

UNIONE ITALIANA
delle Chiese Cristiane Avventiste del Settimo Giorno

Commissione «Etica cristiana e società»

DOSSIER USO RESPONSABILE DELLA RETE



Unione Italiana delle Chiese Cristiane Avventiste del Settimo Giorno

COMMISSIONE
«Etica cristiana e società»

Uso responsabile della rete

Edizioni ADV

© Copyright 2019 tutti i diritti riservati
alle Edizioni ADV
dell'Ente Patrimoniale UICCA
Viuzzo del Pergolino 8
50139 Firenze

Redazione: Commissione etica cristiana e società
Impaginazione: Luca Musso
Stampa: a cura di CBN Service
Città di Castello PG

Distribuito gratuitamente dall'Unione Italiana
delle Chiese Cristiane Avventiste del Settimo Giorno
Lgt. Michelangelo 7 - 00192 Roma

Finito di stampare nel mese di febbraio 2019

INTRODUZIONE

LA COMUNICAZIONE CAMBIA. E LE CHIESE?

di Roberto Vacca*

Secondo una ricerca dell'Ocse, l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico, gli adolescenti italiani hanno passato quasi 31 ore a settimana, nel 2015, collegati ad Internet utilizzando tutti gli strumenti che la tecnologia mette a disposizione: computer, tablet, smartphone. Oltre quattro ore al giorno trascorse in rete per studiare, chattare e giocare.¹ Persino il fondatore di Facebook ha dovuto correre ai ripari dichiarando che «le persone di età compresa tra i 13 e i 15 anni in alcuni Paesi Ue avranno bisogno del permesso di un genitore o tutore per compiere azioni specifiche su Facebook»² e Marc Benioff, un personaggio importante all'interno del mondo del web, ha rincarato la dose dichiarando che «Facebook dovrebbe essere regolato come lo sono le vendite delle sigarette per i suoi effetti nocivi che inducono alla dipendenza».³

Ma il fenomeno non è solo italiano e non riguarda solo i giovani, né i rischi riguardano solo fenomeni di dipendenza ed estraniamento sociale. Riguarda tutto il mondo e costituisce un'incognita anche per il futuro della democrazia, visto che l'uso dei social media per informarsi diventa sempre più diffuso. «Gli utenti dei social network nel mondo sono stimati in quasi 3 miliardi e 200 milioni di persone, pari al 42% della popolazione mondiale e oltre l'80% di coloro che utilizzano Internet. Il numero di persone che usano i social media per informarsi sta continuamente crescendo. Nel 2017, secondo le statistiche pubblicate dal sito GlobalWebIndex, calcolate su interviste a 350.000 persone tra i 16 e i 64 anni in tutto il mondo, due persone su cinque tra gli utenti dei social network li hanno utilizzati come strumento per informarsi. In Europa la percentuale è passata in due anni, dal 2015 al 2017, dal 34% al 40% e in Nord America dal 29% al 38%. Nell'America Latina, in Medio Oriente e in Africa è superiore al 50%».⁴ Come è noto, Facebook è stata accusata di avere venduto dati sensibili, all'insaputa degli utenti, a favore di organizzazioni politiche che avrebbero avuto un ruolo manipolatorio durante le ultime elezioni presidenziali americane, e in occasione del referendum inglese circa l'uscita dall'Unione europea.

*Redattore di Radio Voce della Speranza di Firenze

Naturalmente, non si tratta di demonizzare Internet e i social media. Spesso i social media sono stati uno strumento per organizzare proteste pacifiche e per denunciare efficacemente le repressioni di regimi autoritari durante diverse crisi politiche di questi ultimi anni. Inoltre, indubbiamente, hanno dato la possibilità di ampliare e «democratizzare» il dibattito culturale e politico nella società e nelle chiese, un dato che è certamente da salutare con favore. Eppure si è diffusa la sensazione che la società e persino le chiese spesso non si siano dimostrate all'altezza di queste nuove responsabilità. Non mancano nemmeno le preoccupazioni per il dibattito interno alle nostre chiese, che i social media tendono a radicalizzare forse oltre quello che sarebbe giustificato. È per questo motivo che la Commissione Etica dell'Unione Italiana delle Chiese Avventiste ha ritenuto opportuno sottoporre all'attenzione dei fratelli e delle sorelle di chiesa una serie di riflessioni per un «uso responsabile della rete». All'interno di questo volumetto troverete vari contributi. Davide Romano, direttore del Dipartimento Affari Pubblici e Libertà Religiosa, ha preso in considerazione l'uso e l'abuso di Internet sul piano sociale e politico, mentre lo psicoterapeuta Giuseppe Tomai si è soffermato sulle potenzialità, ma anche sugli enormi rischi che un uso massiccio e senza controllo dei social media provoca sulle nuove generazioni. D'altra parte sono proprio i giovani e gli adolescenti che possono aprire nuovi orizzonti nell'uso evangelistico dei social media, come mostrano gli articoli di Alessia Calvagno, caporedattore nazionale Rvs e di Daniele Amodeo, laureato in Scienze della Comunicazione, giovani che praticano attivamente la comunicazione sui social media. Lo stesso dato emerge anche nella panoramica europea che ci offre Corrado Cozzi, responsabile delle Comunicazioni della Divisione Intereuropea, che esamina esperienze positive maturate nella nostra Divisione, ma anche alcuni abusi. Il pastore avventista Rolando Rizzo esamina l'uso dei social media nella prospettiva di un pastore, ma stigmatizza anche l'impoverimento del dibattito teologico che spesso contraddistingue le riflessioni sui profili Facebook anche di cristiani avventisti, caratterizzate a volte da mancanza di rispetto (ben poco cristiano) verso le idee altrui. Sulla stessa linea – ma da una prospettiva più «istituzionale» - Vincenzo Annunziata ribadisce le enormi opportunità offerte alla Chiesa da Internet, ma mette in chiaro alcuni paletti di carattere etico che l'Unione italiana raccomanda a tutti gli avventisti che usano il web in Italia. *Siamo stati chiamati a libertà, non per vivere secondo le nostre passioni, ma per servire nella carità*, scrive l'apostolo Paolo.⁵

Buona lettura. Ovviamente, aspettiamo le vostre reazioni sul sito chiesaavventista.it/contatti!

Note

¹ http://www.repubblica.it/scuola/2018/04/24/news/adolescenti_italiani_31_ore_a_settimana_sul_web-194683689/amp/

² http://www.repubblica.it/tecnologia/socialnetwork/2018/04/18/news/zuckerberg_annuncia_fino_a_15_anni_su_facebook_solo_col_permesso_dei_genitori_194170462/amp/

³ https://www.theguardian.com/technology/2018/jan/24/facebook-regulated-cigarette-industry-salesforce-marc-benioffsocialmedia?utm_source=esp&utm_medium=Email&utm_campaign=GU+Today+main+NEW+H+categories&utm_term=261707&subid=17509866&CMP=EMCNEWEML6619I2

⁴ <http://www.lastampa.it/2018/05/22/societa/per-che-cosa-si-usano-oggi-i-social-media-6Om7X0nXUmGvTMpNJej87K/amphtml/pagina.amp.html>

⁵ Galati 5,13

1. OPPORTUNITÀ E PERICOLI DELLA RETE.

LA MINACCIA DELLE FAKE NEWS PER LA SOCIETÀ ITALIANA E LA LIBERTÀ

di Davide Romano*

Qualche anno fa, con la consueta vena ironica che gli era propria, l'ormai scomparso Umberto Eco, affermava che Internet – egli faceva nello specifico l'esempio di twitter – ha dato una impensabile occasione di ribalta a legioni di imbecilli che in altri tempi si sarebbero potuti esprimere solo al bar, magari dopo due o tre bicchieri di rosso, e sarebbero stati subito messi a tacere dagli stessi compagni di bevuta. Oggi, costoro – continuava Eco – hanno lo stesso diritto di parola di un premio Nobel.

Opportunità della rete

Occorre ribadire all'inizio di questo contributo che le opportunità che la rete informatica ha permesso di sviluppare sono molteplici e positive in diversi campi. Grazie all'infrastruttura informatica e digitale, e grazie, per altri versi, alle infrastrutture territoriali e alle nuove forme di mobilità veloce, il nostro mondo, come amava ripetere già sul finire degli anni '90 Federico Scianò, è via via divenuto più piccolo dell'Impero Romano pur essendo infinitamente più esteso. La rete Internet, il World Wide Web, le comunicazioni in tempo reale da qualunque parte del mondo, i social media, i motori di ricerca hanno reso possibile quel fenomeno ambivalente ed eterogeneo che ormai da diversi anni viene identificato con il termine «globalizzazione». La globalizzazione delle reti informatiche e di telecomunicazione, l'apertura dei mercati di beni e servizi e i relativi accordi politici di libero scambio, l'internazionalizzazione dei mercati finanziari hanno permesso la graduale uscita dal cono d'ombra della storia mondiale di diverse popolazioni e di interi continenti avviati a una fase di relativo progresso economico, sociale e culturale. Parliamo naturalmente di fenomeni molto complessi e non univoci, ma in linea generale descrivibili in

* Direttore del dipartimento Affari Pubblici e Libertà Religiosa dell'Unione Italiana delle Chiese Cristiane Avventiste del Settimo Giorno

termini largamente positivi, non foss'altro che per la democratizzazione delle conoscenze e delle possibilità espressive che hanno indubbiamente generato. Non bisogna infatti sottovalutare l'effetto dirompente che Internet ha avuto nei confronti dei monopoli dei circuiti informativi, spesso saldamente e gelosamente custoditi dai governi e dai relativamente pochi capitali privati in grado di assumerne l'onere economico. Se chi governa e chi detiene i grandi capitali possiede anche, come accadeva e in certa misura accade ancora oggi, pressoché sistematicamente tutti gli strumenti per informare, allora si genera un potenziale pericolo. Come ammoniva August Friedrich von Hayek nella sua formidabile e attualissima teoria della dispersione della conoscenza: «Chi possiede tutti i mezzi determina tutti i fini». Cionondimeno, quell'oligopolio imperfetto e discutibile dell'informazione garantiva anche una qualche forma di concorrenza interna e di controllo che il potere mediatico tradizionale esercitava sui governi e, in misura minore, sui poteri finanziari. Oggi vediamo che i ferali pericoli che le democrazie liberali corrono non sono più determinati dalle antiche strettoie del sistema mediatico tradizionale precedente ma, paradossalmente, dalla enorme pletora di voci e di contributi che senza alcun filtro si riversano nel circuito mondiale delle reti informatiche – che hanno comunque dei padroni – che entrano in centinaia di milioni di case e di dispositivi telefonici mobili, con una pervasività assai superiore a quella conosciuta dalla TV.

La minaccia delle fake news

Per i limiti che questo articolo introduttivo deve avere, e per difetto di competenze da parte mia, non posso qui passare in rassegna l'intera gamma delle criticità che, dal mercato dei dati alla profilazione dei nostri costumi e delle nostre preferenze, discendono dall'utilizzo non adeguatamente normato della rete.

