

David Kraner

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7394-6508>

University of Ljubljana, Slovenia

## **L'approccio pastorale dialogico alla luce del Sinodo**

### **The Dialogical Pastoral Approach in the Light of the Synod**

#### **Abstract**

The study sheds light on the problem of communication in the Church and proposes a model of dialogical communication based on data analysis. It must be in harmony with the content of speculative theology, but at the same time it must meet the linguistic needs of the present time. Pope Francis, with the Synod, is channeling many changes in the right direction. Empirical analyses of media coverage of representations of the Catholic Church, provide further support for this theme. On the one hand, we have the press in Slovenia, which is saturated with news about the Church, and on the other hand, we have Radio and Television, which are undernourished. Often, the Church is presented along with celebrities, celebrations, politics and charity work. If we take into consideration the dialogical model of communication, these issues can be entry points for better and more qualitative communication.

#### **Keywords**

Dialogue, synod, pastoral, communication, community, social representations.

## Material and methods

A literature study and analysis of empirical data were adopted as research methods.

## Results

The Church is first and foremost a community, not an institution. Its pastoral work involves the pastoral method and no other. Social representations of the Church are negative if the media portrays the Church as an institution and not as a community.

## Conclusions

New media (in which artificial intelligence has taken root) and their impact on society are having a profound effect on the work of the Catholic Church. Pope Francis is excellent at noting the signs of the times and integrating them into his mission. It is not just a matter of the pitfalls and advantages of the new media, but of the way Catholics communicate personally and indirectly with each other and with others.

## 1. La società in rete e la comunicazione della Chiesa

Le relazioni interpersonali giocano un ruolo centrale nel ministero pastorale. È quindi importante che la Chiesa ricordi come lo Spirito l'ha guidata nel corso della storia, mentre allo stesso tempo riconosce le sfide attuali. Papa Francesco e gli iniziatori del Sinodo, che va dal 2021 al 2023, sottolineano l'importanza di riconoscere i bisogni della Chiesa di oggi, la diversità e la ricchezza dei doni e dei carismi, la collaborazione nell'annuncio del Vangelo, evidenziando e sradicando pregiudizi e distorsioni, il dialogo sociale e rinnovando le relazioni con le altre comunità cristiane.<sup>1</sup> In altre parole, la teologia dogmatica (speculativa) e quella pastorale (pratica) devono discernere insieme i segni dei tempi e cercare nuovi modi in cui le comunità cristiane possano agire in un modo che sia saldamente radicato nella riflessione teologica e nella realtà concreta in cui si trovano.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Cf. Tajništvo SŠK, *Za sinodalno Cerkev: občestvo, sodelovanje in poslanstvo. Pripravljalni dokument*. Ljubljana 2021, ed. Slovenska škofovska konferenca, p. 6.

<sup>2</sup> Cf. P. Asolan, *Il tacchino induttivista. Questioni di teologia pastorale*, Trapani 2009, ed. Il pozzo di Giacobbe, p. 20.

La Chiesa come istituzione è sempre in relazione con altre istituzioni. Ogni istituzione ha i suoi interessi. I conflitti sorgono spesso a causa di visioni diverse sui valori. Il sociologo Manuel Castells è convinto che i conflitti tra gruppi sociali in una società in rete non cessano mai. A seconda del successo degli accordi, i conflitti si attenuano. I processi che strutturano i conflitti riguardano le sfere della pratica sociale: economica (produzione, consumo, scambio), tecnologica, ambientale, culturale, politica e militare. Per la maggior parte, tutte queste pratiche sono interconnesse in modo tale da costituire relazioni di potere di principio. Tutto ciò impedisce che il potere sia localizzato in una specifica sfera sociale o istituzione, ma è distribuito in tutto l'ambiente dell'azione umana. L'operazione di questo potere si esprime in modo più concentrato in certe forme sociali che condizionano e determinano la forma pratica del potere nella società. Il potere è relazionale, il dominio è istituzionale.<sup>3</sup>

Secondo Castells in una società di rete, le forze del potere sono distribuite da coloro che hanno potere politico, tecnologico, economico, culturale e militare. La Chiesa fa parte della società in rete. Perciò deve impegnarsi sempre di più per migliorare delle relazioni con altri attori sociali. Per esempio, quando si tratta di una particolare questione etica, la voce della Chiesa deve essere espressa e diffusa includendo TIC. La comunicazione nella rete non deve essere solamente da coloro che sono in cima alla gerarchia. Nella rete la comunicazione può essere espressa dal basso verso l'alto – può essere diffusa dagli “utenti”.

