

LA COMUNICAZIONE MEDIATICA DELLA CHIESA IN UN CAMBIAMENTO DI EPOCA

Introduzione

Parlare di una nuova epoca a volte spaventa gli uomini di Chiesa, altre volte li affascina. Una nuova fase della storia significa un cambiamento nel pensare, agire, progettare ed evangelizzare. Ogni nuova era introduce processi distinti e strumenti innovativi legati alla modernizzazione della comunicazione e alla trasformazione dell'intera cultura. Alcune strutture di comunicazione si stanno allentando, altre si stanno cristallizzando, anche nella Chiesa, mentre il pubblico acquisisce competenze senza precedenti e presenta aspettative sempre più innovative.

La precedente epoca mediatica era caratterizzata da messaggi unidirezionali - il destinatario aveva pochi strumenti per rispondere al messaggio ricevuto. Nell'era dei nuovi media, i destinatari si relazionano con il contenuto proposto in modo interattivo e il mittente deve aspettarsi che il destinatario agisca e interagisca. Ogni tanto arriva una nuova era mediatica e questo cambiamento è particolarmente evidente in questo momento. Non c'è dubbio che alcuni modi di creare contenuti di qualche anno fa sembrano già arcaici, perché i media, soprattutto i social media, stanno cambiando in modo dinamico.

Una nuova epoca nei media

L'epoca digitale ha cambiato il mondo della comunicazione e continuerà a rivoluzionarlo. Gli utenti dei media sono essenzialmente costantemente in contatto con il mondo, gli amici, la famiglia, le notizie e gli eventi. La tecnologia costringe il pubblico a diventare più attivo e a cercare l'innovazione. A loro volta, le aziende di tutto il mondo stanno entrando nella nuova era della comunicazione con incredibile professionalità, offrendo agli utenti prodotti legati a tutti gli ambiti della vita umana¹. Inoltre, nell'epoca dei nuovi media, ogni utente può essere una fonte di notizie. Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione rendono possibile che, in linea di principio, un singolo utente dei media possa diventare un'agenzia di stampa privata che influenza milioni di persone in tutto il mondo². Le competenze acquisite nella creazione di contenuti, la conoscenza dei social media e di Internet (SEO, algoritmi) sono sufficienti per diffondere informazioni come un virus (virale), che prima o poi raggiunge molti angoli del mondo.

La consulente PR Anastasiya Golovatenko afferma che il 2021, durante la pandemia Covid-19, ha segnato l'inizio di una nuova era della comunicazione sui social media. La consulente delinea 5 tendenze del cambiamento dell'epoca della messaggistica: maggiore enfasi sulle

¹ ISPGROUP, La nueva era de la comunicación: la comunicación digital, <https://www.ispgrup.cat/nueva-era-la-comunicacion-digital/>.

² Paolo Mancini, L'evoluzione della comunicazione: vecchi e nuovi media, https://www.treccani.it/enciclopedia/l-evoluzione-della-comunicazione-vecchi-e-nuovi-media_%28Atlante-Geopolitico%29/.

strategie digitali e sul SEO, creazione di enormi quantità di contenuti, gli eventi virtuali diventeranno parte della comunicazione aziendale, le vendite online cresceranno rapidamente, mentre i responsabili della comunicazione di alto livello (CEO) saranno in prima linea³. E Michelle Marasch Ouellette, specialista in PR, Crisis Communications, Strategic Planning e Storytelling, afferma che il mondo ha cambiato radicalmente il modo di comunicare dopo la pandemia. Ecco alcuni principi del cambiamento dello stile di comunicazione: la necessità di essere autentici, di ascoltare attivamente il pubblico, di parlare un nuovo linguaggio, di lavorare a stretto contatto con il target audience e di offrire un messaggio legato ai valori⁴. Nel 2017, l'esperto e autorità di branding Andy Stalman (Mr. Branding) ha affermato che non siamo in un'epoca di cambiamenti, ma stiamo vivendo un cambiamento d'epoca, e ogni nuova epoca dà vita a una nuova persona. Secondo l'esperto, l'essenza dell'uomo nuovo è l'*humanoffon*, un essere umano che vive contemporaneamente nel mondo offline e in quello online, che una dozzina di anni fa erano mondi diversi, ma che ora non lo sono più⁵.