Mi limiterò dunque a richiamare quello più conosciuto, ovvero il pericolo delle notizie false, le cosiddette fake news. Beninteso, le notizie false, tendenziose, tese a produrre un certo effetto sull'opinione pubblica o tese a danneggiare e calunniare un avversario o un regime politico, sono sempre esistite. Durante la guerra fredda, tanto per fare un esempio, le *intelligence* di entrambi i blocchi erano sistematicamente impegnate in una continua guerra di *disinformazione* pubblica. Una peculiare abilità in tal senso venne, a posteriori, riconosciuta soprattutto alla Stasi: il potente servizio di sicurezza della Germania dell'Est. In seguito, le democrazie liberali hanno nondimeno posto degli argini a tale

spregiudicato esercizio, favorendo una concorrenza e un bilanciamento tra poteri e responsabilizzando il potere mediatico che, nei casi più gravi, avrebbe anche dovuto rispondere penalmente di eventuali false informazioni e calunnie poste in circolo senza adeguata verifica. L'avvento della rete ha di colpo vanificato questo meccanismo che, ripetiamo, non godeva già di particolari virtuosismi, ma se non altro puniva gli abusi più gravi. Oggi chiunque abbia un comunissimo smartphone può immettere nella rete un *post* recante una notizia falsa relativa, per esempio, alla dannosità dei vaccini o alla reputazione di un personaggio pubblico, ottenendo in pochissimo tempo un'ampia diffusione di quella notizia, grazie al sofisticato meccanismo di rilancio sulle varie piattaforme social, senza che vi sia la possibilità che qualcuno venga chiamato a risponderne. All'utilizzo dunque di una potentissima e pervasiva infrastruttura mediatica, non corrisponde quasi nessuna cogente responsabilità. Prima che la notizia venga smentita dalle fonti ufficiali, essa è già stata ampiamente superata da un flusso continuo di nuove news e fake news e sovente indelebilmente metabolizzata dagli utenti. Quanti cittadini, per esempio, sono stati pesantemente influenzati nella formazione di una opinione elettorale da notizie false quali: «Gli immigrati giunti nel nostro Paese vengono pagati dallo Stato 33 euro al giorno e vivono in alberghi di lusso»; oppure: «Esiste un piano per sostituire via via la popolazione europea con popolazione africana», o ancora: «I musulmani in pochi anni ci sottometteranno, ogni moschea è un potenziale luogo di reclutamento per futuri terroristi». È chiaro che simili messaggi, che travisano, deformano, enfatizzano enormemente alcuni eventuali dati di realtà, creano il presupposto sociale per l'affermarsi di paure e minacce nocive alla democrazia liberale. Siamo di fronte, io credo, a una nuova e per certi versi inedita «strategia del terrore», condotta con ordigni mediatici in grado di stordire le società e turbare fortemente l'opinione pubblica, radicalizzandola. E a questa strategia prendono parte non di rado anche settori non marginali dei media tradizionali i quali, pur di non perdere *appeal*, decidono di assecondare un certo populismo mediatico accomodando molto il loro rigore professionale. In una simile temperie, il passo verso leggi più severe contro i reati di opinione, restrizioni della libertà individuale, compressione dei diritti delle minoranze, potrebbe essere ormai prossimo. In taluni Paesi dell'UE, come Ungheria e Polonia, gli effetti di una certa propaganda complottista, sovente di marca governativa, nutrita di fake news, sono già in pieno corso. Non è soltanto il recente libro (*What Happened: Cosa è accaduto*) dell'ex segretario di Stato americano nonché candidato alla

presidenza USA, Hillary Clinton, dunque, a lamentare il peso notevole avuto dalle fake news sulla sua sconfitta elettorale, ma anche indagini e studi di istituti prestigiosi come il Pew Research Center ad attestare che, per esempio, il 64% degli americani si ritiene confuso e disorientato dalle fake news.

Rimedi?

Nel breve periodo ho l'impressione che i rimedi saranno davvero poco incisivi. Nel medio periodo occorrerà perlomeno agire su due fronti: il massiccio investimento in formazione e cultura sulle giovani generazioni, al fine di innalzare la soglia critica delle nostre società. Una forte coscienza critica costituisce infatti un antidoto alla creduloneria, anche se bisogna tenere ben presente che, a differenza di quanto accadde con l'avvento della Tv, non siamo stavolta alle prese con una semplice per quanto straordinaria modifica del *medium* (come fu per esempio nel passaggio dal giornale alla radio e alla Tv); siamo piuttosto alle prese con il passaggio dall'utente/ricettore all'utente co-produttore di contenuti mediatici. Questa disintermediazione pressoché radicale ha già prodotto un cambiamento della dimensione cognitiva di portata antropologica, rispetto al quale il lavoro di interrogazione critica delle coscienze e di formazione a una visione ampia e non tribale del mondo richiederà davvero molto impegno. In secondo luogo, il *fact checking* sulle notizie non potranno comunque farlo i singoli individui. Occorrerà studiare un sistema che sacrifichi in misura non punitiva e ragionevole la libertà di intervenire sulla rete consentendo al tempo stesso qualche forma di imputazione di responsabilità, anche solo simbolica, verso soggetti che si rendessero colpevoli di inquinare il dibattito pubblico con allarmi e notizie del tutto infondate. Naturalmente non sfugge a nessuno che le piattaforme social, che hanno sfruttato a piene mani il vantaggio dell'anonimato o dell'identità fittizia degli utenti, saranno fiere oppositrici di ogni tentativo di regolazione. Al tempo stesso la libertà di pensiero, di parola e di coscienza andrà preservata a tutti i livelli, e le opinioni, per quanto non sempre innocenti, vanno in linea di massima distinte dai fatti e rispettate. Il gioco democratico si nutre infatti di un continuo ed essenziale conflitto ermeneutico. Basta soltanto che ciascuno possa rispondere di ciò che afferma qualora il risultato della sua affermazione leda ingiustificatamente l'onorabilità di un altro soggetto individuale o istituzionale o metta in pericolo le prerogative di un gruppo sociale. La responsabilità rimane ancora la giusta condizione della libertà.

2. LA RETE, I MINORI E LE RESPONSABILITÀ DEI GENITORI

di Giuseppe Tomai*

Esiste nella società odierna un forte divario generazionale tra chi sa usare gli strumenti informatici e chi non li sa usare. Un'elevata percentuale di persone con un'età superiore ai 60 anni è costituita da soggetti che non hanno la competenza digitale che i tempi correnti richiederebbero. Per questo motivo rimangono esclusi da moltissimi settori e hanno una capacità comunicativa con il mondo circostante ridotta. D'altro canto, esiste una generazione di adolescenti e bambini, i cosiddetti *nativi digitali*, che sono nati e cresciuti in un contesto altamente tecnologico. Queste persone non hanno idea di come funzionava il mondo quando non c'erano i computer, i cellulari, Internet, tutti strumenti che fanno parte ormai della vita quotidiana. Per molti di loro il telefono, che i cinquantenni di oggi ricordano, quello con il disco che è necessario ruotare per comporre il numero, è praticamente un reperto archeologico. Per loro inviare una cartolina imbucandola nella cassetta rossa della posta, comprare un francobollo o scrivere una lettera con la carta e la penna, rappresentano azioni inusuali, visto che è molto più semplice inviare mail e sms, sprecando meno energia, meno materiale e raggiungendo lo scopo più efficacemente. Probabilmente qualcuno di questi ragazzi e ragazzini non ha mai visto una cabina telefonica. Per loro, di contro, Internet, il cellulare, le chat sono strumenti di uso quotidiano ai quali vengono delegate una serie di funzioni proprie dell'essere umano. Fino a qualche anno fa, una persona era abituata a svolgere certe funzioni in maniera completamente autonoma, senza l'ausilio di tali strumenti. Per fare un esempio: oggi qualunque informazione, qualunque notizia è presente su Internet, se non si tratta di argomenti altamente specialistici. Se vogliamo sapere chi sono i boscimani, basterà scrivere la parola «boscimani» sul motore di ricerca e un attimo dopo sapremo vita, morte e miracoli di questo popolo. Anche se non sappiamo come si scrive correttamente la parola e scriviamo «boscimhani»,

* Giuseppe Tomai, psicologo, psicoterapeuta e formatore, responsabile e docente di Scuola di Counseling «Associazione Aletheia» (Firenze); oltre alla sua lunga carriera professionale presso istituzioni pubbliche nel campo dell'educazione, della scuola, e a supporto di problematiche legate all'adozione, segnaliamo anche che è autore di numerose trasmissioni registrate presso Radio Voce della Speranza dal titolo «L'arte dell'ascolto».

prontamente Google o Bing correggeranno la nostra errata ortografia. Prima dell'avvento dell'era digitale era necessario conoscere l'ortografia esatta o perlomeno sforzarsi per arrivarci, era poi necessario guardare sull'enciclopedia e, se non ce n'era una a disposizione, uscire, andare in una biblioteca o, ancora, chiedere a qualcuno competente sull'argomento e quindi instaurare una relazione, rapportarsi, ascoltare, usare del tempo, usare strutture e funzioni del nostro corpo che adesso non è necessario utilizzare. Le maestre spesso si lamentano perché affermano che le ricerche dei bambini sono tutte uguali. Infatti i bambini (e i loro genitori!) recuperano il materiale su Internet tramite i motori di ricerca e così, con un banale copia incolla, la relazione è fatta. Siccome le descrizioni che appaiono per prime sui motori di ricerca sono sempre le stesse, le ricerche hanno tutte o quasi le solite parole... E se questo è vero per la cultura, è ancora più vero per le notizie e per le informazioni spicciole. Se cerchiamo una strada perché siamo invitati a cena da un nuovo amico, basta inserire l'indirizzo sul navigatore e prontamente arriviamo a destinazione. Fino a qualche anno fa dovevamo chiedere, informarci e nel caso usare lo stradario. Così anche quando vogliamo andare a cena in un nuovo ristorante. E anche per la scelta del ristorante, spesso facciamo a meno dei consigli di un amico e ci affidiamo alla recensioni online. Prima del massiccio arrivo dell'informatica nella vita quotidiana, le persone sapevano a memoria i numeri di telefono utilizzati più frequentemente: quello di casa, dei nonni, di lavoro. Adesso a malapena ricordiamo il nostro, tanto il fidato cellulare ha la rubrica, è la nostra memoria portatile, per i numeri di telefono e per molto altro... Voglio aggiungere ancora un altro tassello a questa disamina: Internet e le tecnologie si sono appropriati anche di spazi destinati alla socializzazione. Negli anni '70 e '80 i ragazzi e le ragazze, se volevano fare due chiacchiere con un'amica o un amico, o uscivano o telefonavano dal telefono di casa, quello fisso, per intendersi. Tutte le donne che adesso hanno più di 50 anni si ricorderanno delle telefonate chilometriche da adolescente con l'amica del cuore e dei genitori arrabbiatissimi per la troppa spesa. I ragazzi se non stavano al telefono, uscivano, andavano al bar all'angolo, ai giardini, all'edicola, dal carrozziere dove trovavano gli amici del quartiere, della scuola, e dove potevano parlare, raffrontarsi con gli altri, socializzare. Adesso i giovani non hanno più tutto questo tempo libero, sono impegnatissimi in mille attività, i genitori spesso li accompagnano fino alla tarda adolescenza ovunque. E contemporaneamente, questi genitori, sanno sempre dove sono i loro figli e, se non lo sanno, possono scoprirlo, complice, ancora una volta,

il cellulare sempre presente, copertina di Linus per genitori e figli. I ragazzi hanno sempre meno spazi propri, privati, la famiglia è più fluida, i ruoli meno netti. E così accade che i ragazzi, per trovare uno spazio ludico segreto, solo loro, di gioco, utilizzino la chat, che diventa uno spazio ricreativo virtuale, un'area di vera e propria socializzazione, dove si può parlare delle cose più incredibili, dove si può iniziare a esplorare lo sconfinato mondo, sentendosi in qualche modo protetti, dove si può iniziare a definirsi come persone senza l'occhio sempre presente dei genitori. Un luogo/non luogo, dove la grande assenza è rappresentata dalla prossimità fisica, quindi, ma, comunque la si voglia vedere, uno spazio di socializzazione. Oltre alla chat, a WhatsApp, a Snapchat (servizio di rete sociale sconosciuto agli adulti e usatissimo dai ragazzi, che consente di inviare a chi è nella propria cerchia messaggi di testo, foto e video visualizzabili solo per 24 ore) ci sono i social come Facebook (meno usato comunque dai giovanissimi), dove il profilo individuale che viene creato è utilizzato per farsi vedere, per riconoscersi, per darsi un'identità, per dire chi sono, chi voglio essere. La società di oggi è questa. Sono cambiati i mezzi, sono cambiati i ragazzi, sono cambiati i genitori, è cambiato il mondo intorno a noi. Bisogna prenderne atto. Credo che l'aspetto decisivo attualmente sia la presa di coscienza, la consapevolezza dell'aspetto bifronte delle nuove tecnologie: da una parte ci consentono di comunicare con rapidità con tutti in tutte le parti del mondo e ci permettono di avere una vastità di informazioni prima impensabile (la conoscenza è alla portata di un click), dall'altra sono estremamente pervasive tali da condizionare e influenzare decisamente le abitudini dell'uomo, ma anche le menti e le relazioni umane.

