mondo non hanno offerto abbastanza corsi sulla comunicazione sociale. L'incapacità d'incorporare la comunicazione nei diversi uffici pastorali della Chiesa può essere connessa con la mancanza di questa materia nella formazione sacerdotale. (2006, 172)

² Una breve analisi del documento si può trovare nel P. E. Murphy, *Ethics in Advertising: Review, Analysis and Suggestions*, *Journal of Public Policy & Marketing*, vol. 17 (1998), pp. 316–319; G. G. Brenkert, *Ethics in Advertising: the Good, the Bad, and the Church*, *Journal of Public Policy & Marketing*, vol. 17 (1998), pp. 325–331.

co-morali nella pubblicità. Nel documento, che offre uno sguardo realistico sui mass media, è presente l'opinione della Chiesa circa la sua dottrina sociale ormai conosciuta. Il testo si occupa del ruolo della pubblicità (Rustja 1997, 33) e sottolinea che il dovere principale dei pubblicitari deve essere la verità e la responsabilità. Il bene comune deve essere l'obiettivo di tutti i rapporti sociali, anche della concorrenza che è un aspetto importante della pubblicità. Con questo documento la Chiesa ha voluto partecipare nella formazione, nella critica e nell'educazione dei pubblicitari tramite i mass media.

L'Etica nelle comunicazioni sociali, del 2 giugno 2000, non ha portato alla luce una tematica completamente nuova, perché già il Decreto Conciliare Inter Mirifica nel par. 6 parlò del valore etico nei mezzi di comunicazione sociale, evidenziando «che il primato dell'ordine morale oggettivo deve essere rispettato assolutamente da tutti.» Il documento Etica nelle comunicazioni sociali sottolinea che nell'area dei mass media una nuova etica non è necessaria, ma ci vuole invece l'applicazione dei principi già stabiliti. Dal documento emerge che il Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali ha voluto favorire dialogo e dibattito su problemi urgenti etici derivanti dalle nuove tecnologie dei mass media. Nel par. 21 del documento viene sottolineato il principio etico fondamentale: «la persona umana e la comunità umana sono il fine e la misura dell'uso dei mezzi di comunicazione sociale. La comunicazione dovrebbe essere fatta da persone a beneficio dello sviluppo integrale di altre persone». Dal documento si evince chiaramente che per la Chiesa i mass media sono i prodotti dell'intelligenza umana e allo stesso tempo i doni di Dio. (Ricceri 2012, 134)

Con l'uso così vasto di Internet anche la Chiesa ha dovuto adeguarsi. Papa San Giovanni Paolo II, il 22 novembre 2001, mandò per posta elettronica il primo documento ecclesiastico, l'Esortazione Apostolica Ecclesia in Oceania. Così la posta elettronica diventò parte della missione annunciante della Chiesa nel suo più alto livello. Lo stesso papa, il 24 gennaio 2002, per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, scrisse un messaggio su Internet. (Giovanni Paolo II ²⁰⁰²)³ Il 28 febbraio 2002 vennero pubblicati due documenti del Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali: Etica in Internet e La Chiesa e Internet. Entrambi i documenti sottolineano che la realtà virtuale non può sostituire la vera comunità umana, la realtà dei sacramenti o il messaggio evangelico immediato. Questo rimane sempre una cosa personale, vera e autentica. Internet può essere però uno strumento per vivere la fede in modo più fruttuoso e la Chiesa può usarlo come mezzo per arrivare a più persone, anche in posti lontani. Il Pontificio Consiglio delle

³ Il pontefice descrisse Internet in questo documento come «un nuovo "forum", nel senso attribuito a questo termine nell'antica Roma, ossia uno spazio pubblico dove si conducevano politica e affari, dove si adempivano i doveri religiosi, dove si svolgeva gran parte della vita sociale della città e dove la natura umana si mostrava al suo meglio e al suo peggio. Era uno spazio urbano affollato e caotico che rifletteva la cultura dominante, ma creava anche una cultura propria. Ciò vale anche per il cibernazio, che è una nuova frontiera che si schiude all'inizio di questo millennio. Come le nuove frontiere di altre epoche, anche questa è una commistione di pericoli e promesse, non priva di quel senso di avventura che ha caratterizzato altri grandi periodi di cambiamento. Per la Chiesa il nuovo mondo del cibernazio esorta alla grande avventura di utilizzare il suo potenziale per annunciare il messaggio evangelico» (par. 2).

