

La domanda religiosa in Internet

Xavier Debanne - debanne@mclink.it

*Pubblicato in G. Zambon (a cura di),
Atti del XXIII incontro di studio "Formazione teologica e comunicazione.
Internet: nuova frontiera",
Federazione Scuole di Formazione Teologica del Triveneto,
Voci di Teologia, n.4, Padova, 2004, pp. 43-55.*

PREMESSA

Nel 2003 la diffusione di Internet è planetaria; gli utenti¹ di Internet sono oltre 605 milioni² in tutto il mondo, ma quasi un terzo dei quali solo negli Stati Uniti e Canada. Se da una parte è facile accorgersi della presenza religiosa in rete (basta digitare una parola chiave come "Dio" in un motore di ricerca per ottenere una lista di migliaia di siti Web), dall'altra è molto difficile analizzare la domanda religiosa in Internet. Lo scopo di questa relazione è di riflettere sulla fenomenologia del religioso in rete e sulla possibilità che la rete diventi un luogo di comunicazione teologica.

1. COSA FANNO IN RETE?

Disporre di dati attendibili su quante persone abbiano accesso a Internet è molto difficile, ancora di più sapere cosa fanno in rete. Molto utili sono le ricerche³ sociologiche che

¹ In questa relazione il termine "utente" è stato preferito ad altri come "internauta" o "navigatore".

² Dalla Nua Internet Surveys (adesso CyberAtlas) [www.nua.com/surveys/how_many_online/index.html] (ultima visita: 17/6/2003). Il dato si riferisce al settembre 2002.

³ Possiamo citare le ricerche del Censis [www.censis.it], per esempio "Cittadini digitali" del maggio 2003 oppure i Rapporti annuali del Censis sulla Comunicazione in Italia (ultima edizione ottobre 2002). Inoltre, tra le ricerche sul comportamento degli utenti in rete, molto interessanti sono quelle relative ai bambini e agli adolescenti: P. C. RIVOLETELLA (A CURA DI), *I rag@zzi del Web. I preadolescenti e Internet: una ricerca*, Vita e Pensiero, Milano 2001; ISTAT, *Bambini e newmedia: personal computer, Internet e video giochi*, in *Note Rapide*, Anno 5, n. 4, dicembre 2001; AA. VV., *Il "viaggio" del bambino in rete: itinerari, esperienze, attese*, Nielsen / NetRatings, 2002, AA. VV., *Media e minori nel mondo. Scenari internazionali, sfide per il futuro*, Censis, Febbraio 2002.

analizzano il comportamento degli utenti. Per esempio l'Istituto americano "Pew Internet & American Life Project" ha svolto una ricerca nel 2001 sulla "ciber-fede" degli americani⁴. Questa ricerca indica che nel 67% dei casi gli utenti cercano informazioni relativi alla loro propria fede mentre più di un terzo di loro ricevono una qualche forma di direzione spirituale online⁵. Da questa ricerca e da altre si può trarre la conclusione che «l'uomo alla ricerca di Dio si pone anche di fronte ad uno schermo e avvia una navigazione»⁶. Inoltre emerge che l'agire degli utenti di Internet si può inquadrare, in linea di massima, in sette categorie:

- Trovare informazioni (news in tempo reale, notizie, articoli, ecc.);
- Trovare nozioni (contenuto generico o specialistico);
- Ricevere formazione (long life learning, distance learning);
- Comprare / vendere (beni e/o servizi - e-commerce);
- Partecipare a comunità virtuali, interagire con altri;
- Partecipare a riti online;
- Manipolare, convincere, dominare, corrompere e sfruttare persone.

In una prima approssimazione l'utente di Internet è "una persona in ricerca", sia di un contenuto, sia di un'interazione online.

