

## ***Per una riflessione culturale sul linguaggio e sulla comunicazione***

Alcuni spunti per la prossima Assemblea Plenaria del Pontificio Consiglio della Cultura

«La Buona Novella, che è il Vangelo di Cristo per ogni uomo e per tutto l'uomo, “insieme figlio e padre della cultura in cui è immerso” (*Fides et Ratio*, n. 71), lo raggiunge nella sua propria cultura che permea la sua maniera di vivere la fede e, a sua volta, da essa è progressivamente modellato» (*Per una pastorale della cultura*, n. 1). L'Assemblea Plenaria vorrebbe rivolgere l'attenzione a due ambiti delle culture contemporanee, all'uso del *linguaggio* e della *comunicazione*, per studiare l'attuale situazione e, quindi, proporre delle linee di azione per la missione evangelizzatrice della Chiesa.

### **Uno sguardo panoramico**

Dopo secoli di cultura orale e il sorgere e il diffondersi della cultura scritta, fino a una generazione fa, la televisione e l'informatica sono diventate il principale fattore di influenza sulle culture in cui ha luogo la formazione morale e umana dei cristiani. Accanto alla novità c'è ancora la continuità: le storie continuano ad essere raccontate, i libri, i giornali, le riviste, la radio e la televisione continuano ad avere pubblico, tuttavia la **novità dell'era dell'internet sta determinando una svolta culturale**, dal momento che la digitalizzazione asseconda sempre più i desideri del consumatore e trasforma le mentalità, i modelli di pensiero e gli stili di vita. Ciò vale sia per i villaggi sperduti negli angoli più remoti del mondo, sia per i seminaristi di Roma, perché non dimentichiamo che quasi un miliardo e mezzo di persone adesso hanno accesso ad internet e, con lo sviluppo di internet sulla telefonia, tra cinque anni questo numero raddoppierà.

La cultura nuova, plasmata e trasformata dai mezzi di comunicazione sociale, offre grande possibilità per la trasmissione della fede. Ma in un'epoca in cui siamo abituati a scorrere i giornali, i documenti e i libri, a passare da un canale televisivo all'altro e a “surfare” internet, ecc., l'arte di leggere e ascoltare in maniera approfondita è ormai perduta. **Distrazione, disturbo e interferenza** sono all'ordine del giorno. La capacità di ascoltare pare ridursi sempre di più. Infatti, alcuni affermano che i giovani – pur sempre in ricerca di verità oggettiva – non sono più in grado nemmeno di seguire un intero programma televisivo, preferiscono i più brevi *clips* su *YouTube* e i siti sociali dove l'esperienza è interattiva. Molti predicatori cominciano a comprendere che non è possibile prescindere dalle capacità d'ascolto dei loro fedeli, dalle dinamiche delle curve di ascolto e dalle nuove modalità espressive.

C'è, inoltre, la questione della semplificazione, **quando i simboli** – così necessari per coinvolgere l'immaginazione – **vengono decodificati** nei diversi ambienti culturali, come pure esiste il problema dell'ignoranza della semiotica. L'esperienza del dialogo con l'ateismo ci dimostra come l'interpretazione distorta di simboli e di eventi storici sia fonte dell'indifferenza religiosa, matrice dell'ateismo nuovo. Infatti, nella nostra “cultura copia e incolla”, espressioni come grazia santificante, peccato mortale oppure salvezza sono o in disuso o non hanno più l'impatto di una volta.

Il tempo di durata della cultura odierna è sia una risposta rapida sia un continuo flusso di notizie d'attualità. Che sia consensuale o conflittuale, l'interesse è suscitato dalle storie con la consapevolezza che perfino la cattiva pubblicità è pubblicità. L'**immediatezza della comunicazione mondiale** è nota a tutti e la religione rappresenta uno degli argomenti più attraenti per le notizie di attualità, tuttavia la voce della Chiesa non è sempre correttamente recepita e ciò che avviene a livello locale è spesso trascurato.