comunicazioni sociali non ha dimenticato di avvertire che ci vuole una formazione o educazione adeguata per i seminaristi, sacerdoti, genitori e giovani riguardo Internet e ha sottolineato i suoi influssi sia positivi che negativi. Il rifiuto dell'utilizzo di Internet a causa della paura delle nuove tecnologie non è accettabile. Soprattutto dal documento *Etica in Internet* deriva l'avvertimento dell'individualismo esagerato e del pericolo del «ciber-terrorismo». Il documento ha condannato i tentativi con i quali alcune autorità hanno voluto bloccare l'accesso all'informazione su Internet e ha sostenuto la libertà di espressione e il libero scambio delle idee.

L'ultimo documento papale riguardo i mass media fino a oggi è la Lettera Apostolica del sommo pontefice San Giovanni Paolo II, *Il rapido sviluppo*, del 24 gennaio 2005, indirizzata ai responsabili delle comunicazioni sociali. Il Santo Padre volle, quarant'anni dopo *Inter mirifica*, ripensare alle sfide che i mass media significano per la Chiesa. San Giovanni Paolo II, che conosceva bene l'influsso dei media, affermò in questa lettera apostolica la convinzione della Chiesa «che l'uso delle tecniche e delle tecnologie della comunicazione contemporanea fa parte integrante della propria missione nel terzo millennio» (par. 2). Dalla lettera emerge che i mezzi di comunicazione sociale sono un grande aiuto per la Chiesa per la propagazione del suo messaggio evangelico e dei suoi messaggi dottrinali e pastorali. È un segno d'incoraggiamento che riguardo Internet »[m]olti cristiani stanno già utilizzando in modo creativo questo nuovo strumento, esplorandone le potenzialità nell'evangelizzazione, nell'educazione, nella comunicazione interna, nell'amministrazione e nel governo», ma allo stesso tempo «è importante garantire formazione ed attenzione pastorale ai professionisti della comunicazione. Spesso questi uomini e queste donne si trovano di fronte a pressioni particolari e a dilemmi etici che emergono dal lavoro quotidiano» (par. 9). Il Santo Padre sottolineò nella lettera il dovere della Chiesa d'offrire il proprio contributo per una migliore comprensione delle visioni e delle responsabilità connesse con lo sviluppo dei mass media.

Nello stesso anno della pubblicazione della Lettera Apostolica morì San Giovanni Paolo II e la Chiesa, nel 2005, annunciò per la prima volta nella storia la morte di un papa tramite Internet.

3. Pontificato di Benedetto XVI

Dopo il lungo pontificato di San Giovanni Paolo II (16 ottobre 1978 – 2 aprile 2005) e dopo tanti sviluppi veloci nel campo delle comunicazioni sociali alle quali la Chiesa ha risposto adeguatamente, siamo adesso davanti a un pontificato collocato in un tempo diverso, quello di Benedetto XVI (19 aprile 2005 – 28 febbraio 2013).

È chiaro che papa Benedetto XVI era diverso da San Giovanni Paolo II già a causa della sua personalità, condizionata dalla storia e dal carattere. Come diceva Federico Lombardi, ex portavoce della Santa Sede, Benedetto era un papa che per capirlo in profondità bisognava ascoltarlo, leggerlo e rileggerlo. Lui «è un grande

teologo, una persona di cultura e tendenzialmente un intellettuale, anche come interessi e stile di vita.» (Varagona 2015, 119–120)