2. EVOLUZIONE DELL'INTERATTIVITÀ IN INTERNET

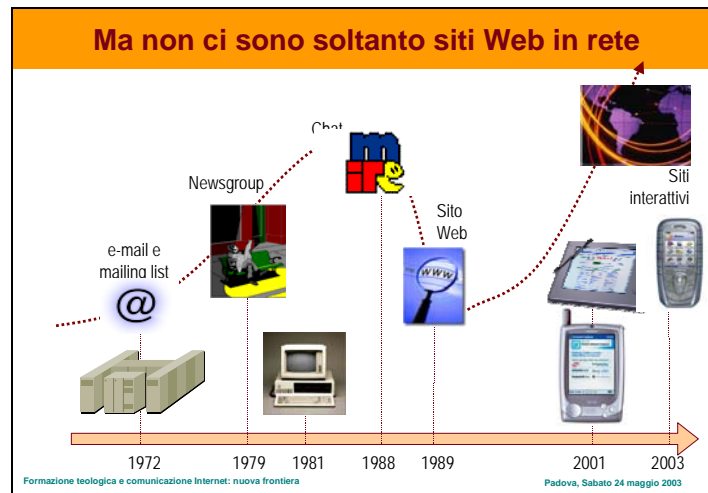
Avere in mente l'insieme dei servizi Internet è indispensabile per "capire" quello che gli utenti fanno in rete. Prima di tutto ricordiamoci come, durante questi ultimi trent'anni, l'hardware si è evoluto⁷ per diventare sempre più semplice e per consentire l'accesso a Internet in modo sempre più facile.

⁴ Cfr. AA. VV., *CyberFaith: How Americans Pursue Religion Online*, Pew Internet & American Online, December 2001. Disponibile sul sito [www.pewinternet.org] (ultima visita: 17/06/2003).

⁵ *Ibid.*, p. 13.

⁶ A. SPADARO, *Dio nella "rete". Forme del religioso in internet*, in "La Civiltà Cattolica", 2001 III, p.21.

⁷ Si è passato dai grandi calcolatori (mainframe) del 1970 al PC (1981), al Notebook poi, ai palmari (PDA) nel 2000. Oggi è in atto una forte convergenza tra il palmare, il telefonino e la macchina fotografica digitale.



Parallelamente all'evoluzione dell'hardware sono apparsi man mano i servizi Internet. Nel 1972 nasce la posta elettronica e, subito dopo, le mailing list con il suo concetto di registrazione. Dopo nascono i newsgroup⁸. Poi è nato il Personal Computer (PC) nel 1981 e nel 1988 le chat che permettono a due o più persone di "chiacchierare" online mediante l'uso della tastiera del PC. Posta elettronica, mailing list, newsgroup e chat sono tutti dei servizi interattivi, ma la chat è l'unico servizio "in tempo reale" e rappresenta, pertanto, il servizio massimamente interattivo. Tuttavia è importante notare che alla fine degli anni Ottanta, i servizi di Internet erano utilizzati soltanto da pochi specialisti, quasi esclusivamente universitari.

Nel 1989 viene pubblicato il primo documento in cui si fa riferimento ad un nuovo servizio per facilitare la condivisione di documenti fra gruppi di ricerca; nasce così il World Wide Web che si basa su l'ipertestualità, il linguaggio HTML e il concetto di "browser"⁹. Il sito Web viene subito percepito come un nuovo mezzo di comunicazione di massa, alternativo ai mezzi di comunicazione tradizionali. Perciò è stato velocemente adottato dal mondo commerciale perché, da un lato, l'azienda che realizza il proprio sito Web ottiene facilmente un visibilità "planetaria", dall'altro il sito riduce notevolmente le spese di distribuzione del materiale marketing (tramite la funzione di "download").

Se con l'avvento del Web si è assistito alla diffusione mondiale di Internet, la rete perse però la sua natura interattiva e diventò un "normale" mezzo di comunicazione di tipo "broadcasting". Durante gli anni Novanta, per la maggior parte degli utenti, Internet ha

⁸ Le mailing list e i newsgroup utilizzano la posta elettronica per comunicare. Un newsgroup cattolico molto attivo in Italia è [it.cultura.cattolica].

