

Religione e mezzi di comunicazione

Output Intellettuale 2, Unità IV



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Il supporto della Commissione europea alla realizzazione della presente pubblicazione non implica la condivisione dei contenuti che riflettono soltanto l'opinione degli autori; la Commissione non può essere ritenuta responsabile di qualsiasi uso si possa fare delle informazioni ivi contenute.

Versione No.	Autore, istituzione	Data/Ultimo aggiornamento
3	<i>Giovanni Bulian, Università Ca' Foscari di Venezia</i>	<i>03/09/2018</i>

Esperienza religiosa e mezzi di comunicazione

Oggigiorno, i mezzi di comunicazione vengono usati sempre più per divulgare e rafforzare l'esperienza religiosa: la televisione, la radio, la pubblicità, internet, i videogiochi percorrono ogni campo della vita quotidiana. D'altra parte, è opinione alquanto comune che internet sia già integrato nella vita di tutti i giorni, essendo ormai uno strumento indispensabile con il quale persino le religioni hanno colto l'occasione per valorizzare il proprio messaggio di salvezza religiosa e di spiritualità. Le cosiddette **religioni digitali**, ad esempio, sono diventate una nuova forma di esperienza spirituale, tramite la quale è possibile integrare le fedi, le preghiere, i pellegrinaggi e le cerimonie religiose online. È importante osservare che questo tipo di cultura religiosa può essere diviso in due categorie principali: le "**religioni online**" e la "**online religion**": la prima espressione si riferisce alle religioni istituzionali storiche (giudaismo, cristianità, buddismo, induismo, ecc.) che sono diventate parte dell'universo Internet; la seconda, invece, indica gruppi religiosi o comunità virtuali per i quali la **rete diventa determinante per la stessa esistenza dell'esperienza religiosa**.

Il diffondersi delle religioni digitali è dovuto al fatto che Internet è un **mezzo di comunicazione gratuito e molto diffuso** rispetto ai mezzi passati (soprattutto, la radio e la televisione). Gli utenti possono vivere un'esperienza personalizzata e gli incentivi visibili e il livello d'interazione sono ben maggiori. Non avendo intermediari, Internet sta diventando non soltanto l'ambito privilegiato affinché le tradizioni istituzionalizzate comunichino il proprio messaggio religioso in modo più efficace, ma, in particolare, affinché i **credenti interagiscano e comunichino** fra di loro i propri punti di vista in modo più libero.

Le religioni digitali sono anche collegate alla **crisi generale dell'autorità e dell'ortodossia** nelle antiche religioni istituzionalizzate: infatti, adesso in Internet **chiunque può scrivere** e "vendersi" come esperto di una certa tradizione spirituale e questo fattore aumenta la varietà di punti di vista e la possibilità per chi naviga di esplorare modi diversi di **essere religiosi in una maniera fluida e personalizzata**.

Allo stesso tempo, **le religioni istituzionalizzate sfruttano**, anche da un punto di vista del marketing, il **potenziale del web in termini di immagini, suoni e interattività**, offrendo ai fedeli, per esempio, la possibilità di accendere una candela virtuale o di comunicare per e-mail o attraverso i forum con i celebranti e con altri leader/esperti religiosi. Ugualmente, le software house e i programmatori di web cercano di soddisfare le esigenze di questi praticanti virtuali **vendendo loro strumenti virtuali per riti online**, come la commemorazione dei defunti.

Sebbene oggi i **vecchi mezzi di comunicazione** sembrano essere soppiantati da Internet, essi hanno ancora un ruolo estremamente importante per la **divulgazione della cultura religiosa**: la Messa alla televisione, la divulgazione mediatica di immagini sacre e di luoghi santi, la trasmissione televisiva di testi religiosi sono tuttora seguiti da milioni di fedeli. La televisione, in particolare, contribuisce ancora alla divulgazione del messaggio religioso di religioni istituzionalizzate quali il cristianesimo, il giudaismo, l'Islam o il buddismo. Bisognerebbe notare, però, che in alcuni casi i mezzi di comunicazione come la televisione sono stati spesso **strumentali nel manipolare il messaggio religioso verso certi obiettivi**, determinando nel fedele un comportamento addirittura radicale, incitando l'odio razziale, alterando la percezione di eventi politici o portando al fondamentalismo religioso.

In poche parole, bisogna anche osservare che la **dimensione dell'esperienza religiosa e della pratica evolve**, reagisce e interagisce in vari modi con gli **sviluppi sociali, tecnologici e persino commerciali**.