La sua personalità ha certamente avuto influssi sul suo modo di considerare i mass media. Anche se il dicastero della Curia Romana, responsabile in questo campo, durante il pontificato di Benedetto XVI non pubblicò nessun documento, questo non significa che il papa non avesse interesse per gli strumenti di comunicazione sociale. Al contrario. Già al quinto giorno dalla sua elezione il neo papa incontrò i giornalisti in Aula Paolo VI e possiamo dire che con questo suo discorso rivolto a loro, inizia il suo Magistero sulle comunicazioni di massa. Dopo aver ringraziato per il servizio dei giornalisti e dopo aver ricordato il rapporto del Concilio Vaticano II e San Giovanni Paolo II con i mass media, aggiunse: »Perché gli strumenti di comunicazione sociale possano rendere un positivo servizio al bene comune, occorre l'apporto responsabile di tutti e di ciascuno. È necessaria una sempre migliore comprensione delle prospettive e delle responsabilità che il loro sviluppo comporta in ordine ai riflessi che di fatto si verificano sulla coscienza e sulla mentalità degli individui come sulla formazione della pubblica opinione. Non si può poi non porre in evidenza il bisogno di chiari riferimenti alla responsabilità etica di chi lavora in tale settore, specialmente per quanto riguarda la sincera ricerca della verità e la salvaguardia della centralità e della dignità della persona. Solo a queste condizioni i media possono rispondere al disegno di Dio che li ha posti a nostra disposizione /.../.« (Benedetto XVI 2005, 705)

Anche se il papa emerito non è entrato nell'ambito delle comunicazioni sociali in senso approfondito ed esteso, ha però seguito e proseguito fedelmente la strada di Giovanni Paolo II e ha lasciato alcune sfide per oggi.

L'insegnamento di papa Benedetto XVI sui mass media ha aperto alcuni orizzonti alle nuove tecnologie. (Ruiz 2016, 546) Questo si può notare dal suo discorso ai partecipanti all'assemblea plenaria del Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali quando disse che »[i] nuovi linguaggi che si sviluppano nella comunicazione digitale determinano, tra l'altro, una capacità più intuitiva ed emotiva che analitica, orientano verso una diversa organizzazione logica del pensiero e del rapporto con la realtà, privilegiano spesso l'immagine e i collegamenti ipertestuali.« (Benedetto 2011, 189)

Parlando di nuove tecnologie e di nuovo linguaggio, in riferimento alla nuova evangelizzazione, papa Benedetto ha usato l'esempio dei missionari. Anche loro hanno dovuto usare un linguaggio nuovo per avvicinare l'annuncio evangelico alla gente. (Ruiz 2016, 547–548) Possiamo dire che la storia si ripete, ma il tempo attuale richiede approcci e modelli nuovi anche se l'intenzione rimane la stessa.

Papa Benedetto XVI ha un stile comunicativo proprio. Ha continuato a scrivere libri teologici come *Gesù di Nazaret* che sono diventati best-seller. Ha rilasciato interviste personali ai giornalisti e non soltanto durante i voli verso i diversi paesi nei viaggi internazionali. Le sue opinioni ed esperienze anche molto personali sono state raccolte nei libri di Peter Seewald. Prima del suo primo viaggio in patria è stata trasmessa in televisione una sua intervista. Il papa emerito è il primo papa

che ha parlato con gli astronauti della stazione spaziale, ha usato sia i radio messaggi che i video messaggi. Le sue attività sono state disponibili sul canale Youtube e altri. Nel suo sessantesimo anniversario sacerdotale ha aperto un portale web del Vaticano, News.va. (Eilers 2014, 213)

L'Esortazione Apostolica post-sinodale di papa Benedetto XVI, *Verbum Domini*, ha una certa rilevanza per i mass media se la guardiamo in senso olistico. Il documento, che riflette sul processo delle relazioni che esistono tra Dio e uomo, mostra come la parola divina entra nella liturgia e la vita cristiana e infine dimostra che la Chiesa ha la missione di trasmettere la parola divina nel mondo intero. In un solo paragrafo (113) l'Esortazione si riferisce direttamente ai mezzi di comunicazione sociale, dove si legge che »[i] Padri sinodali hanno raccomandato una conoscenza appropriata di questi strumenti, ponendo attenzione al loro veloce sviluppo e ai diversi livelli di interazione e investendo maggiori energie per acquisire competenza nei vari settori, in particolare nei cosiddetti new media, come ad esempio Internet«. Non basta che la parola divina sia presente nella forma stampata, ma deve essere presente anche in altre forme e tra queste nuove forme di comunicazione sociale viene sottolineato il ruolo crescente di Internet, »che costituisce un nuovo *forum* in cui far risuonare il Vangelo, nella consapevolezza, però, che il mondo virtuale non potrà mai sostituire il mondo reale e che l'evangelizzazione potrà usufruire della *virtualità* offerta dai *new media* per instaurare rapporti significativi solo se si arriverà al *contatto personale*, che resta insostituibile. Nel mondo di *Internet*, che permette a miliardi di immagini di apparire su milioni di schermi in tutto il mondo, dovrà emergere *il volto di Cristo* e udirsi la Sua voce /.../.«⁴