⁹ Nel 1993 il "browser" Mosaic si diffonde rapidamente, rendendo Internet accessibili anche ai non specialisti.

soltanto significato inviare e ricevere messaggi di posta elettronica e navigare nei siti Web, con un'eclissi sostanziali dei "vecchi" servizi interattivi di Internet. In fatti diffondere informazioni, notizie, articoli, contenuti multimediali, il tutto a basso costo, è stato il principale motivo dell'esplosione del numero di siti. Il Web può quindi essere definito come un immenso ipertesto multimediale distribuito; esso costituisce, in fatti, il più grande archivio di informazioni mai realizzato dall'uomo.

Grazie all'evoluzione del linguaggio HTML e alla nascita di nuove tecniche di programmazione, grazie all'arricchimento funzionale dei "browser", la natura interattiva di Internet è stata recuperata dai siti Web che sono diventati una "cornice" applicativa dalla quale sono accessibili tutti servizi Internet, dalla pagina Web alla posta elettronica, dalle mailing list ai newsgroup, fino alle chat. Oggi il sito Web si può definire come la parte visibile di un progetto di comunicazione multimediale realizzato e gestito da un gruppo di persone (il Web Team) che producono, aggiornano e promuovono i contenuti e che favoriscono le interazioni online.

3. LA FENOMENOLOGIA DEL RELIGIOSO IN RETE

Perché un sito Web può chiamarsi "religioso"? Forse perché il Web Team è "religioso" in quanto "legato" ad una Istituzione religiosa oppure ad un Ordine religioso, un Istituto di vita consacrata, una Congregazione, ecc., oppure ad un'aggregazione laicale, al mondo del volontariato, ad una persona "impegnata" (sito personale); forse perché lo scopo del sito è diffondere contenuti religiosi; forse perché il Web Team cerca l'incontro in rete nel quadro di un'attività di apostolato.

Anche se è chiaro che non esiste una risposta univoca, sembra palese che la finalità di un sito è quello che lo caratterizza meglio. Nel caso di un sito religioso, la finalità può essere individuata, normalmente, tra una - o tra una combinazione - delle seguenti scopi:

- rendere visibile l'Istituzione religiosa sottostante, le sue attività, la sua storia, ecc.;
- estendere a tutti l'accesso a risorse informatiche dell'Istituzione (per esempio permettere l'accesso al catalogo informatizzato di una biblioteca);
- sperimentare nuove modalità e forme di comunicazione, di apostolato in rete.

Queste tre scopi, non esclusivi tra di loro, sono stati individuati in funzione della caratteristica più propria di Internet, ossia l'essere un mezzo interattivo, come viene indicato nei documenti del Magistero: «Bisogna tenere presente la sua natura speciale di mezzo diretto, immediato, interattivo e partecipativo»¹⁰ e «Internet possiede caratteristiche eccezionali. E' infatti caratterizzato da istantaneità e immediatezza, è presente in tutto il

¹⁰ PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e Internet*, 2002, n.6.

mondo, decentrato, interattivo»¹¹. Ne consegue che i siti Web religiosi possono essere distinti tramite tre classi non disgiunte, ma "progressive" in funzione del loro livello di interattività: siti vetrine, siti transazionali e siti interattivi.

La prima categoria si chiama "Siti vetrine" perché la rete, concepita come strumento di comunicazione di tipo "broadcasting", viene usato per informare sulla realtà religiosa sottostante e per fornire contenuti (materiale riguardante un'Istituzione, documenti di un Ordine, materiale per la pastorale, ecc.). Un sito vetrina per antonomasia è quello del Vaticano¹² la cui finalità è di rendere disponibili autorevolmente i documenti della Chiesa. Infatti questo tipo di sito Web «permette accesso immediato e diretto a importanti fonti religiose e spirituali, a grandi biblioteche, a musei e luoghi di culto, a documenti magisteriali, a scritti dei Padri e Dottori della Chiesa e alla saggezza religiosa di secoli»¹³. Quasi tutti i siti religiosi hanno una sezione "vetrina" nella quale vengono proposti informazioni, notizie e contenuti.