Nella cultura digitale di oggi, quando la Chiesa cattolica (di seguito denominata Chiesa) appare come un'istituzione pura, clericalizzata e antiquata, quando il suo ordine gerarchico risalta maggiormente, allora entra in conflitto con altri attori sociali nella società della rete. Il cardinale Robert Sarah dice che la crisi è come un cancro che attacca il corpo dall'interno. In modo molto critico verso i teologi è convinto che l'attivismo nella Chiesa corrompe la preghiera, la vera carità si trasforma in solidarietà umanitaria, la liturgia si desacralizza, la teologia si trasforma in politica, la nozione di sacerdozio entra in crisi. Come problematico vede anche l'approccio secolare: studiare la teologia facendo di Dio una semplice ipotesi razionale, leggere la Bibbia come un libro secolare, non come

---

<sup>3</sup> Cf. M. Castells, *Comunicazione e Potere*, Milano 2009, ed. Università Bocconi Editore, pp. 44-46.

la Parola ispirata di Dio, preparare la liturgia come uno spettacolo, non come una rievocazione mistica del sacrificio sulla croce.<sup>4</sup>

Quando la Chiesa dimentica la sua identità, i problemi di cui sopra vengono sempre più in superficie: la Chiesa è sacramentale, fondata sulla resurrezione di Gesù Cristo e la venuta dello Spirito Santo. La Chiesa non è solamente istituzione. Più il lavoro della Chiesa è avvolto nei freddi confini di un'istituzione mescolata alla politica e al secolarismo, meno efficace sarà il suo lavoro pastorale.

Come dovrebbe comunicare la Chiesa per affrontare nel modo più efficace gli inevitabili conflitti all'interno della società? Il documento del Concilio Vaticano II, *Gaudium et Spes*<sup>5</sup> spiega che la Chiesa è una società che comunica interiormente (comunicazione tra i suoi membri) ed esteriormente (comunicazione con il mondo).

Avery Dulles ha presentato in dettaglio i cinque modelli di comunicazione della Chiesa:<sup>6</sup> 1) il modello istituzionale, in cui la Chiesa è intesa come una società perfetta; 2) il modello comunitario o comunione-partecipazione, che eleva la comunione e la partecipazione interna tra i membri *ad extra* (non i membri della Chiesa); 3) il modello sacramentale o mistero-rituale, che privilegia la pratica religiosa e tratta anche la Chiesa come un sacramento; 4) il modello missionario o dottrinale-cherigmatico, in cui la Chiesa svolge il ruolo di annunciare e ascoltare la Parola; 5) il modello secolare-dialogico, che da un lato è segnato dalla ricettività, cioè è "dialogicamente aperto" e pone l'accento sul dialogo con la modernità, e dall'altro è segnato dall'azione, cioè è diaconale-attivista e pone al centro il servizio evangelico, soprattutto agli ultimi e ai diseredati.<sup>7</sup>

In una società in rete il modello di comunicazione più efficace è quello secolare-dialogico. Poi è chiaro da quanto sopra che il modello istituzionale della Chiesa tende più verso la Chiesa clericalizzata, mentre il modello secolare-dialogico tende più verso la Chiesa de-clericalizzata. Queste tensioni ci sono sempre state con la Chiesa e non sono una novità. La tecnologia è recente,

---

<sup>4</sup> Cf. R. Sarah, *Proti večeru gre in dan se je že nagnil*, Ljubljana 2019, ed. Družina, pp. 101–102.

<sup>5</sup> Nella *Gaudium et Spes*, la Chiesa è definita come "composta di uomini i quali, riuniti insieme in Cristo, sono guidati dallo Spirito Santo nel loro pellegrinaggio verso il regno del Padre, ed hanno ricevuto un messaggio di salvezza da proporre a tutti." *Gaudium et Spes* 1.