Moduli digitali di riferimento:

- [La religione nella società moderna e post-moderna](#)

Caso studio 1: la messa e la trasmissione televisiva/via internet

Nella cultura religiosa cristiano-cattolica, la **Messa alla televisione** (o **Messa TV**) è considerata in generale un prodotto televisivo *sui generis*: dopo i telegiornali, si tratta di uno dei programmi televisivi più di vecchia data e maggiormente diffusi nel mondo, ad eccezione dei paesi con regimi antidemocratici o fondamentalisti. In Italia, ad esempio, nella programmazione domenicale, la Messa alla televisione gode di un indice di ascolti molto alto e in alcune occasioni – come la Messa del Papa a Pasqua o a Natale – raggiunge un vasto pubblico. Persino nella società islamica, la televisione e la radio trasmettono programmi durante i quali figure autorevoli spiegano il messaggio del Corano e i precetti dell'Islam. Inoltre, alcuni programmi televisivi propongono, invece, immagini di persone in preghiera all'interno di una moschea o immagini di luoghi sacri per l'Islam. Attraverso lo sviluppo della **trasmissione via web**, questi programmi sono **disponibili anche per i credenti che vivono in paesi stranieri**. Per di più, i fedeli possono anche **interagire con i celebranti**, per esempio, inviando loro le intenzioni per preghiere personali.

Moduli digitali di riferimento:

- [Liturgie e luoghi di preghiera nella cristianità](#)



Una Messa cattolica trasmessa attraverso YouTube. Qui il prete sta leggendo un passaggio dal Nuovo Testamento.
© 2018 Daily TV Mass.

Caso studio 2: *Ramayana* e televisione in India

Il *Ramayana* (viaggio di Rama), insieme al *Mahābhārata*, è una delle principali epopee in India. A partire dalla fine degli anni 80, la televisione di stato indiana ha iniziato a trasmettere una *fiction* televisiva incentrato sulle azioni del mitico re Rama. Secondo la tradizione induista, Rama, oltre ad essere un re, è considerato un *avatara* (manifestazione) della divinità maschile Visnù, che si incarna nel mondo ogniqualvolta deve ripristinare la pace e l'armonia fra gli uomini allontanando il male. Il *Ramayana* è infatti una storia di lotta fondamentalemente tra il bene e il male e del trionfo del bene, ma anche di amicizia, amori e tradimenti. Pertanto, l'enorme popolarità che questo programma televisivo consegue tuttora è dovuta al fatto che gli hindu considerano le gesta narrate in questo antico testo religioso come un modello ideale di comportamento.

Moduli digitali di riferimento:

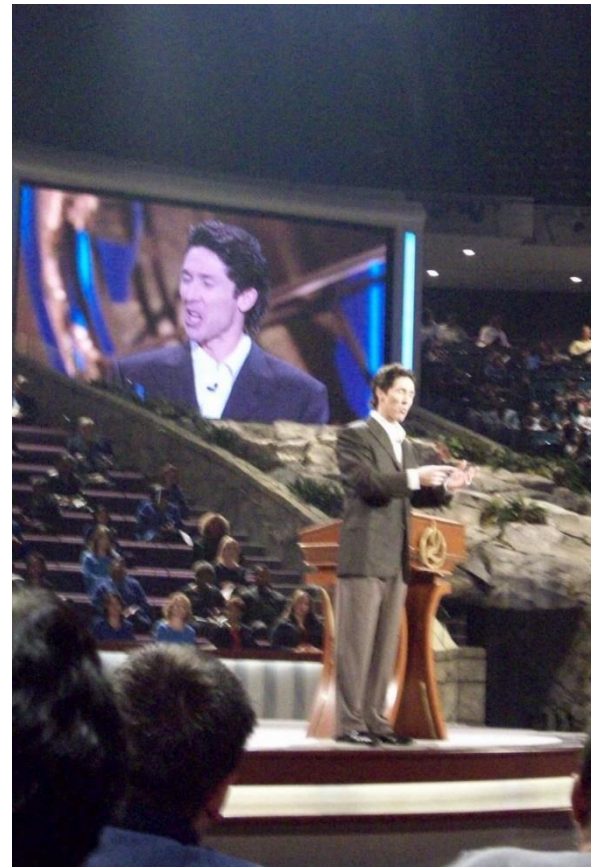
- [Cosa significa "induismo" ?](#)
- [Visnù, devozione "Bhakti" e concetto di Avatara.](#)

Caso studio 3: i telepredicatori

Nell'America del nord, i **telepredicatori** sono generalmente dei preti (o sedicenti tali, poiché in molti casi non sono preti), rappresentanti delle **chiese protestanti** (in particolare, del movimento evangelico) o leader di nuovi movimenti religiosi, i quali predicano e intrattengono il pubblico con discorsi sulla moralità sessuale, l'educazione dei figli, la salvezza dell'anima, ecc. A ogni modo, i telepredicatori sono ministri di culto che, nella maggior parte dei casi, diffondono un'immagine semplificata della religiosità per raggiungere un vasto pubblico.