Un'evoluzione del sito vetrina è il sito transazionale. In questo caso la rete viene utilizzata come un canale di accesso alle applicazioni informatiche delle Organizzazioni. Per esempio gli utenti possono consultare via Internet i cataloghi delle biblioteche¹⁴ oppure accedere a banche dati come quella del progetto Beweb¹⁵ della CEI che contiene gli inventari dei beni culturali ecclesiastici. In questo caso il sito Web transazionale gioca il ruolo di un'interfaccia più o meno evoluta tra l'utente e il sistema informativo. Spesso un sito transazionale dispone anche di una sezione vetrina. Per esempio il sito di una biblioteca fornirà informazioni sull'orario di apertura e sulle condizioni di accesso nella sezione vetrina.

¹¹ PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, *Etica in Internet*, 2002, n.7.

¹² [www.vatican.va] (ultima visita: 4/7/2003).

¹³ PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e Internet*, 2002, n.5.

¹⁴ Cfr. R. RIDI, *Internet in biblioteca*, Editrice Bibliografica, Milano 1996.

¹⁵ [www.chiesacattolica.it/beweb/] (ultima visita: 17/6/2003).

La fenomenologia del religioso in rete		
Siti vetrine	Siti transazionali	Siti interattivi
<p><i>La rete per una comunicazione di tipo broadcasting</i></p> <p>Per informare sulla realtà religiosa e fornire contenuti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informazioni sulla Organizzazione • News • Documenti del Magistero • Materiale per la pastorale 	<p><i>La rete come canale di accesso</i></p> <p>Per estendere a tutti l'accesso alle applicazioni di tipo transazionale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consultazione cataloghi • Utilizzo di motori di ricerca • Servizio di biblioteche digitali 	<p><i>La rete come strumento di dialogo</i></p> <p>Per l'evangelizzazione, la catechesi, alcune forme di direzione spirituale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accompagnamento spirituale • Formazione a distanza • Preghiera online • Chiese virtuali • Testimonianza

Formazione teologica e comunicazione Internet: nuova frontiera Padova, Sabato 24 maggio 2003 6

La terza categoria contiene i siti interattivi concepiti per favorire l'interazione, sia tra gli utenti e il Web Team, sia tra gli utenti tra di loro. Nel settore religioso, questi siti supportano le attività di apostolato in rete come vengono descritte dal Magistero: «Internet è importante per molte attività e numerosi programmi ecclesiali quali l'evangelizzazione, la ri-evangelizzazione, la nuova evangelizzazione e la tradizionale opera missionaria *ad gentes*, la catechesi e altri tipi di educazione, notizie e informazioni, l'apologetica, governo, amministrazione e alcune forme di direzione spirituale e pastorale»¹⁶. Un sito interattivo può avere anche una sezione vetrina e, eventualmente, una sezione transazionale. Un esempio di sito unicamente interattivo, veramente essenziale (una sola pagina Web) ma particolarmente efficace, è quello di Padre Net e don Server¹⁷ che si propone di ascoltare e di rispondere a domande formulate dagli utenti tramite una semplice "questionario". Il dialogo spirituale avviene semplicemente con lo scambio di messaggi di posta elettronica.

4. IL DIALOGO SPIRITUALE IN RETE

Quando la rete svolge il suo compito più proprio - connettere e permettere scambi reciproci tra persone in maniera interattiva - assistiamo a un dialogo basato sostanzialmente sulla posta elettronica oppure le chat (in modalità "privato"); esistono tuttavia numerose perplessità sulla possibilità di svolgere un dialogo spirituale in rete perché l'interazione in Internet è anonima ed impersonale e ciascuno può, quindi, fare credere di essere ciò che non

¹⁶ PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e Internet*, 2002, n.5.

¹⁷ [www.0721.net/ascolto/] (ultima visita: 4/7/2003). Il sito viene descritto da G. RUGGERI nel *Sussidio Pastorale alle 36ª giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, Paoline, 2002, pp. 37-43.

è. Per esempio le chat richiedono all'utente di registri con un "nick name" di fantasia; una volta entrato in chat, ognuno può dare libero sfogo alla propria fantasia, la propria voglia di essere o apparire perché dietro il "nick name" ci può essere chiunque. Insomma si dialoga per quello che si sente di essere.