Il cambiamento di epoca nei media si riferisce all'evoluzione che sta avvenendo nel modo in cui l'umanità comunica e riceve informazioni. La metamorfosi dei media ispira lo sviluppo sociale in modo significativo - il tema di cui sopra si ritrova in diverse teorie sui media⁶. I cambiamenti tecnologici, le tendenze e le abitudini hanno un impatto fondamentale su queste trasformazioni. Lo sviluppo tecnologico degli smartphone, dei video online, di Internet sempre più veloce, della personalizzazione dei contenuti o del marketing online stanno portando gli utenti e le emittenti in una nuova epoca. L'incontro dei processi di globalizzazione con i media porta nuove forme di comunicazione e le accelera⁷. "La tecnologia più dominante e oggettivante del futuro è senza dubbio Internet, definito come piattaforma di comunicazione, cyberspazio e nuova società"⁸.

La comunicazione nella nuova epoca si distingue per l'attenzione al target audience da raggiungere, al fine di creare contenuti adeguati, tenendo presente che il futuro della comunicazione è sempre più nel mondo digitale. Inoltre, l'attenzione deve essere rivolta alla creazione di una varietà di contenuti su misura per canali di comunicazione specifici; da qui il ruolo dei cosiddetti content creators. Il passo successivo prende in considerazione l'uso di tecniche di storytelling nella creazione di contenuti, combinando fatti, narrazioni ed emozioni e promuovendo un linguaggio di comunicazione contemporaneo nei messaggi.

³ Entrepreneur, Anastasiya Golovatenko, Five trends signalling a new era in communication, <https://www.entrepreneur.com/en-ae/growth-strategies/five-trends-signalling-a-new-era-in-communication/364001>.

⁴ PRsay, Michelle Marasch Ouellette, 7 Rules for a New Era of Communications, <https://prsay.prsa.org/2021/01/06/7-rules-for-a-new-era-of-communications/>.

⁵ Diario de Mallorca, David Arráez Palma, Andy Stalman: "No estamos en una era de cambio, sino en un cambio de era", <https://www.diariodemallorca.es/economia/foro-negocios-businessdm/2017/01/27/andy-stalman-cambio-cambio-3476168.html>; Andy Stalman, Humanoffon: ¿Está internet cambiándonos como seres humanos?, Deusto 2018.

⁶ Stanisław Michalczyk, Teorie mediów w nauce o komunikowaniu, in: M. Kita, M. Ślawska (red.), Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną, T. 1, Stan wiedzy i postulaty badawcze (33-51), Katowice 2012, p. 36-38; Marek Łuczak, Media jako katalizator globalizacji, Media i społeczeństwo, nr 6/2016, p. 16.

⁷ Asy Briggs, Peter Burke, Społeczna historia mediów, tłum. J. Jedliński, Warszawa 2010, p. 21.

⁸ Marek Łuczak, Rola nowych technologii w ewolucji globalizacji, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 317, 2017, p.13.

Una nuova epoca nella Chiesa

Le nuove tecnologie e lo sviluppo di Internet stanno cambiando il modo in cui la Chiesa si avvicina all'evangelizzazione. Grazie a dispositivi sconosciuti solo pochi anni fa, la Chiesa è entrata in pulpiti che sono visti e ascoltati da miliardi di persone in tutto il mondo. In teoria, quasi 3 miliardi di persone possono seguire una notizia pronunciata da persone della Chiesa su Facebook, ad esempio. Questa nuova era dell'evangelizzazione a volte lascia perplessi, altre volte è una sfida a cui molte persone stanno rispondendo come dono dello Spirito Santo. Vale anche la pena aggiungere che una delle sfide più grandi per la Chiesa all'inizio del XXI secolo è la comunicazione bidirezionale e interattiva, che è diventata praticamente un fatto quotidiano quando si tratta di comunicazioni mediatiche. Di conseguenza, la teologia della comunicazione non si occupa solo dell'ambito religioso, ma aiuta anche a dare un senso alle forme secolari di comunicazione in un mondo in evoluzione. Indica la centralità della persona come atteggiamento fondamentale e sottolinea la dimensione spirituale della comunicazione⁹. "Viviamo un cambiamento epocale: una metamorfosi non solo culturale ma anche antropologica che genera nuovi linguaggi e scarta, senza discernimento, i paradigmi consegnatici dalla storia"¹⁰.