Negli Stati Uniti, i telepredicatori sono diventati influenti opinion-maker. Per esempio, il telepredicatore Jerry Falwell (1933-2007) fondò la nota organizzazione politica chiamata "*Moral Majority*", che ebbe un ruolo considerevole nelle vittorie presidenziali repubblicane degli anni 80.

Sebbene la tele-predicazione sia iniziata soltanto in America, diventando molto popolare soprattutto fra i cristiani evangelici e le Chiese cristiane, la globalizzazione ha permesso che alcune emittenti televisive raggiungessero un pubblico più ampio anche attraverso le reti di trasmissione internazionali.



Il televangelista Joel Osteen presso la Chiesa di Lakewood Church, una chiesa enorme (16000 posti) a Houston, Texas

Moduli digitali di riferimento:

- [I cristiani nel mondo](#)
(in part. fonte 2, che dimostra il dinamismo del movimento evangelico)

Caso studio 4: i pellegrinaggi online in Giappone

In Giappone il pellegrinaggio è una pratica religiosa abbastanza comune. Uno dei più importanti è il **pellegrinaggio nell'isola di Shikoku** (*Shikoku henro*), un pellegrinaggio in circa ottantotto templi sparsi sull'isola di Shikoku dove, secondo la tradizione buddhista, si sarebbe recato il famoso monaco buddhista Kūkai, fondatore della scuola esoterica buddhista **Shingon**. Oggi, l'esperienza religiosa di questo pellegrinaggio, così come la visita ai templi, **comprende anche i siti web per i pellegrini e i fedeli e numerosi blog tenuti da pellegrini-blogger** in cui riferiscono in merito alle proprie attività e ai religiosi.

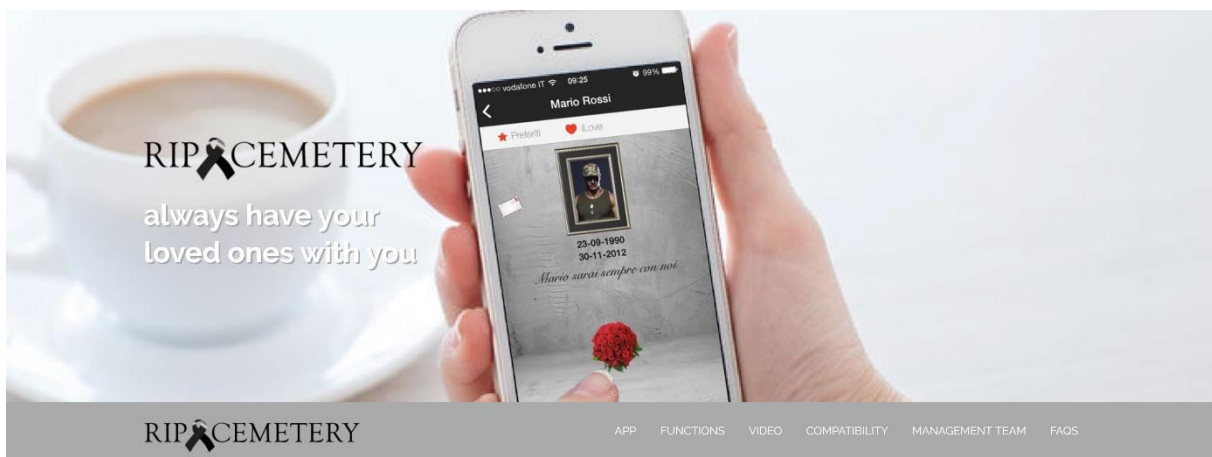
Moduli digitali di riferimento:

- [Il buddismo in Giappone](#)

Caso studio 5: i cimiteri virtuali

Generalmente, i **cimiteri virtuali** sono tipi diversi di piattaforme commemorative online, in cui gli utenti possono commemorare i defunti in vari modi e senza distinzione di nazionalità, sesso o fede religiosa. In alcuni casi, gli utenti possono inviare e-mail ai defunti, lasciare mazzi di fiori virtuali o pubblicare una frase o un ricordo. Questo tipo di commemorazione funeraria può verificarsi anche sui social network, trasformando i profili in tombe virtuali. Inoltre, con la diffusione degli smartphone, non è raro trovare un'applicazione per i dispositivi mobili relativa ai cimiteri virtuali.

Sebbene i cimiteri virtuali non siano direttamente associati ad una religione specifica, queste piattaforme commemorative potrebbero diventare un ambito ideale per esprimere la propria fede religiosa o per praticare un qualche tipo di cerimonia funeraria virtuale in relazione ad una religione specifica.



Screenshot da www.ripcemetery.com sito web, che pubblica un'app mobile per la pratica commemorativa virtuale.

©2018 RipCemetery.