Il problema forse più importante nasce quando la relazione in rete viene vissuta come un videogioco dove viene negato la complessità dei problemi e dove tutto è semplice ed accettabile. Siccome per interrompere la relazione basta smettere di rispondere alle e-mail oppure basta chiudere il programma di chat, il dialogo spirituale in rete può essere molto volatile e non impegnativo, anche perché il legame che si crea con l'altra persona è del tutto immateriale.

D'altra parte il dialogo può essere anche molto positivo; per esempio, quando l'anonimato consente ad una persona di dire di sé cose che difficilmente direbbe in un rapporto "faccia a faccia", allora il rapporto diventa molto aperto, vero e confidenziale. Secondo un'operatrice di Punto Giovane¹⁸ «durante le chattate anche solo di una sera i ragazzi si aprono, vengono fuori con la loro solitudine, i loro problemi in famiglia, il loro desiderio di trovare un ragazzo o una ragazza»¹⁹; aggiunge «una cosa che colpisce è il fatto che si presentano spesso con dei nomi che non sono definiti, non si sa se siano uomini o donne e questo dà la possibilità di riraccontarsi, di ripresentarsi, quindi ogni chattata e ogni nuova relazione che si instaura è un modo per ripresentarsi all'altro e per fare una conoscenza sempre più approfondita»²⁰; conclude dicendo che «le relazioni che nascono attraverso la chat, se sono vere, continuano e diventano tanto più profonde proprio perché cadono delle barriere, cadono dei muri che quando ci si trova faccia a faccia invece ci sono. Non sono più solo l'educatrice ma c'è un tentativo anche di essere alla pari»²¹.

Oggi la comunicazione in rete rappresenta un fenomeno di proporzioni incredibili²². Dal mondo giovanile emerge a chiare lettere il desiderio di comunicare. Anche se Internet è un'ottima maschera dietro la quale nascondersi, anche se il dialogo spirituale in rete non è immune di pericoli, è importante prendere atto che la rete offre la possibilità di ascoltare

¹⁸ "Punto Giovane" è un progetto di Pastorale Giovanile della Diocesi di Rimini. Nato nel 1998, la pastorale si svolge sia nel mondo reale che in quello virtuale, tramite il sito [www.puntogiovane.org] (ultima visita 4/7/2003). Il sito contiene numerose informazioni sul progetto.

¹⁹ F. MASTROLONARDO, *Punto Giovane*, in UCS-SICEI (EDS), *www.chiesainrete - Nuove Tecnologie e Pastorale*, Atti del Seminario di Assisi, 9-11 marzo 2000, p.173.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ *Ibidem*.

²² Cfr. AA. VV., *Teenage Life Online: The rise of the instant-message generation and the Internet's impact on friendship and family relationships*, Pew Internet & American Online, June 2001. Disponibile sul sito [www.pewinternet.org] (ultima visita: 25/07/2001).

tante persone che, per diversi motivi, non passano più per i canali istituzionali (parrocchia, oratorio, ecc.).

5. I POSSIBILI MODI DI ESSERE IN RETE

Ora è necessario analizzare i ruoli che possono avere gli utenti in rete. Partendo dalle attività possibili, che derivano dai servizi di Internet, ossia inviare e ricevere messaggi di posta elettronica, navigare nel Web, realizzare un sito Web, creare e promuovere una newsletter, partecipare ai newsgroup, dialogare in chat, ecc., differenzieremo gli utenti secondo due classificazioni distinte ma complementari.



La prima classificazione divide gli utenti in funzione della tipologia delle loro attività in rete. L'utente viene chiamato "passivo" quando, sostanzialmente, utilizza Internet per inviare e ricevere messaggi di posta elettronica oppure per navigare in rete. Invece l'utente "medio" è quello che utilizza alcuni servizi di Internet quali le mailing list e i newsgroup. L'utente diventa propriamente "attivo" quando ha creato il suo proprio sito Web, lo promuove e lo gestisce, oppure quando dialoga regolarmente in rete tramite le chat. Se questa classificazione ordina gli utenti in funzione della loro conoscenza dei servizi Internet, non è capace di distinguere la capacità progettuale dalla capacità attuativa.