<sup>6</sup> Cf. A. Dulles, *Modelli di Chiesa*, Padova 2005, ed. Messaggero di sant'Antonio, p. 225.

<sup>7</sup> Cf. M. Midali, *Teologia pratica. 1. Cammino storico di una riflessione fondamentale e scientifica*, Roma 2005, ed. LAS, pp. 373–374.

le situazioni sociali sono nuove. Esse suscitano nella Chiesa nuove sfide comunicative e pastorali.

## 2. Rappresentazioni mediatiche della Chiesa cattolica in Slovenia

In un certo senso, sono i media che danno alla Chiesa un riscontro immediato. I media, infatti, non riflettono la realtà, ma la rappresentano.<sup>8</sup> I mezzi di comunicazione di massa permettono all'informazione di circolare rapidamente tra la gente. Le rappresentazioni sociali dipendono dai media e sono in un costante flusso.<sup>9</sup> L'agire della Chiesa è per natura diverso da quello dei media, e questo causa tensioni tra le due realtà.<sup>10</sup> Quando i media enfatizzano un argomento escludendo gli altri (*agenda setting*), quando inquadrano le notizie in contesti desiderati che non hanno nulla a che fare con la notizia (*freaming*) e quando mettono a tacere l'opinione della maggioranza per il bene di una minoranza vocale (*spirale del silenzio*),<sup>11</sup> stiamo parlando degli effetti voluti dei media.<sup>12</sup> Più questi ultimi sono influenzati da pressioni economiche, politiche e ideologiche, più difficilmente e in maniera peggiore svolgono il loro ruolo di informazione obiettiva.

Un'inchiesta sulle rappresentazioni sociali della Chiesa cattolica nel 2015 ha mostrato che i media hanno un'influenza potenzialmente grande sull'opinione e sull'immagine della Chiesa cattolica, ma molto meno sugli atteggiamenti interni.<sup>13</sup> Un'analisi testuale degli articoli dei media nel 2019 conferma il fatto che alcuni mezzi di comunicazione di massa sono molto negativi nei riguardi della realtà ecclesiale o addirittura cristianofobi.<sup>14</sup>

---

<sup>8</sup> Cf. S. Hall, J. Evans, S. Nixon, *Representation*. London 2013, ed. The Open University SAGE.

<sup>9</sup> Cf. S. Moscovici, *Le rappresentazioni sociali*. Bologna 2013, ed. Mulino.

<sup>10</sup> Cf. A. Dulles, *Religion and the News Media. A Theologian Reflects*, "America" 9 (1994), pp. 6-9.

<sup>11</sup> Cf. E. Noelle-Neumann, *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*, Roma 2002, ed. Meltemi.

<sup>12</sup> Cf. E. Katz, P. F. Lazarsfeld, *L'influenza personale in comunicazione*, Rim 2012, ed. Armando.

<sup>13</sup> Cf. D. Kraner, *Le rappresentazioni sociali della Chiesa Cattolica in Slovenia*, Rim 2019, ed. LAS.

<sup>14</sup> Cf. D. Kraner, *Intolerance in the Media and Representations of the Catholic Church*, "Crkva u svijetu" 56 (2021) (4), pp. 751-753. <https://doi.org/10.34075/cs.56.4.8>

Nel 2020 abbiamo analizzato 4055 notizie prese da stampa, radio, TV e media online. *Kliping d.o.o.*, una società di monitoraggio e analisi dei media, ci ha fornito quotidianamente gli articoli che menzionavano la Chiesa cattolica. I pezzi più rilevanti sono stati analizzati utilizzando una scheda di analisi (un questionario in formato Excel). Le analisi quantitative sono state effettuate utilizzando SPSS<sup>15</sup>. Questo studio analitico copre articoli di giornale, di programmi radiofonici e televisivi e notizie online dell'Agenzia di stampa Slovena (STA). I diversi tipi di testi sono indicati come "articoli" nel seguito, anche se si tratta di servizi radiofonici o televisivi. Per facilitare l'elaborazione dei dati, abbiamo raggruppato i media locali nelle seguenti categorie: "Altro – Stampa", "Altro – Radio", "Altro – TV" e "Altro – Web".