J. Hillman, un grande psicoanalista americano, affermava: «Tutta questa immensa industria dell'ipercomunicazione, del telefono portatile e del telefono cellulare, tutti questi gusci d'ostrica colorati che trasformano il cittadino in un professionista dell'informazione sempre in contatto con chiunque e dovunque – sono accessibile quindi esisto – non pongono fine, e insisto sul non, alla mia solitudine, ma anzi la intensificano» [*Cento anni di psicoterapia e il mondo va sempre peggio*]. Quindi, paradossalmente, la comunicazione totale può portare anche alla sensazione di isolamento benché le persone siano in costante connessione. Si corre il pericolo di sganciarsi dall'essenza umana, di entrare in un mondo virtuale dove si muovono ombre impalpabili, in qualche maniera una forma di disumanizzazione. Tutto ciò che ci circonda e con cui veniamo in contatto influenza la nostra mente, talvolta la modifica. Un contatto continuo e

precoce con le tecnologie digitali porterà a un particolare modo di interagire con l'ambiente circostante. Il cervello umano non è qualcosa di rigido, ma qualcosa che si forma nell'infanzia e si trasforma in tutto l'arco della vita. L'esperienza sensoriale (il movimento, il contatto fisico, la manipolazione di vario materiale) apre ai bambini nuovi mondi, nuove sensazioni, nuove aree cerebrali. E questo è vero per tutta la vita. In mancanza o carenza di queste esperienze, il cervello si impigrisce. Oppure, in presenza di stimoli diversi e continui (come il touch del computer) il cervello si ipersensibilizza, impara ritmi accelerati e funzioni nuove che, se da una parte possono essere utili, dall'altra possono impedire lo svilupparsi di altre importanti competenze. Per esempio, la conoscenza che arriva dagli strumenti digitali e dalla rete informatica è da una parte corposa e veloce, dall'altra superficiale e standardizzata. E questo porta a un modo di pensare e di vivere veloce, multitasking, con tante connessioni ma poco profondo e poco personalizzato. È necessario a questo punto fare un'ulteriore riflessione. Quando parliamo di tecnologia dobbiamo considerare tre dimensioni:

- la **dimensione tecnologica**, appunto, e cioè l'apprendimento delle abilità che permettono alla persona di usare gli strumenti informatici e la rete, ma anche di produrre, conservare e scambiare le informazioni;
- la **dimensione cognitiva**, che attiene all'analisi dei dati e ai numerosi collegamenti a disposizione, dati però che, per essere davvero utili, devono essere interpretati in maniera logica, critica e selettiva;
- la **dimensione etica** perché da una parte è necessario sapere distinguere le informazioni buone da quelle cattive, sapere, come nella vita reale, distinguere i contatti positivi da quelli per noi negativi; d'altro canto, avere acquisito competenze informatiche e saperle utilizzare per mettersi in relazione con il mondo esterno, comporta avere anche una precisa responsabilità sociale, etica e legale.

Chi usa gli strumenti digitali deve quindi essere in grado, per non essere sopraffatto, di saperli utilizzare, di potersi muovere in mezzo a tutte le informazioni che lo invadono in maniera critica e costruttiva, deve sapere quali sono le informazioni giuste e utili e quali sono quelle sbagliate e fuorvianti, deve saper scegliere, deve sapersi muovere nella rete, ne deve conoscere le mappe, i trabocchetti, gli inganni, ma anche i premi e l'utilità, perché è innegabile che l'informatica e le tecnologie aprono nuovi mondi, nuove relazioni, nuovi tempi, nuovi spazi. Quindi, cosa possono fare i genitori in tutto questo? Come possono interagire con i loro figli nativi digitali? Come possono aiutarli a districarsi

in maniera corretta in questo mondo digitale senza cadere nei pericoli che possono essere presenti? Prima di tutto, il genitore deve conoscere in maniera più approfondita possibile il mondo tecnologico/digitale, incuriosirsi, cercando anche di arrivare a comprendere cosa fanno i figli quando sono online. Allo stesso tempo non deve banalizzare, non deve distruggere tutto il mondo digitale, non deve ignorarlo, non deve essere supponente di fronte a uno youtuber adolescente, a un gioco online che catalizza un'intera classe di ragazzini, a un messaggio inviato composto solo da faccine e da segni apparentemente incomprensibili. Quindi capire, parlarne con i figli, creare un dialogo con loro su questi argomenti. E, dopo avere acquisito la giusta competenza culturale sul mondo digitale e avere cercato di capire quanto il figlio utilizza tale mondo, deve anche affiancarsi a livello educativo al figlio, accompagnandolo affinché abbia gli strumenti idonei per muoversi. Quindi, metterlo anche in guardia rispetto a eventuali pericoli presenti online, allo stesso modo di come lo mette in guardia quando gli insegna a muoversi nel traffico cittadino. Metterlo in guardia, quindi, anche da persone malintenzionate che si potrebbero nascondere dietro un viso sorridente, nella vita reale così come online. Monitorare con discrezione quello che fa quando è in rete, specialmente se è piccolo, dosare il tempo che passa di fronte ai videogiochi, non permettergli di farsi intossicare emozionalmente da immagini troppo forti, troppo ravvicinate, troppo violente, troppo colorate, troppo veloci. «Le immagini, le parole, i suoni e le musiche che percepiamo attraverso i media e Internet possono essere considerati come una sorta di cibo per la nostra mente, un cibo la cui digestione avviene nel sistema nervoso invece che nell'apparato gastrointestinale» (Enrico Cheli, *Come difendersi dai media*). Questa analogia che fa Cheli tra esposizione ai media, Internet e alimentazione, ci fa capire gli effetti collaterali cui possono incorrere i ragazzi e le persone che ne abusano. Non dimentichiamoci, inoltre, che Internet e gli strumenti tecnologici possono provocare dipendenza con tutte le conseguenze che una dipendenza ha: bisogno coatto di ripetere l'esperienza, conflitto, regressione, dissociazione, scollamento dalla realtà. I genitori hanno quindi l'obbligo di insegnare ai figli a dosare il loro contatto con il mondo digitale, a non farsi violentare, a non farsi superare da esso e dar loro gli strumenti affinché arrivino a piegarlo al proprio volere e al proprio benessere. Non devono permettere loro di avere accesso a informazioni intossicanti e pericolose presenti in rete. È necessario insegnare ai figli la cultura digitale e informatica, e il modo di utilizzarla, ma non riempirli fin da piccoli di strumenti

tecnologici e digitali che, se iper utilizzati, potrebbero impedire lo sviluppo di aree più creative e profonde della mente e della personalità. Come afferma Alberto Pellai: «Le nuove tecnologie sono entrate in modo massiccio nella vita dei nostri figli e siamo rimasti lì a guardare quanto stava succedendo, senza sviluppare un pensiero maturo al riguardo, senza interrogarci e senza interrogare gli altri adulti sui vantaggi e svantaggi per i soggetti in età evolutiva. Il ruolo di spettatori passivi, in balia del sistema, ha lasciato al mercato piena libertà, gli ha permesso di trasformarsi in un educatore implicito assai più potente di noi, educatori espliciti, ma privi di munizioni e di convenzioni per contrastare il subdolo strapotere del marketing sulle nostre vite» (*Tutto troppo presto*). Si tratta di iniziare a educare veramente, sicuramente nella vicinanza affettiva, ma educare ed educare implica intenzionalità, conoscenza, impegno, condivisione, essendo quindi genitori attenti, vigili, consapevoli, presenti, aperti, critici e, naturalmente, affettuosi e affettivi. E fidandosi, in ultima analisi, dei nostri figli, avendo la convinzione che, con i giusti strumenti e la giusta educazione, riusciranno sempre e comunque a districarsi in questa nuova era digitale e sicuramente in un modo ancora migliore del nostro!

3. GIOVANI E WEB

di Daniele Amodéo* e Alessia Calvagno**

Interrogarsi sull'uso del web e dei social media da parte dei giovani cristiani prevede, necessariamente, una breve ma fondamentale riflessione più a monte in merito a cosa siano il web e i social.

Nascita di Internet e del web

Tutto inizia nel 1991, quando l'inglese Tim Berners-Lee pubblica il primo sito Internet, dando vita al World Wide Web, inizialmente pensato per permettere agli scienziati di scambiare dati e informazioni in merito alle ricerche. Nel 1993 è già un successo, tanto da consentirne l'uso per scopi commerciali. Di lì a poco il web diventerà un «luogo» in cui gli individui si incontrano e interagiscono quotidianamente. Tutto ciò attira fin da subito l'interesse degli studiosi di scienze sociali, i quali iniziano immediatamente a studiare il fenomeno. Da quel momento, e fino ai giorni nostri, è stato un continuo susseguirsi di novità. Oggi, grazie ai dispositivi portatili, Internet entra nelle nostre tasche, accompagnandoci in ogni luogo.¹

Nascita dei principali social media

Con l'espressione «social network» si identifica un servizio informatico online che permette la realizzazione di reti sociali virtuali. Si tratta di siti internet o tecnologie che consentono agli utenti di condividere contenuti testuali, immagini, video e audio e di interagire tra loro. Gli strumenti che permettono tutto questo sono i social media.

Il social media più diffuso è sicuramente **Facebook**, fondato nel febbraio 2004 da Mark Zuckerberg e Dustin Moskowitz. Nato come rete di interrelazione fra studenti universitari statunitensi, Facebook ha gradualmente esteso la sua utenza all'intera rete telematica ed è divenuto il principale social media presente su Internet.² In ragione delle sue numerose applicazioni (chat, condivisione di file, video, foto), il sito conta un crescente numero di registrazioni: alla fine del 2008 gli iscritti nel mondo ammontavano a circa 132 milioni, e in Italia a 1,6 milioni. Nel 2010 gli utenti nel mondo hanno superato i 500 milioni.³ Oggi

* Daniele Amodéo, laureato in Comunicazione, tecnologie e culture digitali

** Alessia Calvagno, caporedattore nazionale di Radio Voce della Speranza

si contano circa 2,13 miliardi di utenti attivi mensili.⁴ In Italia Facebook conta circa 30 milioni di utenti attivi al mese.