Davanti ai nostri occhi si sta verificando un cambiamento di epoca, e con esso una riformulazione dei paradigmi. Le trasformazioni della comunicazione comportano cambiamenti nel modo in cui raggiungiamo le persone con il messaggio del Vangelo, che è rimasto invariato per anni. Papa Francesco comprende questa situazione e sta cercando di convincere gli uomini di Chiesa ad adattarsi alla nuova realtà. "Tutto questo ha una particolare valenza nel nostro tempo, perché quella che stiamo vivendo non è semplicemente un'epoca di cambiamenti, ma è un cambiamento di epoca. Siamo, dunque, in uno di quei momenti nei quali i cambiamenti non sono più lineari, bensì epocali"¹¹.

La precedente cultura dell'incontro faccia a faccia sta cedendo il passo alla comunicazione tramite strumenti tecnologici. Gli esseri umani comunicano più velocemente, ma spesso senza un contatto diretto. I confini del tempo e dello spazio nella comunicazione bidirezionale stanno scomparendo e sta emergendo un senso di potere grazie agli sviluppi tecnologici. Questo solleva la domanda nel campo della religione: Dio esiste anche nel mondo virtuale? La risposta è inequivocabile: Dio è onnipotente e quindi anche nel mondo digitale può essere riconosciuto attraverso segni, simboli e immagini. Un'immagine nello spazio virtuale, ad esempio, rimane uno strumento, ma, come le immagini nelle chiese e nei musei, può diventare un modo per stabilire una relazione interpersonale con il Creatore. Gli strumenti di comunicazione nel mondo digitale appartengono al mondo reale e rendono possibili i processi di evangelizzazione nel vasto Areopago dei tempi moderni¹².

⁹ Bianchi Jean, Bourgeois Henri, Teologia e comunicazione, in Franco LEVER - Pier Cesare RIVOLTELLA - Adriano ZANACCHI (edd.), La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche, www.lacomunicazione.it.

¹⁰ Francesco, Patto Educativo Globale, <https://www.educationglobalcompact.org/resources/Risorse/vademecum-italiano.pdf>.

¹¹ Udienza del Santo Padre alla Curia Romana in occasione della presentazione degli auguri natalizi, 21.12.2019, <https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2019/12/21/1022/02087.html#inglese>.

¹² Jan Kazimierz Przybyłowski, Komunikacja w nowej kulturze i w Kościele, *Studia Włocławskie* 20, 2018, p. 363-374.

Conclusione

Il XXI secolo è caratterizzato da una nuova era di scambio di informazioni, che sta entrando in un territorio sconosciuto. Le persone comunicano in modo diverso oggi rispetto a 10 anni fa, e tra 10 anni la situazione potrebbe cambiare radicalmente. Il modo in cui comunichiamo e riceviamo contenuti si sta trasformando. Non si tratta tanto di un cambiamento epocale quanto di un cambiamento di epoca, sia a livello istituzionale che personale. Internet, i social media o l'intelligenza artificiale hanno rivoluzionato il modo in cui gli esseri umani interagiscono, soprattutto con gli strumenti moderni, creando contenuti diversi ed esplorando nuovi canali di comunicazione.

I media nel puzzle culturale-religioso-comunicativo stanno definendo tendenze progressive, legate al mondo digitale. Per quanto riguarda la Chiesa, la sfida è trovare un equilibrio tra l'evangelizzazione, la trasmissione di valori e l'uso dei media moderni per trasmettere informazioni in uno spazio mediatico affollato. Sotto questo aspetto, la Chiesa ha bisogno di una comunicazione multicanale e interattiva e di adattarsi alle realtà in evoluzione, poiché ha ricevuto da Gesù Cristo il compito di evangelizzare il mondo intero, compreso il continente digitale, che non è poi così piccolo.