In questo studio, lo schema analitico o il questionario era basato sulle seguenti domande: Chi è l'autore degli articoli? Quando pubblica i contenuti? Dove pubblica (media)? Come presenta il contenuto e le fotografie (connotazione)? Cosa pubblica (argomenti)? Da queste domande, emergono le seguenti categorie: autori, argomenti, periodi di pubblicazione, media e connotazione del contenuto e delle foto.

Nella ricerca, quando vengono date descrizioni di eventi non ecclesiali ed il testo menziona i cattolici o la Chiesa cattolica, abbiamo etichettato tali descrizioni con "NON-Chiesa". Abbiamo etichettato gli articoli analizzati che non descrivono un evento ma commentano un altro argomento, con "NON-evento". Gli articoli che descrivono un evento sacramentale (la messa, il battesimo, la cresima) sono stati etichettati "C-sacramento" mentre quelli che indicano altre iniziative promosse dalla Chiesa (diversi dai sacramenti) sono stati etichettati "C-altro". I dati mostrano che in quasi la metà dei media (negli articoli analizzati) descrivono la Chiesa al di fuori degli eventi sacramentali ed in un terzo dei casi insieme a eventi non sacramentali (Tabella 1).

---

<sup>15</sup> SPSS (originariamente *Statistical Package for the Social Sciences*, recentemente modificato in: *Statistical Product and Service Solutions*) è stato realizzato nella sua prima versione nel 1968 da Norman H. Nie, Dale H. Bent e C. Hadlai Hull ed è probabilmente il programma più utilizzato per l'analisi statistica nelle scienze sociali.

**Tabella 1.** Il tipo di articolo

	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>C-altro</b>	<b>1899</b>	<b>46,8</b>
NON-Chiesa	1258	31,0
NON-evento	826	20,4
C-sacramento	72	1,8
<b>Totale</b>	<b>4055</b>	<b>100,0</b>

Gli argomenti più frequenti legati alla Chiesa sono le personalità, le celebrazioni, la politica, la carità, la salute, il rito ed il denaro (Tabella 2).

**Tabella 2.** Argomenti relativi a Chiesa cattolica

	<b>N</b>	<b>%</b>
Personalità	558	13,8
Celebrazioni	534	13,2
Politica	439	10,8
Carità	384	9,5
Salute	380	9,4
Rituale	356	8,8
Soldi	250	6,2
Storia	192	4,7
Cultura	118	2,9
Abuso sessuale	108	2,7
Ristrutturazione della casa	103	2,5
Discorso d'odio	101	2,5
Religioni – dialogo	99	2,4
Dottrina della Chiesa	92	2,3
Arte-Architettura	89	2,2
Altro	53	1,3
Pellegrinaggio-Turismo	39	1
Musica	37	0,9
Sessualità	33	0,8
Eutanasia-Aborto	26	0,6
Educazione	20	0,5
Migranti	20	0,5

	<b>N</b>	<b>%</b>
Disastri	12	0,3
Suonare le campane	7	0,2
Scienza	5	0,1
<b>Totale</b>	4055	100

La maggior parte degli articoli ha una connotazione positiva. Si tratta infatti di approfondimenti perlopiù positivi, senza alcuna critica negativa. Poi troviamo una percentuale di articoli ideologici: questa include testi che pubblicizzano un'organizzazione o una persona ma non danno un'opinione positiva o negativa della Chiesa. Solo il 9% degli articoli ha una connotazione negativa. Pochi articoli, cioè il 4,4%, sono scritti con una sana critica, dove sono giustificate sia le connotazioni negative che quelle positive (Tabella 3).

**Tabella 3.** Connotazione degli articoli

	<b>N</b>	<b>%</b>
Positivo	2233	55,1
Ideologico	1259	31,0
Negativo	366	9,0
Entrambi	180	4,4
<b>Totale</b>	4038	99,6
<b>Mancati</b>	17	0,4
	4055	100,0

La connotazione dell'immagine è stata analizzata solo nella stampa<sup>16</sup>, da qui l'alta percentuale di articoli mancanti. Tra i pezzi analizzati, la maggior parte ha una connotazione "ideologica" dell'immagine – cioè non c'è il simbolo della Chiesa su di essi. Le immagini connotate positivamente sono quelle con i simboli ecclesiali. Ci sono 46 articoli con una connotazione negativa: queste immagini ritraggono la Chiesa in una luce fortemente negativa: per esempio graffiti con messaggi dispregiativi, brutte caricature ecc. (Tabella 4).