Twitter, come Facebook, è una piattaforma gratuita sulla quale è possibile postare (twittare) e condividere con i propri followers (persone che seguono il nostro profilo) brevi messaggi, foto e video. Tra le caratteristiche fondamentali del social media bisogna considerare la modalità di scrittura, limitata a 280 caratteri (inizialmente erano 140) e l'individuazione degli interessi della community grazie alla visualizzazione delle tendenze, generate dagli hashtag sotto forma di elenco in ordine di importanza, in cui al primo posto si posiziona l'hashtag più twittato. Oggi conta ben 330 milioni di utenti attivi al mese e più di 500 milioni di tweet inviati al giorno, il che ne fa uno dei social network più importanti.⁵ In Italia, Twitter conta quasi 10 milioni di iscritti di cui 3.4 milioni di utenti attivi.⁶ È interessante notare come Twitter, in contesti diversi da quello italiano, sia stato usato da movimenti politici di opposizione e da giovani per organizzare e coordinare proteste di piazza contro governi più o meno autoritari in varie regioni del mondo, quando tutti gli altri mezzi di comunicazione non hanno voluto o potuto dare spazio a queste voci.

Instagram si basa sulla condivisione di immagini e video. Dà la possibilità di ritoccare le foto scattate con il proprio smartphone e di pubblicarle online. Ultima novità sono le stories, costituite da foto, video o testo visibili nel proprio profilo esclusivamente per 24 ore. In appena due anni Instagram ha superato i 25 milioni di utenti e ha rivoluzionato la condivisione delle immagini via web. La creazione di un social di questo tipo ha permesso di esplorare nuovi orizzonti: a tutti è data la possibilità di mostrare al mondo i propri scatti, senza per forza dover essere dei professionisti. Oggi Instagram conta nel mondo circa 800 milioni di utenti attivi al mese.⁷ In Italia sono 14 milioni.⁸

Pinterest è stato lanciato nel 2010 ed è dedicato alla condivisione di immagini. Il nome prende spunto dalla fusione tra il verbo «to pin» (appuntare) e «interest» (interesse). Ogni utente dispone di una bacheca virtuale su cui caricare i propri contenuti visuali (in gergo pin) e mediante la quale può entrare in contatto con persone dagli interessi affini. Pinterest è cresciuto molto rapidamente, passando da 1 milione di utenti nel 2011 a 11 milioni del 2012.⁹ Oggi il social conta nel mondo 200 milioni di utenti attivi al mese,¹⁰ in Italia quasi 5 milioni.¹¹

Snapchat è un servizio di messaggistica istantanea per smartphone e tablet che permette di inviare agli utenti della propria rete messaggi (snap) di testo, foto e video che, una volta visualizzati dall'utente, hanno una durata programmabile dal

mittente fino a dieci secondi, trascorsi i quali vengono distrutti automaticamente. Oggi Snapchat conta nel mondo circa 250 milioni di utenti attivi al mese.¹² In Italia gli utenti attivi mensilmente sono circa 2 milioni.¹³

Giovani, web e social media

Al giorno d'oggi il binomio giovani-internet viene dato per assodato. Ma in che modo i ragazzi si accostano al web? «Le nuove generazioni usano in modo diffuso la rete e i social media, li considerano come parte integrante della propria realtà e vita sociale. Il web è considerato un mezzo imprescindibile per acquisire informazioni e i social uno strumento utile per scambiare opinioni, confrontarsi, allargare conoscenze, raccontare di sé».¹⁴ Per comprendere meglio il fenomeno, può essere utile conoscere alcuni dati, raccolti all'interno di un'indagine di approfondimento dell'Osservatorio Giovani dell'Istituto Giuseppe Toniolo su «Diffusione, uso, insidie dei social network», condotta a gennaio 2017 su un campione di 2182 persone, rappresentativo dei giovani italiani di età tra i 20 e i 34 anni. Ne è emerso che la quasi totalità dei giovani appartenenti al campione preso in considerazione usa la rete e che la grande maggioranza è presente sui social. Il 90,3% ha un account su Facebook, il 56,6% su Instagram, il 39,9% su Twitter. Gli utenti di Pinterest arrivano al 20,4% e quelli di Snapchat al 16,1% (sale al 27,4% nella fascia più giovane, gli under 22). Gli utenti più assidui sono quelli di Facebook, presenti quotidianamente nel 93% dei casi; seguono quelli di Instagram (74%) e di Snapchat (56,9%). Rispetto alle attività svolte recentemente, quelle più comuni sono: leggere post di amici/follower (fatta «spesso» dal 74,1% degli intervistati), leggere news (63,2%), conversare privatamente tramite Messenger (57,8%). Attività che comportano inserimento di contenuti sono meno frequenti, ma coinvolgono una larga parte del campione: commentare post di propri contatti (49,1%), postare materiale sulla propria pagina (40,7%), condividere news (35,4%), postare proprie foto o video su pagine altrui (32,6%). Di rilievo anche le voci «Leggere/cercare annunci di lavoro» (28,3%), «Visitare account di personaggi pubblici» (26,6%) e «Commentare una news su una pagina di media ufficiali» (23,5%). I giovani sono quindi molto presenti sui social; mostrano un grande interesse per l'interazione con gli altri attraverso questi mezzi e per la condivisione di contenuti.

Benefici e sfide del web e dei social media

Sono sicuramente molte le opportunità offerte dai social. Tra le tante: una maggiore facilità nel creare relazioni, azzeramento delle distanze fisiche,

possibilità di entrare in contatto con persone che condividono gli stessi interessi, maggiore sensibilità e solidarietà per eventi e situazioni di vario tipo (grazie alla facilità con cui veniamo a contatto con realtà e contesti altrimenti troppo distanti da noi), agevolazione della diffusione delle notizie e della cultura. Tra gli aspetti negativi evidenziamo una mistificazione della realtà e dei fatti, perdita della privacy, soprattutto in alcuni ambiti, aggressività verbale, diffusione di fake news (che generano spesso inutili allarmismi), isolamento, dipendenza da Internet e dai social network, esposizione al cyberbullismo.

Giovani cristiani, web e social media

I giovani cristiani possono essere testimoni efficaci di Gesù anche sul web e sui social media. Vita reale e web si intrecciano, generando un impatto notevole. Facciamo un esempio: i giovani avventisti vivono in tutto il mondo ogni anno una giornata davvero speciale. Si tratta del *Global Youth Day*, la cui visione è quella di catturare la realtà dei giovani avventisti come un movimento globale incentrato sul servizio, contribuendo alla proclamazione del vangelo e guidando alla seconda venuta di Gesù.¹⁵ Tale evento ha una grande risonanza non solo nei luoghi in cui i giovani operano, ma anche sui social. Il motto di questa giornata è «Be the sermon» (Sii tu il sermone). I giovani appartenenti alle comunità avventiste di tutto il mondo organizzano varie attività durante un sabato specifico, stabilito a livello mondiale, per rispondere ad alcune necessità particolari della città in cui si trovano. Nel corso della giornata condividono sui social foto e video, utilizzando appositi hashtag. In questo modo milioni di persone vengono raggiunte non solo fisicamente, ma anche virtualmente. Tra l'altro, la condivisione di questi contenuti aiuta i giovani partecipanti a sentirsi parte di una comunità globale, una comunità che ha un unico scopo: parlare in maniera concreta agli altri, attraverso atti di gentilezza e di solidarietà, dell'amore di Gesù. In occasione del Global Youth Day 2017, «#bethesermon» è stato in Perù il secondo hashtag più popolare e «#globalyouthday» il quarto. Su Facebook i post contenenti «#GYD17» sono stati visti 94.321.088 volte, mentre su Instagram sono state pubblicate 7.374 foto con l'hashtag «#GYD17» e 4.391 con «#bethesermon». Post, tweet, foto e video contenenti l'hashtag «#GYD17» sono stati visualizzati più di 150 milioni di volte. Si tratta del più grande impatto digitale che la Chiesa Cristiana Avventista del Settimo Giorno abbia mai avuto.¹⁶ Qualcosa di veramente straordinario!

Anche come singoli, però, possiamo essere testimoni di Gesù sul web e sui social. Come nella vita reale, comportarsi bene è già di per sé una buona testimonianza. Gli insegnamenti veicolati dalla Bibbia rimangono validi anche online. I giovani cristiani sul web non dovrebbero perciò deridere il prossimo, utilizzare un linguaggio aggressivo, diventare cyberbulli, assumere atteggiamenti che generino sofferenza negli altri. Insomma, dovremmo essere mossi, online come offline, dal principio evangelico «Ama il tuo prossimo come te stesso». Gesù, quando ha iniziato il suo ministero con un gruppo di 12 persone, era un giovane uomo di trent'anni che parlava il linguaggio del suo tempo. Oggi noi giovani possiamo testimoniare con i nostri amici, compagni di classe, parenti e colleghi, di persona e sul web. Possiamo diventare «missionari digitali» condividendo sui social contenuti che veicolino i valori cristiani in cui crediamo. Perché allora non produrre noi stessi contenuti che siano portatori di speranza? Sono tantissime oggi le pagine Facebook, i profili Instagram e Twitter, i siti che diffondono messaggi cristiani attraverso immagini, video e testi. Possiamo inoltre mostrare interesse per le persone e offrire aiuto anche in questi luoghi virtuali; non mancano certamente gli spazi per l'interazione! I social media dovrebbero aiutare le relazioni, non ostacolarle. Se il tempo trascorso online ci porta lontano dalle conversazioni reali, dalla capacità di ascoltare gli altri, se non facciamo che pubblicare contenuti inappropriati o se ci sentiamo spinti a scrivere commenti carichi di odio, stiamo percorrendo la strada sbagliata. Ma se invece facciamo del bene, se i nostri post portano sollievo e speranza, se riusciamo a diventare punti di riferimento positivi per i nostri amici e followers, allora stiamo utilizzando il web e i social nel modo giusto. I giovani (e non solo) di oggi, grazie a Internet e ai social media, hanno a loro disposizione degli strumenti in più rispetto al passato per poter essere «sale della terra» e «luce del mondo». Facciamone un buon uso!

Note

¹ R. STELLA, C. RIVA, C.M. SCARCELLI, M. DRUSIAN, *Sociologia dei New Media*, Torino, Utet, 2014, p. 36

² D. BENNATO, *Sociologia dei media digitali. Relazioni sociali e processi comunicativi del web partecipativo*, Edizioni Laterza, 2011

³ <http://www.treccani.it/enciclopedia/facebook> (consultato nel mese di aprile 2018)

⁴ <https://www.prnewswire.com/news-releases/facebook-reports-fourth-quarter-and-full-year-2017-results300591468.html> (consultato nel mese di aprile 2018)

⁵ http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-2F526X/5983017214x0x970885/00887CBA-E822-4057-9A49857FCEB09065/Q4_2017_Slide_Presentation.pdf (consultato nel mese di aprile 2018)

- ⁶ <http://vincos.it/osservatorio-facebook/> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ⁷ <https://techcrunch.com/2017/09/25/instagram-now-has-800-million-monthly-and-500-million-daily-active-users/> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ⁸ <http://vincos.it/osservatorio-facebook/> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ⁹ <http://www.treccani.it/enciclopedia/pinterest/> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ¹⁰ <https://newsroom.pinterest.com/en/post/celebrating-the-200-million-people-of-pinterest> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ¹¹ <http://vincos.it/osservatorio-facebook/> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ¹² <https://www.businesswire.com/news/home/20180206006374/en/> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ¹³ <http://vincos.it/osservatorio-facebook/> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ¹⁴ <http://www.rapportogiovani.it/anno-2017/> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ¹⁵ <https://giovaniavventisti.it/global-youth-day-2018/> (consultato nel mese di aprile 2018)
- ¹⁶ <http://youth.adventist.org/GYD> (consultato nel mese di aprile 2018)