Il rapporto di Benedetto XVI con i mezzi di comunicazione fu positivo e usò questi mezzi, anche nuovi, per diffondere il messaggio cristiano. Non si spaventò di fronte ai cambiamenti enormi nel campo delle comunicazioni sociali, perché percepì questi mezzi come i mezzi adatti a dare un grande contributo allo sviluppo democratico nel mondo e al dialogo tra gli uomini. (Ricceri 2012, 140) La comunicazione e il dialogo della Chiesa cattolica con il mondo è stato ed è ancora uno dei punti centrali della sua vita e del suo pontificato.

4. Papa Francesco – il Papa dei media

Siamo finalmente arrivati al tempo attuale. Davanti a noi c'è un nuovo pontificato e un nuovo papa, Francesco. La sua elezione (13 marzo 2013) è stata una vera sorpresa per tutto il mondo. In questo articolo certamente non si possono mostrare tutte le sue attività, ci limitiamo a quelle più significative, collegate con i mass media.

La cosa più radicale e istituzionale arrivò nel giugno 2015 quando Francesco, con il Motu Proprio *L'attuale contesto comunicativo*, istituì la Segreteria per la

⁴ Il Cristo come il centro della Chiesa è, senza dubbi, il tema più importante dell'ecclesiologia di Ratzinger (Frývaldský 2012, 90).

comunicazione.⁵ Prima però un Comitato incaricato di proporre una riforma dei mezzi di comunicazione vaticani preparò un rapporto finale, e il Consiglio di cardinali, che aiuta il papa nel governo della Chiesa e nello studio della revisione della Costituzione Apostolica *Pastor bonus*, esaminò questo rapporto. Successivamente il Consiglio dei cardinali suggerì al pontefice di istituire la Commissione per studiare tale Rapporto e proporre altri passi in merito. Papa Francesco il 23 aprile 2015 istituì questa Commissione. (Sala Stampa della Santa Sede 2015) Il papa sapeva bene che lo sviluppo dei media digitali «richiede un ripensamento del sistema informativo della Santa Sede e impegna ad una riorganizzazione che, valorizzando quanto nella storia si è sviluppato all'interno dell'assetto della comunicazione della Sede Apostolica, proceda decisamente verso una integrazione e gestione unitaria» (m. p. L'attuale contesto comunicativo, prefazio). Il pontefice vuole che diverse parti delle comunicazioni vaticane si incorporino «in un nuovo Dicastero della Curia Romana, che sarà denominato Segreteria per la Comunicazione» perché il sistema comunicativo della Santa Sede può in tal modo rispondere «sempre meglio alle esigenze della missione della Chiesa» (Ibid.). Dal par. 1 del Motu Proprio emerge che nel nuovo Dicastero della Curia Romana confluiranno: Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, Sala Stampa della Santa Sede, Servizio Internet Vaticano, Radio Vaticana, Centro Televisivo Vaticano, L'Osservatore Romano, Tipografia Vaticana, Servizio Fotografico e Libreria Editrice Vaticana. Questo Dicastero ha assunto anche «il sito web istituzionale della Santa Sede: www.vatican.va e il servizio Twitter del sommo pontefice: @pontifex» (par. 3). I mass media sono dunque nel centro della riforma di Francesco della Curia Romana.⁶

Con il nuovo Dicastero della Curia, il pontefice volle un nuovo sistema comunicativo della Santa Sede. Presentò la sua decisione ai partecipanti alla Plenaria della Segreteria per la Comunicazione, dicendo: «La storia è, indubbiamente, un patrimonio di esperienze preziose da conservare e da usare come spinta verso il futuro. Diversamente essa si ridurrebbe a un museo, interessante e bello da visitare, ma non in grado di fornire forza e coraggio per il proseguimento del cammino.» (Francesco 2017) Quali frutti porterà questa riforma ce lo mostrerà solo il futuro.