<sup>16</sup> Nei notiziari televisivi non sono state analizzate delle immagini ma solamente il testo.



**Tabella 4.** Connotazione delle fotografie

	<b>N</b>	<b>%</b>
Ideologica	1434	35,4
Positiva	1173	28,9
Negativa	46	1,1
Entrambi	21	0,5
<b>Totale</b>	<b>2674</b>	<b>65,9</b>
Mancanti	1381	34,1
	4055	100,0

La percentuale più alta di articoli analizzati mostra che la radio, la televisione e il web riportano più notizie sulla Chiesa all'estero che sulla Chiesa in Slovenia. Solo nella stampa troviamo il maggior numero di articoli analizzati, il 70%, che parla della Chiesa cattolica in Slovenia. (Tabella 5).

**Tabella 5.** I media sulla Chiesa all'estero ed in patria

	Slovenia	Entrambi	Estero	Sconosciuto	Totale
Stampa	1893	225	514	30	2662
	69,9%	71,7%	51,2%	96,8%	65,6%
Radio	217	21	97	1	336
	8,0%	6,7%	9,7%	3,2%	8,3%
TV	289	24	139	0	452
	10,7%	7,6%	13,9%	0,0%	11,1%
WEB	308	44	253	0	605
	11,4%	14,0%	25,2%	0,0%	14,9%
<b>Totale</b>	<b>2707</b>	<b>314</b>	<b>1003</b>	<b>31</b>	<b>4055</b>
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La stampa ha gli articoli per la maggior parte positivi e ideologici. La radio ha invece perlopiù servizi positivi. La televisione e il web si bilanciano tra articoli positivi e ideologici (Tabella 6).

**Tabella 6.** Connotazione dell'articolo per mezzo

	<b>Negativa</b>	<b>Ideologica</b>	<b>Entrambi</b>	<b>Positiva</b>	<b>Totale</b>
Stampa	277	867	126	1384	2654
	75,7%	68,9%	70,0%	62,0%	65,7%
Radio	15	92	6	221	334
	4,1%	7,3%	3,3%	9,9%	8,3%
TV	28	120	22	281	451
	7,7%	9,5%	12,2%	12,6%	11,2%
WEB	46	180	26	347	599
	12,6%	14,3%	14,4%	15,5%	14,8%
<b>Totale</b>	<b>366</b>	<b>1259</b>	<b>180</b>	<b>2233</b>	<b>4038</b>
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La maggior parte degli eventi sono quelli non ecclesiastici o che parlano della Chiesa in generale. La maggior parte degli articoli proveniva dalla stampa (Tabella 7).

**Tabella 7.** Tipo di media secondo l'evento

	<b>NON-Chiesa</b>	<b>NON-evento</b>	<b>C-altro</b>	<b>C-sacramento</b>	<b>Totale</b>
Stampa	780	749	1085	48	2662
	62,0%	90,7%	57,1%	66,7%	65,6%
Radio	98	19	210	9	336
	7,8%	2,3%	11,1%	12,5%	8,3%
TV	158	25	262	7	452
	12,6%	3,0%	13,8%	9,7%	11,1%
WEB	222	33	342	8	605
	17,6%	4,0%	18,0%	11,1%	14,9%
<b>Totale</b>	<b>1258</b>	<b>826</b>	<b>1899</b>	<b>72</b>	<b>4055</b>
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La stampa, la radio e la televisione riportano la maggior parte degli eventi della Chiesa, della cultura e dei conflitti (Tabella 8).