4. LA CHIESA AVVENTISTA E I NUOVI MEDIA. UNA PANORAMICA EUROPEA

di Corrado Cozzi*

Introduzione

Nel nostro contesto religioso europeo, primo banco di prova di una Chiesa che stava misurando la sua natura missionaria, l'evangelizzazione è stata sempre al centro dell'interesse. La storia ci insegna che i primi missionari hanno compiuto dei miracoli in termini di divulgazione del messaggio avventista, non senza dover superare incredibili ostacoli. Ma il messaggio è stato divulgato, e in pochi anni, quasi tutti i Paesi europei hanno introdotto l'avventismo, creando un contesto identitario non indifferente. Immaginatoci se, al tempo di Czeckowski, Andrews e Conradi, pionieri dell'avventismo europeo, ci fosse stato Internet. La divulgazione del messaggio avventista sarebbe stata più efficace? Non saprei. Sicuramente la sua assenza non ha affatto frenato il suo espandersi. L'obiettivo che si vuole perseguire nell'utilizzare Internet all'interno della Chiesa è la chiara e semplice promozione di un messaggio arricchito di valori, principi di vita, speranza e fede. In questo modo la Chiesa conferma la sua dimensione missionaria. Fin dall'inizio, abbiamo adottato sistemi di promozione che tenevano conto del mass media del momento come la pagina stampata, radio, televisione... e ora anche Internet.¹ La natura missionaria della nostra Chiesa ci proietta a sfruttare sistemi che promuovono la nostra proposta religiosa in maniera da raggiungere il grande pubblico. Grazie a Internet, l'avventismo è cresciuto in termini di immagine, di presenza sulla piazza, si è esposto per un sano confronto. Insomma, ha senza dubbio marcato la sua visibilità.² Ma tutto questo non si è sviluppato automaticamente. Qualcuno ha sfidato il «progresso» e lo ha introdotto prudentemente nella nostra Chiesa.³

Un po' di storia

Uso del web nei Paesi europei

In quasi tutti i Paesi della nostra regione europea, l'uso di Internet è iniziato intorno agli anni '90. Rajmund Dabrowski, già direttore delle Comunicazioni a livello

* Direttore del Dipartimento delle Comunicazioni presso la Divisione Intereuropea

mondiale, così illustra l'introduzione di Internet nella Chiesa: «Ci sono tre aree significative, credo, che evidenziano il modo in cui gli Avventisti del Settimo Giorno si sono impegnati nell'uso dei mezzi di comunicazione e nella realizzazione della loro missione. Questi sono stati in gran parte collegati con il modo in cui la Chiesa ha affrontato la sua missione e il suo ruolo nella società odierna, ma anche con il modo in cui si era preoccupata della propria autocoscienza mentre parlava con se stessa. Il **primo** aspetto ha a che fare con l'uso delle tecnologie contemporanee per "raggiungere il mondo con il nostro messaggio"; in **secondo** luogo, la questione di stabilire sistemi di distribuzione sostenibili per svolgere questo compito importante; il come e cosa: che cosa deve fare la Chiesa per rendere il suo messaggio rilevante nel mondo contemporaneo». In Europa questo concetto è stato ben recepito e applicato appena se ne è creata l'opportunità. Un ruolo importante lo ha giocato ancora una volta la Germania, che ha anticipato il concetto del GAIN, Global Adventist internet Network.⁴ «Quando il gruppo dei fondatori di st@online⁵ si è riunito, ha invitato a partecipare ai loro incontri coloro che nella chiesa erano interessati alla tecnologia e all'uso di Internet. Questo ha portato allo sviluppo di incontri annuali che si sono concentrati sulla tecnologia Internet, orientati sulla missione attraverso Internet, creando un'opportunità per un networking tra le persone interessate» dice Stephan Brass, pastore tedesco, precursore dell'uso di Internet all'interno della Chiesa. Rappresentanti provenienti da nazioni come Polonia, Paesi Bassi, Svizzera, Germania, Romania, Austria e Cecoslovacchia si sono incontrati per chiarire il ruolo chiave dello sviluppo dell'uso di Internet all'interno della Chiesa avventista europea, ma anche mondiale. Martin Haase, fondatore di st@online e Stephan Brass, partecipando agli incontri mondiali precursori di GAIN, hanno favorito la dimensione locale della diffusione del vangelo attraverso l'uso del web. Oggi st@online ha lasciato il passo al centro media europeo Stimme der Hoffnung (Voce della Speranza) che ha sostanzialmente ampliato l'informatica avventista diventando un partner mondiale importante. «Considerando il presente e il futuro dell'uso che la Chiesa avventista fa di Internet, dobbiamo tener conto di quello che è stato il motore iniziale, ovvero il coinvolgimento dei laici con il loro spirito di imprenditorialità, ingegno e creatività» afferma Brass. Senza questa spinta iniziale, portata avanti con passione e impegno, forse non saremmo nella posizione attuale che ci vede inseriti a pieno titolo in questo oceano digitale.

Una panoramica europea

La Chiesa avventista europea si espande dal Portogallo alla Bulgaria, dalla Scandinavia all'Italia. Per convenzione, l'area di competenza della regione inter-

europea raggruppa Paesi dell'Europa occidentale, centrale e dell'est.⁶ In alcuni Stati europei, la percentuale di popolazione atea e agnostica è dell'80%. Allora, come riuscire a parlare di un messaggio così importante per questo tempo? Si va dove le persone sono solite stare e cercare di interessarli nella loro «comfort zone». E, al giorno d'oggi, questo luogo è Internet. Ecco alcuni esempi.

Nei Paesi europei di lingua tedesca, Germania, Austria e Svizzera, è stato organizzato un programma televisivo di evangelizzazione trasmesso anche attraverso Internet. Una squadra specializzata e altamente preparata ha discusso di temi postmoderni attraverso storie di vita e dibattiti, ai quali le persone hanno potuto partecipare online. Nel corso di due mesi un messaggio personale, autentico e culturalmente rilevante è stato trasmesso a più di 9.200 partecipanti «virtuali» per ogni puntata, mobilitando 500 siti fra chiese e gruppi di studio, con un risultato di 1.500 contatti e 172.000 visite attraverso Internet. L'evangelizzazione online non ha confini perché, sebbene siano stati interessati principalmente le nazioni di lingua tedesca, si sono registrati contatti anche da altri Paesi nel mondo.

In Portogallo, una campagna evangelistica attraverso Internet ha riunito 900 famiglie avventiste nelle loro case ogni sera, raggruppando soprattutto amici non avventisti. Il programma è stato trasmesso interamente via Internet raggiungendo anche risultati atipici per i nostri confini. Circa 70 persone hanno cominciato a studiare sistematicamente la Bibbia, con una speranza di conversione superiore alla media.

In Bulgaria, un gruppo di 60 laici si è riunito a Sofia per discutere e condividere le loro migliori pratiche per evangelizzare attraverso i social media. Insieme gestiscono in totale 17 pagine Facebook che spaziano tra storie di vita reale degli avventisti in Bulgaria, credenze fondamentali della Chiesa, profezie bibliche, salute e benessere, creazione o evoluzione, archeologia e Bibbia, psicologia per ogni giorno e altro ancora. Tutte queste pagine sono gestite da personale competente e, per la maggior parte degli argomenti, da professionisti.

Interessante notare che un pubblico laico frequenta queste pagine e le condivide largamente coi loro amici «virtuali». In questo modo, il messaggio avventista in Bulgaria si sta espandendo attraverso i social network in maniera... spontanea. Attualmente 81.488 persone seguono queste pagine. Considerando che sono

gestite in lingua bulgara, questa è una grande opportunità di evangelizzazione per quella nazione. «C'è una chiesa nascosta là fuori», dice il pastore Trifon Trifonov, ideatore del progetto, «oltre 10 volte più grande di quella ufficiale. Tempi emozionanti si delineano davanti a noi!».⁷

In Austria, una particolare attenzione è stata posta sul Social Network Youtube. «Insieme ai siti web, Youtube può davvero aiutare la Chiesa a crescere» dice Rainer Kopa, responsabile di Hope Media Austria. «Nella mia chiesa locale, per esempio, abbiamo avuto 2 persone nell'ultimo anno che sono entrate per la prima volta un sabato mattina e hanno chiesto di essere battezzate. Queste persone hanno visionato i video del dr. Walter Veith, creazionista, appassionato di evangelizzazione. Dopo di che, hanno cercato una chiesa avventista nelle loro vicinanze, e hanno trovato la nostra. Così Dio sta usando anche la rete per condurre le persone nella Chiesa». Le persone usano Youtube come motore di ricerca (2° posto dopo Google!) per trovare informazioni sugli avventisti. «Ma su Youtube si trovano anche molti video negativi sugli avventisti. Qui intravedo un lavoro urgente di mettere immagini video positive della Chiesa per rendere visibili soprattutto gli aspetti positivi dell'avventismo! È una vera sfida!», afferma Kopa. E così in Austria hanno iniziato un canale ufficiale Youtube per controbattere un'immagine fuorviante presentata dai video negativi sugli avventisti. Su questo canale sono pubblicati soprattutto video che possano dare un'immagine reale della Chiesa. «Per questo motivo, siamo alla ricerca di buoni videoclip. Vogliamo essere visibili in modo positivo su Youtube e vogliamo dare informazioni sull'avventismo in modo che le persone siano disposte e in grado di trovarci», conclude Kopa.

Anche in Paesi come **Romania, Spagna, Repubblica Ceca** e altri, Internet ha assunto un valore importante per la trasmissione di immagine della Chiesa. L'uso di streaming, per esempio, adottato da molte chiese europee (e naturalmente mondiali) permette di allargare la possibilità di raggiungere più persone che, per vari motivi, non possono frequentare la comunità.⁸

«L'uso dei siti web è stato certamente importante per evangelizzare e presentare il nostro messaggio» conferma Daniel Hrdinka, direttore delle Comunicazioni della Repubblica Ceca. «Per quanto ne so, non vi sono studi o statistiche da monitorare se la Chiesa sta crescendo attraverso Internet. In ogni caso, questo metodo oggi è una norma e parte intrinseca della presentazione della Chiesa e dei suoi progetti missionari». Insomma, una costante espressa

da tutti gli esponenti dell'informatica avventista afferma che avere un sito web con un elenco di chiese locali, permette una migliore visibilità della Chiesa avventista, e una migliore divulgazione del messaggio affidatoci.

Il rovescio della medaglia

Naturalmente dobbiamo tenere conto che esiste anche un aspetto problematico dell'uso di Internet. Si tratta di una divulgazione pressoché istantanea di false immagini, *fake news*,⁹ fino ad assumere i connotati di diffamazione, maldicenza e calunnia. Anche la trasmissione di una notizia verosimile ma denigratoria, veicolata attraverso Internet, squalifica qualsiasi buona intenzione. Vediamo alcuni *case studies* riguardanti un uso (ir)responsabile della rete.

Il caso degli investimenti della Chiesa

In una pagina Facebook della Norvegia compare un articolo sufficientemente dettagliato su come la Chiesa avventista mondiale (la Conferenza Generale) investe i suoi capitali.¹⁰ Durante la presentazione di un rapporto sugli investimenti, emerge un dubbio su un discutibile investimento effettuato presso una compagnia che produce armi. La questione viene resa pubblica su Facebook, e sulla pagina web della Chiesa norvegese rimbalzando su Youtube,¹¹ alimentando un notevole disappunto da parte dei membri che rapidamente vengono messi a conoscenza del fatto, divulgato proprio attraverso Internet.¹² In effetti, più che di denuncia, si chiedeva al quartier generale della Chiesa avventista mondiale di spiegare questo discutibile investimento. Dopo opportune interrogazioni, la Conferenza Generale ha diramato una dichiarazione per rispondere ai preoccupati commenti, per lo più negativi, che alimentavano l'internauta discussione. Non viene messo in dubbio il legittimo diritto alla richiesta di una chiara spiegazione di un operato all'interno di un'organizzazione religiosa come la nostra, ma è spontaneo chiedersi se l'uso del canale Internet utilizzato sia stato responsabile. In effetti, l'aver divulgato questa informazione attraverso i social network poteva anche avere l'intenzione di rendere pubblico il fatto, accrescendo (in)consapevolmente un allarmismo deleterio.