Papa Francesco dall'inizio del suo pontificato ha mostrato interesse per i mezzi di comunicazione sociale e per il loro influsso nella società. Nell'Esortazione Apostolica *Evangelii Gaudium* del 24 novembre 2013, che riporta i risultati dal Sinodo dei Vescovi circa la Nuova Evangelizzazione, il pontefice avverte che l'annuncio della Chiesa nel mondo contemporaneo corre il rischio di venire alterato, perché i media operano veloci e scelgono le notizie tendenziose (par. 34). L'influenza dei mass media è anche una delle diverse cause della mancata identificazione di tanti con la tradizione cristiana (par. 70). L'influenza dei mezzi di comunicazione di massa crea cambiamento culturale, sia nelle città sia negli ambi-

⁵ Nell'udienza concessa al Sostituto per gli Affari Generali della Segreteria di Stato il 27 febbraio 2018, papa Francesco ha deciso che la Segreteria per la Comunicazione si chiami, d'ora in poi, Dicastero per la Comunicazione (Becciu 2018, 7).

⁶ Di questo argomento vedi Varagona 2015, 99–101.

enti rurali (par. 73). Nel par. 52 il papa invece loda il ruolo dei media quando essi contribuiscono al bene della gente.

Forse negli ultimi tempi il più discutibile documento pontificio, che ha provocato anche moltissime opinioni contrastanti, è l'Esortazione Apostolica post-sinodale *Amoris Laetitia* del 19 marzo 2016. Anche se non ha un capitolo dedicato ai mezzi di comunicazione sociale, il papa tratta di questi strumenti nel capitolo settimo, dedicato al rafforzamento dell'educazione dei figli. Nel par. 278 sottolinea che «[l']incontro educativo tra genitori e figli può essere facilitato o compromesso dalle tecnologie della comunicazione e del divertimento, sempre più sofisticate». Se si usano bene «possono essere utili per collegare i membri della famiglia malgrado la distanza. I contatti possono essere frequenti e aiutare a risolvere difficoltà». Il pontefice avverte che un dialogo personale e profondo non può essere sostituito con queste tecnologie, perché un tale dialogo richiede il contatto fisico o la voce dell'altra persona. Papa Francesco, ben consapevole della situazione odierna nelle famiglie, mostra poi i casi concreti, quelli ormai divulgati, quando i membri della famiglia durante il pranzo giocano ciascuno con il proprio smartphone o quando uno dei coniugi «si addormenta aspettando l'altro, che passa ore alle prese con qualche dispositivo elettronico». In tal caso questi mezzi allontanano le persone invece di avvicinarle, ma il pontefice consiglia che un caso così può essere un'opportunità di dialogo familiare e per gli accordi «che permettano di dare priorità all'incontro dei suoi membri senza cadere in divieti insensati.» I «rischi delle nuove forme di comunicazione per i bambini e gli adolescenti» non si possono ignorare. Il papa usa l'espressione "autismo tecnologico" che «li espone più facilmente alla manipolazione di quanti cercano di entrare nella loro intimità con interessi egoistici. «

Lo stile di papa Francesco⁷ ha suscitato alta attenzione nei mass media del mondo e nell'opinione pubblica. Soprattutto con l'uso dei mezzi moderni di comunicazione la presenza della Chiesa cattolica nel mondo è ancora più grande e la Chiesa stessa non ha paura di usarli. Nell'account ufficiale Twitter di papa Francesco (oggi tradotto in nove lingue) il numero di followers aumenta persistentemente. Sono già più di quaranta milioni. Il profilo del pontefice venne aperto da Benedetto XVI alla fine del 2012. Con papa Francesco è esploso un altro fenomeno. Le più famose riviste mondiali gli hanno dedicato le loro copertine e la rivista »Time« lo ha scelto come la persona dell'anno già durante il primo anno del suo pontificato. Tutto ciò è certamente l'influsso dei nuovi media e anche della popolarità del sommo pontefice. Significativo è l'interesse del papa per gli ambienti che non sono così vicini alla Chiesa. (Tridente 2016, 51–53) I social media sono una grande opportunità per la Chiesa attraverso i quali può divulgare la parola di Cristo e la dottrina.