Bibliografia

Al Jazeera Journalism Review, Konstantinos Antonopoulos, What is ChatGPT and why is it important for journalists?, https://institute.aljazeera.net/en/ajr/article/2229?fbclid=IwAR1m8pJ2ZX6-izikistzmxChTQg8sU94mgDMNFelFqxY-yhZsA_jgTaBAis.

Bianchi Jean, Bourgeois Henri, Teologia e comunicazione, in Franco LEVER - Pier Cesare RIVOLTELLA - Adriano ZANACCHI (edd.), La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche, www.lacomunicazione.it.

Briggs Asy, Burke Peter, Społeczna historia mediów, tłum. J. Jedliński, Warszawa 2010.

Catholic Chat, Get Answers from the Catechism of the Catholic Church, https://catholic.chat/?fbclid=IwAR0dCi2mCyTZFWJuTVSnCNvpj7xEIYQkgC9XCW1jW0Sem9y8DbIYGy2s2BM_aem_th_Af0vAWnWov9aHEUjElxUah1sw4CINzeZ_Zv2UmOtpcTpBfo99eOvZLgpyiAdGRgBOic.

Diario de Mallorca, David Arráez Palma, Andy Stalman: "No estamos en una era de cambio, sino en un cambio de era", <https://www.diariodemallorca.es/economia/foro-negocios-businessdm/2017/01/27/andy-stalman-cambio-cambio-3476168.html>.

Entrepreneur, Anastasiya Golovatenko, Five trends signalling a new era in communication, <https://www.entrepreneur.com/en-ae/growth-strategies/five-trends-signalling-a-new-era-in-communication/364001>.

Francesco, Evangelii gaudium, Vaticano 2013.

Francesco, Patto Educativo Globale, <https://www.educationglobalcompact.org/resources/Risorse/vademecum-italiano.pdf>.

ISPGRUP, La nueva era de la comunicación: la comunicación digital, <https://www.ispgrup.cat/nueva-era-la-comunicacion-digital/>.

Łuczak Marek, Media jako katalizator globalizacji, Media i społeczeństwo, nr 6/2016.

Łuczak Marek, Rola nowych technologii w ewolucji globalizacji, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 317, 2017.

Mancini Paolo, L'evoluzione della comunicazione: vecchi e nuovi media, https://www.treccani.it/enciclopedia/l-evoluzione-della-comunicazione-vecchi-e-nuovi-media_%28Atlante-Geopolitico%29/.

Michalczyk Stanisław, Teorie mediów w nauce o komunikowaniu, in: M. Kita, M. Ślowska (red.), Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną, T. 1, Stan wiedzy i postulaty badawcze (33-51), Katowice 2012.

PRsay, Michelle Marasch Ouellette, 7 Rules for a New Era of Communications, <https://prsay.prsa.org/2021/01/06/7-rules-for-a-new-era-of-communications/>.

Przybyłowski Jan Kazimierz, Komunikacja w nowej kulturze i w Kościele, *Studia Włocławskie* 20, 2018, 361-376.

Rejman Krzysztof, Porada Mateusz, Social media – a new era of communication, *Humanities and Social Sciences, Research Journal* 29, No. 2 (2022), pp 43-49.

Stalman Andy, Humanoffon: ¿Está internet cambiándonos como seres humanos?, Deusto 2018.

Udienza del Santo Padre alla Curia Romana in occasione della presentazione degli auguri natalizi, 21.12.2019, <https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2019/12/21/1022/02087.html#inglese>.

WIRE19, Priyanka Dadhich, AI's new era of communication with ChatGPT brings concerns about cybersecurity and search engine ranking, finds GlobalData, <https://wire19.com/chatgpt-brings-concerns-about-cybersecurity-and-search-engine-ranking-globaldata/>.

Maciej Makula SDB