Quando le piume sono soffiate dal vento, poi è difficile recuperarle!

Il caso Adventiste Belgique

*Adventiste Belgique*¹³ è un gruppo che, attraverso differenti video e immagini offerti, può facilmente lasciare intendere che la Chiesa avventista sia una setta

apocalittica. Non è il primo, non è il solo. Questo è quanto ricevono come messaggio coloro che entrano in contatto con social network che rivelano, come scrive Daniel Ribeiro, «un avventismo ibrido, implacabile e intransigente».

Questo è quello che vogliamo trasmettere?¹⁴ Il contenuto di queste pagine, che purtroppo proliferano sulla rete, non riflette l'avventismo ufficiale che «non usa commenti così incisivi e insolenti per metterli in rete attaccando i nostri contemporanei non avventisti», afferma Ribeiro nel suo articolo. A seguito di consistenti reclami da parte di utenti, e per evitare ogni malinteso, il gruppo ha modificato il suo titolo con l'aggiunta dell'inciso: non ufficiale. A questo uso irresponsabile della rete per comunicare una realtà estremista della Chiesa avventista, andrebbero aggiunte le migliaia di pagine web a livello mondiale che promuovono una controimmagine di questa comunità di fede.¹⁵

Il caso No-Ecumenismo!

La comunicazione per immagini è senza dubbio un veicolo «affascinante» di un messaggio che vuole fare effetto non solo per i suoi contenuti. Su Youtube, considerato il secondo più importante motore di ricerca dopo Google, si trovano facilmente videoclip che trasmettono messaggi spesso orientati e che favoriscono o sfavoriscono la promozione del soggetto interessato. Quando si tratta di Chiesa, non mancano gli estremismi che comunque ne danneggiano l'identità. Un esempio viene dalla crociata di un ex avventista, cancellato proprio per la sua ossessione a promuovere la lotta contro l'ecumenismo in maniera inadeguata. La persona in questione ha reso pubblica su Youtube tutta una serie di interviste (alcune fatte impropriamente) dove accusa la Chiesa ufficiale di essersi aperta al deleterio compromesso con le altre religioni. Ne ha fatto una battaglia aperta creando confusione e scompiglio nelle comunità che visita. Il suo account Youtube è pieno di videoclip che denunciano la sua posizione irresponsabile.¹⁶ Basta visionarlo per rendersi subito conto di quanto sia irresponsabile l'uso della rete in questo modo.

L'altra faccia dei social network

La popolarità dei social network, resa tale dalla loro gratuità, rapidità di distribuzione su larga scala e visibilità che questi offrono, purtroppo non è esente da derive che spesso sfociano in volgarità, vessazioni, disapprovazione aggressiva, vilipendio. E questo anche all'interno della nostra Chiesa. Non dimentichiamo che questo tipo di attacco verbale costituisce senza dubbio

un attentato all'immagine altrui, facile da riconoscere come trasgressione dei comandamenti di Dio. Il nono in modo particolare.¹⁷ «Per un uso responsabile dei social network, sarebbe interessante stabilire una Charta, perché se ogni membro delle nostre chiese nel mondo inizia a parlare a nome degli avventisti, avremo enormi difficoltà perché può essere schierato e distorcere il pensiero ufficiale della Chiesa avventista», afferma Jean-Paul Barquon, già direttore delle Comunicazioni dell'Unione avventista francese. Infatti, le persone insoddisfatte o i membri con teologie radicali si esprimono in modo tale da non riflettere necessariamente l'insegnamento ufficiale della Chiesa. Il tema religioso si presta molto bene ai confronti, se non addirittura a scontri, senza esclusione di colpi. «Siamo tutti avventisti, ma scopriamo che le nostre posizioni divergono», afferma Ribeiro. E queste diversità le difendiamo più o meno violentemente, al riparo di un divano o di un tavolino distaccati da chi ci contesta. Bello sforzo! Per questo, Internet non è un vantaggio. Necessita di un monitoraggio più attento. Attraverso Internet, soprattutto in un contesto multietnico come quello europeo che stiamo esplorando, l'avventismo assume una connotazione plurale. È innegabile che Internet abbia cancellato le frontiere, favorendo il passaggio da una cultura all'altra senza grosse difficoltà, almeno in apparenza. Il risultato di questa libertà però non sempre aiuta a capire e ad accettare. Siamo ancora indietro sul piano di un dialogo «intelligente» sulla rete. Crediamo che la nostra posizione sia quella più conforme, quindi attacchiamo l'avversario. Ma Dio in tutto questo non c'entra e non ci vuole entrare!

Le newsletter

Quando si parla di Internet ci si sofferma maggiormente sul web, sui social network che spaziano dal testo, ai suoni, all'immagine. Ma una grande valenza le hanno anche le pagine delle news, che mettono la vita della Chiesa e la sua dinamicità in contatto col mondo. In questo, l'Italia avventista gioca un ruolo esemplare, proprio per l'uso responsabile che fa della rete nel trasmettere questa dinamicità ecclesiastica. Naturalmente, diffondere notizie richiede il rispetto di un preciso protocollo che permette di difendere la verità. Come già annunciato sopra, è facile scaderne nella falsità, se non si apportano appropriati accorgimenti, e quando questa investe un carattere personale, sebbene per il mondo secolare abbia un valore relativo, costituisce senza dubbio un attentato all'immagine altrui. Non accettabile, naturalmente.

Conclusione

Una delle star più famose dei social network, principalmente Facebook, è Gesù, con i suoi 26 milioni di fan sparsi in tutto il mondo. «Una straordinaria potenza nel dominio dell'informazione e della trasmissione del vangelo», afferma Daniel Ribeiro. Internet ha reso possibile, per qualsiasi gruppo di credenti, scambiarsi riflessioni, condividere la propria fede, analizzare le proprie credenze o dibattere su eventi religiosi. Non che non si facesse nell'era prettamente «analogica», ma quando ci siamo accorti di Internet, abbiamo delegato alle onde IP la nostra missione. Abbiamo sfruttato la dinamica della pagina web, che è quella di offrire informazione immediata, interattiva e su larga scala. Ne abbiamo tratto vantaggio? Certamente, considerando quanto viene offerto attraverso Internet.

«Una delle maggiori responsabilità di questa posizione (sfruttare Internet, *n.d.r*) è assicurare che le persone che scoprono il sito web della vostra chiesa, i social media o altre piattaforme digitali abbiano un'esperienza positiva e partano con la comprensione della cultura e della visione della Chiesa», dice Brian Dodd. «Questi sono i principi fondamentali su cui si basa qualsiasi grande marchio e sono quindi principi importanti da tenere al centro del vostro ministero». ¹⁸

«La comunicazione avventista in tutto il mondo risponde oggi alle sfide del momento», afferma Dabrowski, «proprio per essere reattivi alle tecnologie e ai media in continuo sviluppo, per riconoscere le esigenze della *i*Generation, dove la realtà virtuale regna, ed essere consapevoli che una soluzione unica non può soddisfare tutti». «Il carattere e l'importanza del nostro lavoro sono giudicati dagli sforzi compiuti per portarlo davanti al pubblico. Quando questi sforzi sono così limitati, si ha l'impressione che il messaggio che presentiamo non sia degno di nota». Così si esprimeva Ellen G. White nel secolo scorso. ¹⁹

La società di oggi ci impone una comunicazione contestualizzata, e l'esigenza di espandersi della comunità avventista in termini di missione, prescrive la necessità di sfruttare al massimo le dinamiche informatiche più comuni. Siamo tutti responsabili di fronte a una comunicazione orientata a trasmettere un messaggio che prevede un percorso di qualità al quale invitare quanti si sentono interpellati. Una responsabilità che crediamo aver ricevuto come mandato reso chiaro da Gesù nel suo ultimo appello ai discepoli all'azione, ²⁰ e che può essere realizzato con maggiore efficacia anche attraverso un uso responsabile della rete.

Note

¹ Fermo restando che questa evoluzione della comunicazione non ha escluso i sistemi precedenti, perché continuiamo a stampare il nostro messaggio (*Segni dei Tempi*), a trasmetterlo sulle onde radio (RVS), a divulgarlo attraverso la TV (Hope Channel Italia).

² Anche se positiva, questa apertura non esime da attacchi soprattutto interni come aggressioni perpetrate nei confronti del pensiero altro, accuse anche infamanti, vessazioni, fake news, etc.

³ Gran parte dei progressi nel rendere le nuove tecnologie e i nuovi media una parte importante dell'attività missionaria della Chiesa è stata possibile grazie al sostegno sostanziale dei laici che hanno messo le loro risorse a disposizione della loro Chiesa. Numerose operazioni di radiodiffusione sono state possibili solo grazie a tale sostegno, negli Stati Uniti, nell'America centrale e meridionale e in particolare in Europa. Negli ultimi 20 anni, la fusione di risorse sotto la direzione della Chiesa e i finanziamenti dei donatori hanno accelerato il potenziale evangelico della Chiesa. Cfr. *A brief history of Seventh-day Adventist Communication*, di Rajmund Dabrowski.

⁴ <https://gain.adventist.org/>

⁵ Il nome del browser dato al nuovo gruppo avventista di internauti: seven tag @dventist online – avventisti del settimo giorno online.

⁶ Questo paragrafo tiene conto principalmente dei Paesi di competenza di questa area.

⁷ Vedi <https://www.facebook.com/profile.php?id=100011506170584>

⁸ Forse non tutti sanno che c'è una chiesa nella chiesa che si ritrova ogni sabato mattina composta da membri che sono all'interno o all'esterno delle mura della comunità stessa. Durante le funzioni, ci sono coloro che chattano con amici membri di altre chiese, che condividono magari il messaggio, e spaziano nei loro ambiti di amicizia. Altri consultano il web per trovare una spiegazione alla frase detta dal pastore. Altri ancora preferiscono vedere il servizio della loro casa. Si contano a migliaia i membri virtuali. In questo, Internet è un vantaggio? Dipende. Un aspetto positivo è che, viaggiando e non conoscendo la lingua, ci si trova in albergo attaccati allo schermo del notebook per gustare la sacralità del sabato, resa tale dall'aver partecipato anche se a distanza.

⁹ Interessante constatare che la prima fake news è inserita nella Bibbia: Genesi 3:4 «voi non morrete affatto!».

¹⁰ La Conferenza Generale ha ufficialmente dichiarato, attraverso una documentazione chiara e dettagliata, la validità della pratica d'investimento, chiarendo che questa va incontro a un chiaro principio di buona gestione dei capitali.

¹¹ <http://www.adventist.no/Adventist/Hjem/Nyheter/2018/Februar-2018/DNU-ber-om-stans-i-Generalkonferensensinvesteringer-i-vaapenindustri#.Wv9Iqgm-kWphttps://youtu.be/cEjiB0jjjAU?t=23m44s>

¹² Il testo pubblicato su Facebook ha ispirato la rivista *Adventist Today* a pubblicare il fatto. Vedi https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=10155897042940225&id=81048405224

¹³ <https://www.facebook.com/groups/281389288554585/about/>

¹⁴ Vedi articolo di Daniel Ribeiro «Dieu est-il sur Facebook?», *Revue Adventiste*, Settembre 2015, pp. 4-6.