Le *fake news* sono il lato negativo della libertà di espressione e d'informazione. Questo fenomeno cresce sempre di più; sembra però opportuno, almeno con un cenno veloce, parlare di questo, perché stiamo approfondendo la relazione di

⁷ Riguardo lo stile comunicativo di papa Francesco vedi Carroggio 2016, 501–514.

papa Francesco e i mass media. Lo stesso papa inoltre ha scelto questo fenomeno proprio come oggetto centrale del suo messaggio per la 52ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali dell'anno 2018.

Il papa sostiene che »[o]ggi, in un contesto di comunicazione sempre più veloce e all'interno di un sistema digitale, assistiamo al fenomeno delle "notizie false", le cosiddette *fake news*.« (Francesco 2018, preambolo) Già nel primo paragrafo poi il pontefice ci offre una definizione di ciò che sono le *fake news*: »*Fake news* è un termine discusso e oggetto di dibattito. Generalmente riguarda la disinformazione diffusa *online* o nei *media* tradizionali. Con questa espressione ci si riferisce dunque a informazioni infondate, basate su dati inesistenti o distorti e mirate a ingannare e persino a manipolare il lettore. La loro diffusione può rispondere a obiettivi voluti, influenzare le scelte politiche e favorire ricavi economici». La loro influenza è enorme e «persino le smentite autorevoli difficilmente riescono ad arginarne i danni» (ibid.). La conseguenza della disinformazione »è lo screditamento dell'altro, la sua rappresentazione come nemico, fino a una demonizzazione che può fomentare conflitti« (ibid.). Papa Francesco ha sottolineato anche le iniziative istituzionali e giuridiche, «impegnate nel definire normative volte ad arginare il fenomeno, come anche quelle, intraprese dalle *tech* e *media company*, atte a definire nuovi criteri per la verifica delle identità personali che si nascondono dietro ai milioni di profili digitali» (par. 2). Il papa in seguito mostra la "logica del serpente" del libro della Genesi: si deve essere consapevoli di ciò che è bugia e seduzione. Il punto centrale del suo pensiero è che bisogna sempre difendere la verità. Proprio il giornalista deve essere »*custode delle notizie*« e responsabile per ciò che comunica (par. 4).

5. Conclusione

Papa Francesco è il Papa dei media. Con lo sviluppo delle nuove tecnologie e dei nuovi strumenti di comunicazione sociale questo diventa chiaro. La sua presenza nei diversi forum digitali ci mostra che la Chiesa di oggi è ben consapevole di ciò che significano i nuovi media per la sua missione e per la nuova evangelizzazione. Senza l'uso dei mezzi disponibili, la Chiesa rimarrebbe in un mondo assai isolato. Dopo il Concilio Vaticano II, la Chiesa è sempre più orientata verso il mondo e verso il popolo intero. Papa Francesco usa i mass media per cercare le pecore smarrite (Lc 15, 1-7) e per divulgare la buona novella, per dialogare con la gente. Per lui la conversazione è »la più bella forma di dialogo«. (Slatinek 2017, 326) La riorganizzazione del sistema dei mezzi di comunicazione della Santa Sede mostra che papa Francesco è consapevole del loro significato e dell'influsso che essi possiedono. Anche papa Giovanni Paolo II e papa Benedetto usavano i mass media, come abbiamo visto, per poter essere vicini alla gente e al mondo contemporaneo. Oggi non possiamo immaginarci più un papa che non usi i mezzi di comunicazione sociale, poiché tramite questi si svolgono gli eventi giornalieri che entrano nella vita della gente e dunque nella vita dei fedeli.