### **Annunciare la Buona Novella in tale contesto culturale**

La Chiesa ha una lunga tradizione nell'usare **diverse forme linguistiche**: nella sola Bibbia, racconti (sia storici che simbolici), esortazioni, legislazioni, professioni di fede, poesie, preghiere e inni esprimono e trasmettono la fede. Per coinvolgere la gente oggi, si possono usare questi ed altri linguaggi, in particolare quelli che sono interattivi, figurativi, narrativi, incisivi, chiari e semplici. Ciò che abbiamo ricevuto cerchiamo di trasmettere in un linguaggio comprensibile ai nostri contemporanei, come insegna San Matteo: «Non si accende una lucerna per metterla sotto il moggio, ma sopra il lucerniere perché

faccia luce a tutti quelli che sono nella casa. Così risplenda la vostra luce davanti agli uomini, perché vedano le vostre opere buone e rendano gloria al vostro Padre che è nei cieli» (*Mt* 5, 15-16). Cfr. anche *Mt* 10, 27. «Quello che vi dico nelle tenebre ditelo nella luce, e quello che ascoltate all'orecchio predicatelo sui tetti».

Anche se un po' inflazionata può sempre valere l'affermazione di Marshall McLuhan, secondo il quale "i media sono il messaggio". Benché fede e cultura siano delle realtà sostanzialmente diverse, in un certo senso possiamo dire che l'incontro tra **fede e cultura è un incontro interattivo**. L'interattività è un modo di collaborare che crea comunità, rispetto e reciprocità, e così la nostra strategia comunicativa non è fine a se stessa, ma presuppone la partecipazione di altri. Ciò fa sorgere la domanda se esista un "nostro linguaggio" e, se sì, come tradurlo nel "loro linguaggio". Purtroppo il linguaggio della fede è spesso sconosciuto o, almeno, poco familiare ai nostri contemporanei. Perciò, dobbiamo fare in modo che la nostra necessaria formazione non crei una falsa distanza dalla cultura popolare – dove il popolo sta – e che l'era secolare non diventi era secolaristica in cui la religione è assente. In questa linea l'importanza dell'ascolto e del discernimento risulta fondamentale e anche il coraggio di parafrasare McLuhan per dire che il nostro messaggio è più forte del mezzo.

Gran parte della società commette l'errore di un approccio incentrato sull'esteriorità, dove l'apparenza domina sulla verità. Criticando tale atteggiamento, è pure sempre necessario rivolgere l'attenzione a come siamo visti e, di qui, la **necessità di capire la mentalità e i modelli linguistici attuali**. Il comportamento che un tempo poteva essere normativo, oggi può apparire arrogante, improprio, enfatico o non pertinente. Pertanto, bisogna discernere le nuove attese e i nuovi standard, per rendere più visibile il lavoro eccellente svolto nell'apostolato in tutto il mondo, soprattutto nelle scuole e negli ospedali.

La nostra è una **cultura incentrata sull'immagine**. Quindi possiamo guardare alle tradizioni artistiche della Chiesa, che hanno trasmesso e plasmato il patrimonio della nostra fede, e chiederci in che modo le arti contemporanee possono continuare la mistagogia catechetica, tenendo conto della tradizione e accogliendo nuovi modelli di pensiero.

Le tecniche pedagogiche si sono sviluppate nel tempo in modo tale da dare la precedenza all'apprendimento interattivo rispetto alle conferenze magistrali. Tali metodi coinvolgono la persona, facendola partecipe e protagonista dell'evangelizzazione. Tuttavia, i nuovi fenomeni del *cyberspace* (*chat*, *blogs* e commenti, e siti di *social networking* tale "Facebook" e "Second Life") diffondono questa **rete di condivisione e partecipazione** sempre più ampia allo scopo di coinvolgere un maggior numero di persone. E lo fa anche con linguaggi nuovi, con l'uso di avatar, di condivisione delle foto, e ora il *twittering* – dove si parla (spesso di sé) e con la brevità tipica dei messaggi sms della telefonia. La strategia di comunicazione della Chiesa non si limita a questioni interne (*ad intra*), ma deve guardare anche a quelle esterne (*ad extra*). L'esperienza della "blogosfera" cattolica testimonia che bisogna evitare il rischio di una nuova ghattizzazione.

C'è un desiderio di dialogo, specialmente di dialogo intimo, che appare in maniera perversa sulle prime pagine dei giornali e sui *chat shows*, dove l'autoreferenzialità della *reality television* è la nota tipica. Molto di quello che appare sui *chat rooms* e *social networking sites* sarebbe più adatto al confessionale; il che dimostra il **bisogno di relazioni autentiche** che rispondano alle dinamiche di partecipazione in una vera comunità cristiana. Ciò indica sia la necessità di educazione ai media, sia l'esigenza di una presenza cristiana sul web, capace di diffondere tecniche e comportamenti che alimentino le virtù in questa era digitale e in grado di offrire spazio per la ricerca, l'incontro, la crescita, la preghiera e il silenzio in questo nostro mondo segnato dal "brusio" sociale.