¹⁵ Si tratta di membri di chiesa fuoriusciti che reagiscono alle presunte ingiustizie subite; di membri che reagiscono alle posizioni rigide della chiesa; di utenti avventisti e non che attaccano direttamente la posizione «antisociale» e «discriminante» della Chiesa. Vedi <http://leavingsda.com/seventh-day-adventist-cult/> come esempio di contro-comunicazione sulla comunità avventista. Per non parlare di un fiorire di siti contro gli insegnamenti di Ellen G. White: <https://www.nonsda.org/study10.shtml> solo come uno dei tanti esempi.

¹⁶ <https://www.youtube.com/channel/UCkxMp1R9fHgidydsrGC5i8Q/videos>;
<https://www.youtube.com/watch?v=445bRxiV03g&t=1577s> in questo video è evidente l'abuso di una immagine registrata con l'inganno nella sede della Divisione Intereuropea.

¹⁷ Non attestare il falso contro il tuo prossimo. Esodo 20:16. E se la notizia fosse vera? Comunque, «metterla in piazza» con l'intenzione di colpire è una trasgressione a un comandamento divino, come il sesto: «Non uccidere» (v.13), che vale anche moralmente.

¹⁸ BRIAN DODD, *7 Things a Church Communications Director Actually does*, Church Leaders, May 7, 2018, churchleaders.com

¹⁹ E.G. WHITE, *Evangelism*, edizione inglese, p. 128.

²⁰ Matteo 28:19,20.

5. USO (IR)RESPONSABILE DEI SOCIAL MEDIA E CHIESA AVVENTISTA

Intervista a Rolando Rizzo*

Domanda: Ci vuoi dire come utilizzi attualmente le risorse che la rete mette a disposizione per il tuo servizio evangelistico e culturale?

Risposta: Su Internet curo un sito: www.rolandorizzo.it con la rubrica «Io credo nonostante tutto». E due pagine Facebook (FB). La prima è titolata: *Rolando Rizzo*, sulla quale posso pubblicare solamente io, la seconda è aperta a tutti gli amici FB che sono poco più di 1.900. Sul sito inserisco tutto ciò che scrivo di più complesso e impegnativo diviso per argomenti: apologetica avventista, attualità, attualità teologica, divulgazione teologica, etica, humour, meditazioni bibliche, narrativa e poesia, opere complete scaricabili gratuitamente, opere letterarie, personaggi, pionieri avventisti italiani, poesia, recensioni e analisi critiche, saggistica teologica, teatro. Sulle pagine Facebook condivido invece dei post che circolano, intervengo su alcuni di essi con delle considerazioni, su altri con delle critiche, su altri ancora con degli appelli a eliminarli perché beceri, offensivi... Uso ovviamente queste pagine per pubblicizzare gli eventi che mi riguardano, soprattutto la presentazione dei miei libri, ma questa parte occupa uno spazio abbastanza limitato.

D.: Qual è la reazione dell'utente medio non avventista? Ci vuoi raccontare qualche bella esperienza?

R.: L'utente medio apprezza ciò che scrivo in modo variegato e non sempre secondo le priorità che io vorrei fossero tali. Ci sono circa duecento fedelissimi che leggono tutto il materiale che pubblico e alcuni lo comunicano pubblicamente. Nella pagina dove pubblico solo i miei interventi e i commenti degli utenti, è visibile il numero delle persone che hanno letto quel dato «post». Si va dal centinaio in su. Il massimo lo ha raggiunto un post letto da 2.006 persone. Ottengono più successo i post con i quali condivido dei versi (la mia lirica *Con questo cielo* è stata visualizzata da 576 persone), i necrologi (il post *Bommina va al riposo* è stato letto da 1.652 persone) e quelli più fortemente polemici (il post *Calunnie dolorose* è stato letto da 1.006 persone). Le belle

*-Rolando Rizzo, pastore avventista emerito, romanziere, autore di numerosi saggi di teologia, un comunicatore tuttora molto attivo anche sui social network.

esperienze riguardano la gratitudine che esprimono le persone pubblicamente, ma anche quella espressa in privato (ogni volta che visito una chiesa mi avvicinano dei fratelli che mi dicono: «Ti seguo sempre, grazie per quello che fai...»). Considero esperienze belle anche convincere fratelli e sorelle a ritirare post che contengono bufale, offese, calunnie verso chiunque... Non sempre gli appelli vengono accolti.

D.: Come avviene il confronto critico sulla rete? Sempre in termini di correttezza e comprensione?

R.: No, il confronto non avviene sempre in termini di correttezza e comprensione. Ma nella maggior parte dei casi tutto si svolge ottimamente. C'è però il problema degli avventisti ignoranti, esaltati, estremisti. Prima dei social network operavano nell'ambito delle comunità locali – o poco più – e venivano da esse gestite in qualche modo. Con l'avvento dei social network diventano ingestibili ed esprimono il peggio del mondo religioso: la presunzione, la sindrome del figlio unico, la volgarità, la calunnia, l'assenza totale di etica comunitaria e relazionale. Proprio recentemente sono stati pubblicati post ignobili sul papa, su pastori avventisti. Veri e propri attacchi calunniosi. Questi pseudo avventisti sono pochi, pochissimi, ma con i *social* possono produrre danni incalcolabili se non c'è qualcuno che sia capace di contrastarli. C'è poi il problema degli avventisti che si dichiarano tali, e che intervengono come tali, ma che avventisti non sono, perché magari sono stati espulsi dalla chiesa per il loro estremismo, o sono tollerati come membri per eccesso di carità cristiana.

D.: Le potenzialità della rete sia in termini positivi sia negativi sono tante, ma gli spazi di libertà richiedono anche responsabilità. Dal tuo punto di vista, quali progressi dovremmo fare come avventisti e con quali strumenti?

R.: I progressi per la maggior parte degli interventi di avventisti sui social riguardano l'affinamento della testimonianza, il superamento della banalità. Esistono persone che non possono preparare una minestra senza postarla su FB. Ma i progressi riguardano soprattutto l'uso ignorante, becero, calunnioso, presuntuoso dei social... Sarà impossibile risolvere il problema completamente, ma io credo che le comunità dovrebbero attrezzarsi a questo nuovo strumento, incaricando persone di operare in modo positivo ma anche di controllare gli estremismi evidenti e di considerare l'uso scorretto dei social come ancora più grave di quanto non lo sia lo stesso atteggiamento nella comunità. Matteo 18

dovrebbe essere una via e un metro etico e, come la Chiesa lo esige nelle relazioni comunitarie, deve poterlo esigere anche – e a maggior ragione – sui social.

D.: Entriamo nel concreto con alcuni esempi. Di recente, un redattore di Radio Voce della Speranza di Firenze è stato invitato a fare il moderatore in occasione della presentazione di un libro di Cecilia Strada, già presidente di Emergency. Si tratta di un libro contro la guerra, dal titolo *La guerra tra noi*. È stato un onore che ha voluto condividere sulla pagina Facebook della radio. Una persona però ha scritto quanto segue: «Fratelli... ma veramente voi state scherzando con il fuoco! Cioè... Gesù sta per ritornare e voi che fate? Presentate dei libri mondani? Invece di predicare il messaggio del terzo angelo, vi date a cose del mondo? Sveglia!!!! Non capite in che tempi siamo? Oppure tappate gli occhi per non vedere? Quello che fate, il Signore non lo condivide e voi lo sapete!». Un messaggio di questo tipo, dal tuo punto di vista, è cristianamente legittimo nel pluralismo che caratterizza i social network? C'è una dimensione di autocritica che dovremmo fare come Chiesa?

R.: Senza mezzi termini, la visione ecclesiale che emerge da interventi di questo tipo non può appartenere al necessario grado di pluralismo che la nostra Chiesa deve avere. Il pluralismo necessario a ogni gruppo umano non può comprendere l'ignoranza, l'arroganza, la presunzione spirituale, l'assenza totale di ascolto. Da questo intervento emerge una visione religiosa detestabile, di cui mi vergogno e per cui sento rimorso come categoria pastorale nell'idea che la catechesi offerta sia stata troppo povera. Il giudizio espresso: "ignorante", perché ignora cosa sia Emergency (una straordinaria applicazione del messaggio contenuto in Matteo 25:31-36), ma sarebbe bastato solo un clic sul computer per saperlo. Ignora in cosa consista il messaggio del terzo angelo, ridotto a uno slogan privo di qualunque contenuto. Ignora la storia della tradizione della Chiesa fatta anche di 400 università e le annesse biblioteche che contengono soprattutto libri scritti da «mondani»! "Arrogante", perché si permette espressioni ingiuriose e sprezzanti: («State scherzando con il fuoco! Voi che fate? Vi date a cose del mondo, Sveglia!!!!, ecc...»). "Presuntuoso", perché questa persona ha stabilito che il Signore sta per tornare, sa esattamente quello che si deve fare, sa ciò che il Signore non condivide, sa anche che le persone che critica non sono in buona fede (anche se le chiama fratelli). Pare avere un filo diretto con Dio.

D.: D'altra parte, ci sono messaggi non ispirati proprio alla carità cristiana che, pur non entrando nel merito della teologia, cercano di fare luce sulle contraddizioni di istituzioni e dirigenti.

R.: Le contraddizioni di istituzioni e dirigenti, quando ci sono o si presume che ci siano, vanno denunciate. Esiste il valore della critica e della denuncia. Il modello cristiano per tutto ciò è Matteo 18, ma i social non possono essere gestiti secondo Matteo 18. Un social come FB è una piazza con migliaia di persone. Le vie della critica e della denuncia non possono essere i social, tranne che essi non siano collegati in un circuito protetto.

D.: In genere, si preferisce il silenzio piuttosto che fornire risposte, anche perché occorre tempo per dare risposte circostanziate e non si ha sempre la serenità necessaria. Ma è la strategia giusta?

R.: Io non credo che la strategia giusta sia il silenzio. Spesso sui social «sparano» non avventisti o ex avventisti... Nello specifico, bisognerebbe almeno far sapere che si tratta di persone che non appartengono alla chiesa. Se però sono avventisti, vanno affrontati con la carità cristiana, certo, ma anche seguendo le regole che la Chiesa si è data e quello che le leggi vigenti in materia prevedono. È concepibile che un membro di chiesa vada in una piazza e davanti a 50 persone lanci accuse verso dei fratelli? Perché dovrebbe essere consentito che questo avvenga sui social? Io sono intervenuto, sul piano personale, verso persone che attaccavano dei colleghi, e in modo scorretto e ignobile anche il papa... Le istituzioni avventiste devono attrezzarsi verso le nuove modalità di comunicazione. Che poi è molto semplice per ciò che riguarda i social. Basterebbe che i dipartimenti passassero le informazioni a quattro o cinque pastori in pensione.