Per cogliere meglio questa distinzione proponiamo una seconda classificazione degli utenti che si basa su un modello economico chiamato "Sense & Respond"²³ che prevede due modalità, per un'azienda, di porsi davanti al mercato. La prima modalità, chiamata "Make & Sell", è quella più tradizionale e consiste nel disegnare e progettare

prodotti "a tavolino" e poi cercare di venderli. La seconda modalità, chiamata "Listening & Learning" consiste nell'ascoltare quello che vuole il mercato (per esempio grazie ad Internet) e nell'istruirsi dai comportamenti dei clienti per poi attuare un piano operativo di conseguenza. Questo modello, preso in prestito dal settore economico, può essere utilizzato quasi senza cambiamenti per descrivere la presenza religiosa in rete.

Alcuni utenti sono più portati verso la progettazione e la realizzazione di una presenza religiosa in rete che può avvenire dalla creazione e la promozione di una mailing list, di una newsletter fino alla realizzazione, promozione e gestione di un sito Web religioso. Questi utenti hanno una spiccata capacità progettuale ("Make") e sono poi capace di promuovere e gestire ("Sell") quanto realizzato in rete. Tuttavia il principale difetto di questa modalità è l'alta probabilità di realizzare progetti autistici²⁴ che non favoriscono il dialogo con chi, per qualsiasi motivo, non apprezza il progetto.

Altri utenti, che non sono attratti dalla dimensione progettuale, avranno tendenza ad utilizzare quello che Internet mette a loro disposizione per attuare la loro presenza in rete. La modalità "Listening & Learning" mette l'accendo sull'ascolto dell'altro in tal modo che la persona in ricerca e il sacerdote, il ragazzo e il volontario, si ritrovino allo stesso livello. Per esempio un sacerdote potrà entrare a far parte del Web Team di "Prete online"²⁵ dedicando così tempo all'accompagnamento spirituale in rete. Altri utenti, che svolgono ad esempio volontariato in rete, potranno dedicare ogni sera un periodo del loro tempo per annunciare il Vangelo nelle chat. E' da notare che durante un incontro secondo la modalità "Listening & Learning", non è mai del tutto sicuro sapere chi ha dato e chi ha ricevuto.

5. LA RETE, LUOGO DI COMUNICAZIONE TEOLOGICA

Fino qui la rete è stata presentata come un luogo pubblico dove l'utente è alla ricerca sia di contenuti sia di scambi interattivi. Ma la rete può essere anche un luogo di comunicazione teologica? Se è evidente che la rete può essere vista come un contenitore di risorse teologiche perché esistono numerosi siti Web che contengono contenuti teologici e che ospitano mailing list, newsgroup e chat al cui interno è possibile un dialogo teologico, la rete diventa veramente spazio teologico quando il dialogo in rete verte sull'articolazione critica e la mediazione del sapere della fede.

²³ BRADLEY S. P., NOLAN R. L., *Sense & Respond*, Harvard Business School Press, Boston 1998.

²⁴ Il termine "autistico" viene usato da M. MERLINI nel suo libro *Pescatori di anime*, Avverbi, 1999, per caratterizzare i siti Web autoreferenziali.

²⁵ Il sito [www.pretionline.it] (ultima visita: 7/7/2003) è stato concepito da don Giovanni Benvenuto. Il Web Team è composto di 771 sacerdoti pronti a rispondere agli e-mail degli utenti.

Da una parte la possibilità di questo dialogo è compromesso da alcune caratteristiche negative di Internet quale la "superficialità" che è molto frequente in rete, conseguenza di una cultura postmoderna che valuta positivamente l'episodico e induce a pensare che il momento presente è l'unico che conta. A dire il vero il modo di comunicare la teologia non si coniuga molto bene con la "velocità" presente in Internet dove la ricerca dell'informazione e la conoscenza delle notizie - senza la fatica di una riflessione critica sulle diverse e contraddittorie fonti informative online - sono più importanti che pensare e ragionare.