Nell'incontro annuale dell'anno 2018 degli addetti stampa e dei portavoce delle Conferenze Episcopali in Europa il filo rosso è stato il tema Come comunicare Cristo e la Chiesa in Europa. I partecipanti si sono dedicati «al mondo digitale nelle sue diverse dimensioni e all'annuncio del Vangelo ai giovani, specialmente attraverso le reti sociali» e hanno dichiarato che «[l]e reti sociali sono "luoghi" particolarmente frequentati dai giovani che vi trascorrono molto tempo della loro giornata. Anche se questi possono essere considerati luoghi di relazioni "leggere", i giovani di oggi come di ogni tempo hanno bisogno di relazioni che superano il limite dello schermo quando si tratta di affrontare le loro domande esistenziali e quelle legate alla sfera spirituale. /.../ Abitare il mondo digitale significa anche tenere conto dei diversi *devices*. Annunciare Cristo ai giovani, allora, non è una questione tecnologica. Che si considerino i media sociali luoghi o strumenti, la sfida per la Chiesa rimane la stessa: intercettare la persona umana nel suo bisogno fondamentale d'infinito. Così, la Chiesa è presente nel mondo digitale per andare all'incontro dell'uomo, e dei giovani in particolare, per portare il messaggio di salvezza che è Cristo.» (Consiglio delle Conferenze Episcopali d'Europa 2018)

In questa dichiarazione attuale brilla il fine della Chiesa per l'uso dei mezzi di comunicazione sociale che ci accompagna lungo la storia, cioè l'annuncio evangelico. Questo annuncio senza l'uso dei mezzi di comunicazione sociale moderni non può essere efficace. Perciò è lodevole e urgente che la Chiesa tramite questi mezzi si avvicini alla gente per poter arrivare alla salvezza.

Riferimenti

- Becciu, Giovanni Angelo.** 2018. Rescriptum ex audientia SS.mi. *Osservatore Romano*, 24 giugno, 7.
- Benedetto XVI.** 2005. Discorso ai rappresentanti dei mezzi di comunicazione sociale del 23 aprile 2005. AAS 97:703-705.
- . 2010. *Verbum Domini*. AAS 102:681-787.
- . 2011. Discorso ai partecipanti all'assemblea plenaria del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali. 28 febbraio. AAS 103:188-191.
- Brenkert, G. G.** 1998. Ethics in Advertising: the Good, the Bad, and the Church. *Journal of Public Policy & Marketing* 17:325-331.
- Carroggio, Marc.** 2016. El estilo comunicativo del Francisco. In: *Church Communications: Creative Strategies for Promoting Cultural Change; Proceedings of the 9th Professional Seminar for Church Communications Offices*, 501-514. A cura di Daniel Arasa, Cristian Mendoza e Sergio Tapia. Roma: Edusc.
- Congregazione per l'educazione cattolica.** 1986. Orientamenti per la formazione dei futuri sacerdoti circa gli strumenti della comunicazione sociale. http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_19031986_guide-for-future-priests_it.html (consultato 29 gennaio 2019).
- Conseil pontifical pour les communications sociales.** 1997. *Éthique en publicité*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.
- Consiglio delle Conferenze Episcopali d'Europa.** 2018. Comunicare Cristo in Europa: Incontro degli Addetti stampa e Portavoce delle Conferenze Episcopali in Europa, Roma, 26-28 giugno. <https://www.ccee.eu/news/89-2018/367-29-06-2018-communicating-christ-in-europe> (consultato 04 febbraio 2019).
- Crowley, Eileen D.** 2007. *Liturgical Art for a Media Culture*. Minnesota: Liturgical Press.
- Eilers, Franz-Josef.** 2014. *Communicating Church: Social Communication Documents*. Manila: Logos Publications.
- Francesco.** 2013. *Evangelii Gaudium*. AAS 105:1019-1137.
- . 2015. L'attuale contesto comunicativo. AAS 107:591-592.
- . 2016. *Amoris Laetitia*. AAS 108:311-446.