6. I NUOVI MEZZI DI COMUNICAZIONE. VANTAGGIO O SVANTAGGIO PER LA CHIESA?

di Vincenzo Annunziata*

La missione della Chiesa avventista è quella di trasmettere la conoscenza dei valori biblici, patrimonio unico e universale. La Chiesa ha sempre sentito come impellente il bisogno di una maggiore presenza nella società per trasmettere quei valori di cui è portatrice e, nell'attuale società, le comunicazioni assumono una grande importanza. Oggi, la tecnologia sta aumentando la capacità degli avventisti di raggiungere le persone, portando loro la buona novella di Gesù ovunque. Alcune volte essa viene in aiuto a coloro che cercano di raggiungere non solo le masse, ma un singolo cuore alla ricerca della verità. La rete ci dona il privilegio di condividere la nostra testimonianza personale con una parte della popolazione, coloro che sono connessi. Anche se è un approccio virtuale, possiamo comunque raggiungere quelle persone che sono alla ricerca della verità attraverso i nuovi strumenti tecnologici. I siti web nascono e si diffondono con l'avvento del World Wide Web (1990), un nuovo e rivoluzionario modo di vedere Internet, non più come piatta realizzazione testuale, ma come vera e propria piattaforma multimediale. Da quando immagini, animazioni, fotografie, audio sono apparsi su Internet, la rete ha avuto il suo boom di espansione e i siti web hanno iniziato a proliferare a ritmo esponenziale. Il primo sito Internet della chiesa avventista italiana è nato nel 1996 e da allora si è sviluppato con tanti altri siti a esso collegati, e altri servizi online come il video streaming. Internet è un sistema di condivisione dell'informazione che coinvolge molte categorie, commerciali e religiose, con aspetti che richiedono attenzione anche ai problemi degli utenti. Utilizzando i mezzi moderni, dobbiamo comunque tenere conto della loro limitatezza nel contatto con il prossimo e riflettere comunque sulla possibilità di raggiungere tantissime persone contemporaneamente. «Non prego che tu li tolga dal mondo, ma che tu li preservi dal maligno», «Come tu hai mandato me nel mondo, anch'io ho mandato loro nel mondo» (Giovanni 17;15,18). Il nostro mondo è in continua fase di cambiamento. Cosa fa la

* Direttore del dipartimento Comunicazioni dell'Unione Italiana delle Chiese Cristiane Avventiste del Settimo Giorno

Chiesa avventista nel contesto di questa transizione culturale? Seguiamo le tendenze del momento per attirare le masse? Riusciamo a restare ancorati alle verità bibliche e allo stesso tempo a rimanere in contatto con il mondo? Gesù vuole che noi siamo protetti dal male nel mondo. Tuttavia, egli aveva anche una missione verso il mondo. Questo mondo include anche radio, televisione, Internet e stampa. Ellen G. White, nel volume delle Testimonianze (*Testimonies*, vol. 6, p. 36) ha scritto: «Dobbiamo servirci di ogni mezzo legittimo per far conoscere il messaggio della verità agli uomini. Utilizziamo la stampa e ogni metodo pubblicitario che possa richiamare l'attenzione sull'opera». E ancora in *Evangelism*, p. 105: «Vari metodi saranno sperimentati per raggiungere gli uomini. Alcuni metodi usati per quest'opera saranno diversi da quelli usati in passato». Quindi, anche gli scritti dello Spirito di Profezia ci dicono che dobbiamo utilizzare tutti i mezzi che il mondo ci mette a disposizione, ma questi vanno usati secondo le regole, rispettando le norme e conoscendone i punti deboli e quelli forti. Oggi, la tecnologia permette di abbattere alcune barriere, ma anche di alzarne altre. La comunicazione virtuale è diversa dalla comunicazione dal vivo. Quest'affermazione può sembrare assurda, ma può portare una limitazione del proprio bacino di ascolto perché solo coloro che utilizzano quei media potranno avere accesso alla mia informazione. Solo coloro che sono «esperti multimediali» possono trarre vantaggio dal mio dire. Per molte persone, oggi, la tecnologia comporta aspetti negativi e positivi.

Con centinaia di miliardi di e-mail che attraversano la rete ogni giorno, liberarsi della posta elettronica indesiderata comporta la perdita di molto tempo prezioso, sia in ufficio sia a casa. La comunicazione è diventata un gigante in movimento, non è possibile pensare alla comunicazione senza tener conto del suo dinamismo. Le strategie di ieri non sono più valide oggi e tanto meno lo saranno domani. Assistiamo a un costante cambiamento dei mezzi di comunicazione e della forma per comunicare. E la Chiesa avventista in Italia come si pone nei confronti di questo gigante? Fa uso della tecnologia? La tecnologia sta aumentando la capacità degli avventisti di raggiungere le persone, portando loro la buona novella. La presenza nel mondo di chiese e istituzioni avventiste può produrre una consapevolezza generale dell'esistenza della Chiesa stessa. La percezione pubblica riguardo alla famiglia avventista è sicuramente influenzata dalla vita dei membri, dalle azioni delle singole organizzazioni, dai programmi e dai servizi che si identificano con la nostra denominazione. L'avanzamento della tecnologia ha reso possibile alle singole

associazioni della Chiesa di farsi conoscere meglio grazie a un solo sito web, per esempio. L'Unione Italiana delle Chiese Cristiane Avventiste del Settimo Giorno considera la tecnologia e la comunicazione tra le strategie più importanti per il compimento della sua missione. Basandosi sulla dichiarazione di missione della Chiesa, che vuol portare l'evangelizzazione a tutte le genti, ha compreso che il messaggio dei tre angeli non si deve limitare a una predicazione solo in luoghi fisici, come le chiese, ma può raggiungere chiunque anche attraverso la rete. La Chiesa avventista ritiene che Dio sia un comunicatore per eccellenza (Ebrei 1:1,2), ma il peccato ha corrotto la comunicazione con l'uomo. Spetta a noi, conoscendo il male, il compito di continuare a comunicare in modo corretto. Il vangelo va vissuto e proclamato, invitando tutti ad accettare Gesù e a unirsi alla sua Chiesa. I social network, Facebook al primo posto, così preponderanti nella vita di ognuno di noi, quanto influenzano la conoscenza della Chiesa? Quanto sono importanti per la conoscenza della Parola? Quanto sono indispensabili per la salvezza di ognuno di noi? I social network sono utili a favorire l'evangelizzazione? I mezzi di comunicazione, i social network, non sono neutrali, come non lo è la tecnologia. Ogni forma di tecnologia implica una vasta gamma di possibilità di uso e allo stesso tempo ne limita altre. Negli ultimi tempi si è visto l'uso della rete da parte di alcuni membri di chiesa, e soprattutto da parte di ex membri, ha dato la possibilità di poter parlare in modo non corretto e a volte diffamare la Chiesa stessa. Nonostante ciò, la Chiesa non può trascurare il dialogo attraverso questi mezzi. Ed è per questo motivo che l'Unione ha compreso che è necessario formare almeno una persona che possa seguire questi mezzi e, nel contempo, invitare i dipendenti a non utilizzare i profili professionali in dibattiti sulla Chiesa stessa e su altri argomenti che potrebbero far comprendere a chi legge che chi si sta esponendo lo stia facendo a nome dell'istituzione. Pastori e impiegati delle istituzioni sono figure pubbliche che rappresentano la Chiesa davanti a un pubblico interno ed esterno, quindi devono fare assoluta attenzione a tutto ciò che pubblicano, anche se privatamente. I membri di chiesa non dovrebbero parlare male di altri, offendere persone, screditare le istituzioni, ma fare attenzione ai gruppi in cui s'iscrivono e/o seguono. È eticamente corretto verificare le informazioni prima di diffonderle e dare priorità solo alle notizie che provengono dai nostri organi ufficiali. L'Unione italiana, in virtù di quanto sopra esposto, e per il fatto che alcune maldicenze e calunnie sono presenti sulla rete, si sta impegnando nel formare i propri dipendenti a un uso corretto di Internet e a in-formare i propri

membri di chiesa sulle potenzialità positive e negative della partecipazione a blog e a gruppi presenti in particolare nei social network come Facebook. Purtroppo, i social, a motivo della loro peculiarità, spesso si offrono come mezzo per veicolare informazioni non corrette in virtù del fatto che oggi tutto quello che si dice può essere riprodotto e distorto rapidamente sul web.

Libri consigliati

R. GIUFFRÉ, *Social education. Vivere senza rischi Internet e i social network*, Flaccovio Dario Editore.

A. FONTANA, *#iocredoallesirene. Come vivere (e bene!) in un mare di fake news*, Hoepli Editore.

INDICE

Introduzione

La comunicazione cambia. E le chiese? (R. Vacca)	3
1. Opportunità e pericoli della rete. La minaccia delle fake news per la società italiana e la libertà (D. Romano)	7
2. La rete, i minori e le responsabilità dei genitori (G. Tomai)	11
3. Giovani e web (D. Amodeo, A. Calvagno)	17
4. La Chiesa avventista e i nuovi media. Una panoramica europea (C. Cozzi)	23
5. Uso (ir)responsabile dei social media e Chiesa avventista (R. Rizzo)	33
6. I nuovi mezzi di comunicazione. Vantaggio o svantaggio per la Chiesa? (V. Annunziata)	37

Ringraziamenti

Desidero ringraziare con tutto il mio cuore il Signore per l'opportunità che abbiamo avuto come Commissione Etica di mettere a disposizione della Chiesa avventista italiana questo dossier.

Ringrazio Dora Bognandi, Vittorio Fantoni, Roberto Iannò, Francesco Mosca, Saverio Scuccimarrì e Tiziano Rimoldi, membri di tale commissione, per la serenità e la fraternità con cui ci siamo confrontati sull'argomento di questo dossier!

Un grazie a Roberto Vacca, coordinatore di questo progetto, per la professionalità, la competenza e la saggezza con cui ha raccolto e messo insieme i vari articoli.

Ringrazio gli autori, naturalmente, che hanno condiviso volentieri con tutti noi le loro riflessioni!

Un grazie all'Unione italiana, che ha finanziato la stampa e la diffusione di questo dossier che, ne siamo sicuri, arricchirà i membri delle nostre chiese nel vivere anche praticamente la loro spiritualità.

Per la Commissione Etica,
Maria Antonietta Calà



Hope Channel Italia

La TV

che cambia la tua vita!



seguici su
www.hopechannel.it



HopeChannel
ITALIA

TUTTI I CONTENUTI DI HOPE CHANNEL ITALIA,
QUANDO VUOI E DOVE VUOI.



Programmi
in diretta e podcast,
riflessioni quotidiane,
news, conferenze,
studi biblici, documentari





Radio Voce della Speranza (RVS)

emittente della Chiesa Cristiana Avventista del Settimo Giorno

RADIO VOCE DELLA SPERANZA

Noi uomini e donne che abbiamo fatto l'esperienza dell'amore di Cristo e della fiducia in lui accogliamo con gioia il suo invito a diffondere l'annuncio della Buona Notizia tramite la radio.

RVS, un servizio rivolto a tutti, vuole trasmettere i valori del messaggio evangelico con un linguaggio comprensibile all'uomo e alla donna d'oggi, promuovendo le relazioni umane e la qualità della vita per accendere la speranza.



FM

Bologna, Catania, Conegliano V.,
Firenze, Forlì, Gaeta, Palermo,
Roma, Sciacca

Satellite

Eutelsat Hotbird 6
Frequenza: 11200 MHz (V)

Web streaming

[www.
radiovoicedellasperanza.it](http://www.radiovoicedellasperanza.it)

Podcast

iTunes - Radio
Voce della Speranza

APP

RVS Italy

WWW

radiovoicedellasperanza.it



Corsi biblici
online e per corrispondenza

vocedellasperanza.it

Voce della Speranza

Fra i servizi che propone ci sono i corsi biblici per corrispondenza, che hanno lo scopo di promuovere lo studio della Bibbia, presentando temi spirituali, teologici, di attualità e storico-scientifici. In Italia i corsi per corrispondenza esistono dal 1947 e sono stati seguiti da migliaia di allievi.

[www.vocedellasperanza.it]



«Questo volumetto dà un contributo concreto al dialogo su un tema molto noto all'opinione pubblica; un ambito, tuttavia, scarsamente normato e regolamentato.

Il Dossier approfondisce le sfumature che contraddistinguono la rete e auspica di offrire una serie di spunti per un “uso responsabile” di questo spazio che sempre più abitiamo».

(Veronica Addazio)

Dossier
Uso Responsabile
della Rete

€ 1,00

Iva inclusa

assolta dall'Editore

ISBN 978-88-7659-335-2



9 788876 593352