**Tabella 8.** Tipo di media per argomento

	<b>Interreligiosi</b>	<b>Culturali</b>	<b>Eventi</b>	<b>Conflittuali</b>	<b>Totale</b>
Stampa	114	739	1205	604	2662
	66,3%	69,1%	63,8%	65,4%	65,6%
Radio	12	74	192	58	336
	7,0%	6,9%	10,2%	6,3%	8,3%
TV	17	122	228	85	452
	9,9%	11,4%	12,1%	9,2%	11,1%
WEB	29	134	265	177	605
	16,9%	12,5%	14,0%	19,2%	14,9%
<b>Totale</b>	172	1069	1890	924	4055
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

### 3. Uno sguardo dall'interno sulla cura pastorale nell'era digitale

Le rappresentazioni sociali della Chiesa dipendono anche dalla sua identità e dalla capacità di comunicare. Una recente ricerca mostra che le comunità ecclesiali stanno intraprendendo il lavoro pastorale con grande impegno, competenza e responsabilità, nonostante le enormi pressioni del COVID-19. Carl-Mario Sultana scrive sulla necessità di rileggere la nostra esperienza della pandemia COVID-19, cercando di rimanere in linea con la fede cattolica. La vita di Cristo non finisce con la morte nella tomba, ma con la resurrezione ed il sepolcro vuoto. Cristo Risorto è l'ultima parola di Dio Padre. Nostro Signore è il Dio della vita e vuole che viviamo.<sup>17</sup>

Tale approccio positivo, critico e centrato sulla fede è indispensabile per analizzare la nuova cultura digitale, in cui la Chiesa deve agire autonomamente e senza paura. Per ciò, secondo questo nuovo approccio, l'intera comunità ecclesiale non può più trattare i catecumeni come destinatari passivi, ma deve trasformare la metodologia adottata nella catechesi. Amaro da Silva è convinto che si debba iniziare con una nuova metodica che risponda alle caratteristiche

<sup>17</sup> Cf. C. M. Sultana, *COVID-19. A Catechetical-Experiential Reading*, "The Person and the Challenges" 11 (2020) 2, pp. 27-46.

linguistiche, comunicative, attitudinali e di apprendimento della nuova generazione.<sup>18</sup>

È molto importante sapere, quali media scrivono della Chiesa. Ogni media ha un'influenza diversa. Spesso i media sono usati come mezzo di controllo. Il mezzo di comunicazione è il messaggio, dice McLuhan.<sup>19</sup>

Nella nostra ricerca, scopriamo che il maggior numero di articoli sulla Chiesa è pubblicato dalla stampa. Oggi sono pochissime le persone che leggono i giornali in modo approfondito. La maggior parte guarda le immagini e legge i titoli dei giornali.

La Chiesa ha una presenza molto ridotta nella TV e nella radio nazionali. Non è forse un segno abbastanza forte che la Chiesa dovrebbe investire di più nella sua presenza su questi media? A mio parere, lo è. Non basta lamentarsi di quanto i media scrivono male della Chiesa, ma dobbiamo entrare in dialogo con i media.

La maggior parte degli articoli sono connotati in maniera positiva e ideologica. La maggior parte dei trafiletti, infatti, descrive più frequentemente gli eventi ordinari della Chiesa. Straordinari sono solamente gli scandali e questi vengono ragionevolmente descritti con una denotazione negativa. Ciò significa che i media vogliono comunicare con la Chiesa su temi difficili e problematici che sono scomodi. Ma diventeranno appetibili se la Chiesa pulirà le macchie e correggerà gli errori.

Sulla Chiesa all'estero verte quasi un terzo degli articoli sulla stampa e quasi la metà di quelli trasmessi in TV. Molti articoli riguardano le dichiarazioni di Papa Francesco ed altri eventi del Vaticano. I mezzi di comunicazione sono troppo poco coinvolti nell'agire pastorale e la sfida per tutti è quella di usarli di più. La nuova sfida è quella di formare animatori di pubbliche relazioni nella chiesa. Dovrebbero informare sistematicamente i media sulle buone pratiche delle singole parrocchie e comunità in Slovenia.

Questa analisi dei mezzi di comunicazione di massa sul proprio lavoro può essere un incentivo per la Chiesa ad investire più energia nella diffusione della Buona Novella anche attraverso la TV e la radio e al non aver paura di quello

---

<sup>18</sup> Cf. A. Da Silva, *Catechesis in the Digital Age. From Transmission to Sharing*, "Aline" 38 (2019) 4, pp. 11–20.