- . 2017. Discorso ai partecipanti alla Plenaria della Segreteria per la comunicazione. 4 maggio. http://w2.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2017/may/documents/papa-francesco_20170504_plenaria-segreteria-comunicazione.html (consultato 09 febbraio 2019).
- . 2018. Messaggio per la 52a Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali. <https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2018/01/24/0062/00120.html> (consultato 09 febbraio 2019).
- Frývaldský, Pavel.** 2012. „Bez cirkve mizí Kristus v minulosti, bez Krista se stává církev pouhou organizací.“ Vztah Krista a Cirkve v díle Josepha Ratzingera – Benedikta XVI. *Acta Universitatis Carolinae Theologica*, 1:87–111.
- Giovanni Paolo II.** 2002. Messaggio del Santo Padre Giovanni Paolo II per la XXXVI Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali: Internet – un nuovo Forum per proclamare il Vangelo. https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/it/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html (consultato 7. 2. 2019).
- . 2005. Il rapido sviluppo. *AAS* 97:265–274.
- Klemenčič, Drago.** 1992. Uvodna beseda. In: Papeški svet za sredstva družbenega obveščanja. *Na pragu novih časov*, 3–6. Lubiana: Družina.
- Marketz, Jože.** 1994. Versko-vzgojni kriteriji v cerkvenih dokumentih. In: *Mediji in nova evangelizacija*, 141–159. A cura di Aleša Stritar. Lubiana: Slovenski katehetski svet.
- Marković, Ilija.** 2018. Izmjene kanona Zakonika kanonskog prava iz 1983.: od Motu proprija Ad tuendam fidem do Motu proprija Magnum principium. *Vrhbosnensia* 22:117–151.
- Murphy, Patric E.** 1998. Ethics in Advertising: Review, Analysis and Suggestions. *Journal of Public Policy & Marketing* 17:316–319.
- Palakeel, Joseph.** 2006. Communication theology in priestly formation. In: *Cross connections: interdisciplinary communications studies at the Gregorian University*, 171–186. A cura di Giuseppe Mazza, Jacob Srampickal e Lloyd Baugh. Roma: Pontificia Università Gregoriana.
- Pontifical Council for Social Communications.** 2000. *Ethics in Communications*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.
- Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali.** 1992. *Aetatis novae*. *AAS* 84:447–468.
- . 2002a. *Etica in internet*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.
- . 2002b. *La Chiesa e internet*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.
- Ricceri, Marco.** 2012. Religious messages and the world of the media: Trends and experiences in Europe in the field of religious communication and information systems. In: *Religions and Churches in a Common Europe*, 122–158. A cura di Janos Wildmann. Bremen: Europaeischer Hochschulverlag GmbH & Co KG.
- Ruiz, Lucio Adrian.** 2016. La comunicazione come strategia culturale: chiavi dal Magistero di Papa Benedetto XVI. In: *Church Communications: Creative Strategies for Promoting Cultural Change. Proceedings of the 9th Professional Seminar for Church Communications Offices*, 545–556. A cura di Daniel Arasa, Cristian Mendoza e Sergio Tapia. Roma: Edusc.
- Rustja, Božo.** 1997. Umestitev dokumenta Etika oglaševanja v sodobni svet. In: Papeški svet za sredstva družbenega obveščanja. *Etika oglaševanja*, 27–37. Lubiana: Družina.
- Sala Stampa della Santa Sede.** 2015. <https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2015/04/30/0322/00708.html> (consultato 9 febbraio 2019).
- Slatinek, Stanislav.** 2017. Pastoralna skrb papeža Frančiška za družinski dialog. *Bogoslovni vestnik* 77:325–336.
- Tridente, Giovanni.** 2016. Abitare i nuovi media alla luce della Evangelii Gaudium di Papa Francesco. In: *La missione digitale. Comunicazione della Chiesa e social media*, 41–62. A cura di Giovanni Tridente e Bruno Mastroianni. Roma: Edusc.
- Varagona, Vincenzo.** 2015. *Comunicare Dio: Dalla Creazione alla Chiesa di Papa Francesco*. Roma: Ecra.