D'altra parte il dialogo teologico in rete, se vissuto come comunicazione simmetrica e paritaria, può generare due dinamiche molto significative; da un lato c'è una spinta forte a porsi "buone domande"; dall'altro c'è una spinta altrettanto forte a presentare criticamente il sapere della fede. Quale è la condizione affinché queste dinamiche diventino reali? Riportiamo il contributo di G. Lorizio: «La comunicazione del credere avverrà solo nella misura in cui anche nella rete ci sarà una comunicazione testimoniale della fede, perché la vera apologia si coniuga felicemente soltanto con la *martyria*, cioè con la testimonianza»²⁶. In definitiva la domanda - piuttosto urgente - non è cosa dire in rete, ma come dirlo. Una soluzione proviene dalla teologia che, «in quanto teologia fondamentale, oltre che dei contenuti, può offrire anche un paradigma di comunicazione, facendo appello a quel particolare modo di comunicare, che è il modo di comunicarsi di Dio all'umanità e che prende il nome di "Rivelazione"»²⁷. Tuttavia il modello di teologia della Rivelazione deve essere adattato alla cultura attuale perché «se una volta l'uomo era visualizzabile come un essere alla ricerca di una risposta sulla sua vita, adesso è più inquadrabile come una persona in atteggiamento di scelta, selezione, discernimento sulla risposta più adatta e soddisfacente. Deve insomma imparare sia a cercare che a trovare»²⁸.

CONCLUSIONE

La constatazione che tutti oggi fanno, in maniera più o meno cosciente ed esplicita, è che si vive in un mondo secolarizzato. Alcuni si spingono ad ipotizzare la scomparsa della religione oppure dell'avvento di un tempo totalmente non religioso. Ciò non è prevedibile per il fatto che, nonostante l'attuale secolarismo, la religione non solo non è scomparsa dal mondo ma è anche ben presente nel ciberspazio.

²⁶ G. LORIZIO, *La Rivelazione: un Dio che comunica*, in UCS-SICEI (EDS), *www.chiesainrete - Nuove Tecnologie e Pastorale*, Atti del Seminario di Assisi, 9-11 marzo 2000, p.42.

²⁷ G. LORIZIO, *op. cit.*, p.43.

²⁸ A. SPADARO, *op. cit.*, p.27.

Infatti Internet è un luogo dove si possono incontrare utenti più o meno passivi che di Internet conoscono soltanto la posta elettronica e la navigazione nel Web. Altri utenti sono attivi nello sviluppo di una presenza religiosa in rete, sia dal punto di vista progettuale (il sito Web religioso ad esempio), sia dal punto di vista attuativo (partecipazione attiva a discussioni nei newsgroup o nelle chat). Questi utenti attivi si possono dividere ulteriormente in persone in ricerca di senso oppure in operatori pastorali (lo stesso utente può ricoprire una volta il primo ruolo, una volta l'altro). Dall'incontro tra questi due portatori di ruolo nasce il dialogo spirituale online mediato dalla posta elettronica oppure dalle chat.

Internet è anche un luogo di comunicazione teologica perché la sua natura di «mezzo diretto, immediato, interattivo e partecipativo»²⁹ permette ai teologi di svolgere il loro lavoro teologico (riflessione critica sul sapere della fede) e, nel contempo, di testimoniare la propria fede (il vissuto concreto della fede). Siccome la domanda religiosa non esige di avere riferimenti istituzionali per essere soddisfatta, la persona risponde all'impulso religioso cercando in tutte le direzioni, Internet compreso. Allora la presenza religiosa in rete potrebbe ridurre l'attuale spaccatura tra fede e cultura; diventa quindi fondamentale aiutare la persona «a passare dal mondo virtuale del cibernazio al mondo reale della comunità cristiana»³⁰.

²⁹ PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e Internet*, 2002, n.6.

³⁰ GIOVANNI PAOLO II, *op. cit.*, n. 3.