<sup>19</sup> Cf. M. McLuhan, *Understanding Media*, London and New York 1964, ed. McGraw-Hill, p. 7.

che i media diranno su di essa. Al contrario, ogni comunità ecclesiale dovrebbe svolgere attivamente le proprie iniziative e presentarle con serenità ai media.

Tra tutti i settori dell'attività della Chiesa, che devono essere inclusi nella nostra comunicazione interna ed esterna, vi sono l'insegnamento e l'educazione. Beata Bilicka è convinta che per un approccio efficace nella società dell'informazione è importante acquisire le seguenti competenze: la capacità di utilizzare le moderne fonti delle notizie, di fare un uso efficace di vari tipi di dispositivi digitali e di dimostrare il giusto atteggiamento verso le sfide della società post-moderna. Inoltre aggiunge che esisterebbero delle strutture vecchie e riluttanti che possono indebolire o addirittura ostacolare la motivazione e l'attività di persone competenti per l'educazione in una cultura digitale.<sup>20</sup>

Mantenendo un approccio positivo verso i media, resta per la Chiesa il fatto di dover affrontare quel che succede nel mondo alla luce della fede. Questo vuol dire che per prima cosa bisogna includere le dichiarazioni di tutti gli esperti e alla fine discernere grazie al metodo pastorale in quale direzione si deve andare. Si fa una valutazione insieme grazie al modo sinodale e si prendono le decisioni per il futuro.

Secondo il cardinale Sara, i cristiani non sono fedeli che hanno come faro la loro fede se si impegnano con il mondo invece di far luce su di esso. Per lui il progresso tecnologico, l'intelligenza artificiale, l'emergere dell'uomo umanoide e la società dei robot sono l'inizio per una morte lenta. Questo perché l'uomo è diventato un freddo pianificatore che ha rinunciato all'uso del suo libero arbitrio e ha perso il contatto con la sua anima.<sup>21</sup>

Altri teologi sono più ottimisti. Partono dal fatto che nel corso della storia la Chiesa è stata all'avanguardia riguardo l'introduzione di modi recenti per utilizzare efficacemente ogni nuovo mezzo di comunicazione.<sup>22</sup> Anche oggi ha bisogno di esplorare altri modi di comunicare, tra cui l'intelligenza artificiale (l'aggregazione robotizzata di dati riguardo i nostri movimenti sul web e sulle reti sociali, che determina i nostri bisogni, modi di comunicare e socializzare),

---

<sup>20</sup> Cf. B. Bilicka, *Professional Advancement of RE Teachers in the Context of the Challenges of the Information Society*, "The Person and the Challenges" 11 (2020) 2, pp. 65–78.

<sup>21</sup> Cf. R. Sarah, *Proti večeru gre in dan se je že nagnil*, Ljubljana 2019, ed. Družina, pp. 238–239.

<sup>22</sup> Cf. F. Lever, *Comunicazione. L'utilità di una definizione di riferimento*. in: *Dai loro frutti li riconoscerete (Mt 7,15–16). Comunicazione, Coerenza, Azione*, eds. F. Lever, F. Pasqualetti, A. V. Presern, Roma 2011, ed. LAS, pp. 13–14.

e di studiarli criticamente da una prospettiva comunicologica,<sup>23</sup> pastorale e dogmatica.<sup>24</sup>

Riassumendo si può dire che non uno sguardo negativo, nemmeno uno di tipo utopico sui media, ma un discernimento che include una riflessione sulle dimensioni kairologica, operativa e criteriologica può essere adeguata per vedere, dove andare.

#### 4. Conclusione

La comunicazione all'interno della Chiesa (che include le comunità religiose virtuali) ed il dialogare tra la realtà ecclesiale e gli altri (viviamo in una società di rete) è multiforme, complessa ed ha urgente bisogno di un costante rinnovamento e aggiornamento. Mettendo insieme lo studio di Dulles sui modelli di comunicazione della Chiesa cattolica,<sup>25</sup> la visione della società in rete di Castells, lo studio delle comunità religiose virtuali di Campbell e i risultati della ricerca sulle rappresentazioni sociali nei media Sloveni, concludiamo che tra tutti i modelli, quelli di comunicazione istituzionale e secolare-dialogica spiccano maggiormente. Si sta aprendo la strada ad un metodo dialogico, che guarda alla Chiesa come una comunità e che viene fortemente promosso da Papa Francesco attraverso il Sinodo.

Il modello più appropriato per oggi è quello dialogico-secolare. Al momento non è prevista una formazione degli operatori pastorali per un uso integrato degli strumenti digitali, ma soprattutto per favorire la capacità di comunicazione tra pastori, fedeli e il mondo. La Chiesa deve anche riflettere di nuovo sulla misura in cui le sue azioni si sono allontanate dal contenuto del Vangelo, al quale deve tornare.

---

<sup>23</sup> Cf. F. Pasqualetti, *La verità ci farà liberi? Big data e società del Calcolo. Il culto del dataismo e le sue conseguenze*, in: *La verità vi farà liberi (Gv 8,32). Fake news e giornalismo di pace*, eds. P. Springhetti, R. Butera, Roma 2018, ed. LAS, pp. 147–148.

<sup>24</sup> Cf. P. Asolan, *Il tacchino induttivista. Questioni di teologia pastorale*, Trapani 2009, ed. Il pozzo di Giacobbe, pp. 21–26.

<sup>25</sup> Cf. A. Dulles, *Modelli di Chiesa*, Padova 2005, ed. Messaggero di sant'Antonio.

## Bibliography

- Asolan P., *Il tacchino induttivista. Questioni di teologia pastorale*. Trapani 2009, ed. Il pozzo di Giacobbe.
- Bilicka B., *Professional Advancement of RE Teachers in the Context of the Challenges of the Information Society*, "The Person and the Challenges" 11 (2020) 2, pp. 65–78.
- Castells M., *Comunicazione e Potere*, Milano 2009, ed. Università Bocconi Editore.
- Da Silva A., *Catechesis in the Digital Age. From Transmission to Sharing*, "Aline" 38 (2019) 4, pp. 11–20.
- Dulles A., *Modelli di Chiesa*, Padova 2005, ed. Messaggero di sant'Antonio.
- Dulles A., *Religion and the News Media. A Theologian Reflects*, "America" 9 (1994), pp. 6–9.
- Hall S., J. Evans, S. Nixon, *Representation*. London 2013, ed. The Open University SAGE.
- Katz E., Lazarsfeld P.F., *L'influenza personale in comunicazione*, Rim 2012, ed. Armando.
- Kraner D., *Intolerance in the Media and Representations of the Catholic Church*, "Crkva u svijetu" 56 (2021) (4), pp. 731–766.
- Kraner D., *Le rappresentazioni sociali della Chiesa Cattolica in Slovenia*, Rim 2019, ed. LAS.
- Lever F., *Comunicazione. L'utilità di una definizione di riferimento*, in: *Dai loro frutti li riconoscerete (Mt 7,15–16). Comunicazione, Coerenza, Azione*, ed. F. Lever, F. Pasqualetti – A. V. Presern, Roma 2011, ed. LAS.
- McLuhan M., *Understanding Media*, London and New York 1964, ed. McGraw-Hill.
- Midali M., *Teologia pratica. I. Cammino storico di una riflessione fondamentale e scientifica*, Roma 2005, ed. LAS.
- Moscovici S., *Le rappresentazioni sociali*, Bologna 2013, ed. Mulino.
- Noelle-Neumann E., *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*, Roma 2002, ed. MELTEMI.
- Pasqualetti F., *La verità ci farà liberi? Big data e società del Calcolo. Il culto del dataismo e le sue conseguenze*, in: *La verità vi farà liberi (Gv 8,32). Fake news e giornalismo di pace*, eds. P. Springhetti, R. Butera, Roma 2018, ed. LAS, pp. 143–166.
- Sarah R., *Proti večeru gre in dan se je že nagnil*, Ljubljana 2019, ed. Družina.
- Sultana C. M., *COVID-19. A Catechetical-Experiential Reading*, "The Person and the Challenges" 11 (2020) 2, pp. 27–46.
- Tajništvo SŠK, *Za sinodalno Cerkev: občestvo, sodelovanje in poslanstvo. Pripravljalni dokument*, Ljubljana 2021, ed. Slovenska škofovska konferenca.