

## **Per una mediologia delle religioni: riflessioni su una storia del cristianesimo in rapporto al sistema dei media**

Fabio Tarzia, Università di Roma “La Sapienza”

**Mediology of religions: reflections on a history of Christianity in relation to the media system.** *The attempt of this article is to think about building a history of Christianity seen through the media system. After a quick survey of the main current research sectors connected to the question of the relationship between religions and the media (especially social media), this paper attempts to identify some theoretical assumptions and a series of methodological supports useful for the realization of the history project medial of Christianity. From the theoretical point of view, the need to intertwine the mediological perspective with the theological and historical one seems certain. From a more specifically methodological viewpoint, within a mediological framework referable to the Toronto school founded by Marshall McLuhan and to that of Régis Debray, a multidisciplinary framework is considered essential in order to reflect the number of solicitations from a series of disciplines, which are illustrated in this article by providing some examples of use.*

**Keywords:** Christianity, media, religion, communication.

*I.* In questo articolo si tenta un primo ragionamento sul rapporto tra mediologia e religioni, o meglio su come studiare le relazioni reciproche tra sistema religioso e sistema dei media dal punto di vista teorico e metodologico della mediologia. Sebbene ci si sforzi di fornire un quadro di riferimento generale, si avverte sin da ora che, nel rispetto di una angolatura “relativistica” per cui sono le singole esperienze religiose a costruire uno specifico rapporto con i media, ci si concentrerà sul cristianesimo cattolico. Come si vedrà nel corso dell’esposizione, inoltre, parlare di questi temi porta naturalmente ad un approccio di tipo storico visto che le stesse confessioni religiose assumono connotazioni diverse in base alle trasformazioni sociali, economiche, mentali, cioè in base ai processi culturali, che dunque possono essere indagati soltanto da un punto di vista diacronico. Le riflessioni “operative” finali sono perciò dedicate al progetto (futuro) di costruzione di un profilo storico del rapporto tra cristianesimo (cattolico) e sistema dei media.

2. Negli ultimi trenta anni abbiamo assistito ad un proliferare di studi sulle relazioni tra religioni e mezzi di comunicazione. Lo sviluppo di questa direzione di ricerca ha coinciso con l'emergere di una serie di teorie nate in ambito più propriamente sociologico che ricollocano la religione tradizionale al centro della costruzione identitaria collettiva. In particolare, il lavoro di Josè Casanova (Casanova 1994) che si pone in aperta polemica con la dominante visione di fine '900 basata sul concetto di secolarizzazione, e quello di Peter Berger che mette in guardia sull'adozione di un punto di vista esclusivamente europeo (secolarizzante appunto), e dunque fuorviante, del fenomeno (Berger 1999), mentre negli stessi anni Manuel Castells, nel secondo volume della sua monumentale trilogia dedicata alla nascita della società in rete significativamente intitolato *Il potere delle identità* (Castells 1997), contrappone le costruzioni collettive basate sullo spazio dei luoghi a quelle liquide dello spazio dei flussi, individuando una serie di identità resistenziali che in buona parte nascono da fondamenti religiosi.

Tale “riposizionamento” del fattore “R” (Pace 2016) ha spronato la ricerca verso due direzioni fondamentali, spesso intrecciate tra di loro: da un lato l'approfondimento delle relazioni in generale tra media e fenomeni religiosi, con particolare attenzione agli ultimi cinquanta anni e al passaggio tra mass media e new/social media; dall'altro il rapporto tra religioni e re-incantamento tecnologico, e dunque alla nascita di veri e propri fenomeni di religiosità digitale.

Lungi dal voler presentare qui uno stato dell'arte esaustivo degli studi riferibili a questo doppio ambito, che comporterebbe un repertorio bibliografico a parte (peraltro già allestito in maniera attenta e particolareggiata: Vitullo, 2021), è nostra intenzione invece osservare alcune costanti teoriche e metodologiche che caratterizzano tale approccio e che possono tornare utili per il discorso svolto successivamente.

Gli studi in questione, per ciò che concerne il primo punto, si muovono in un contesto tipico della sociologia della comunicazione e dei communication studies. In pochissimi casi vanno indietro nel tempo e mantengono un approccio disciplinare per così dire eco-sistemico, individuando negli ultimi decenni una sorta di svolta epocale, un taglio sincronico netto con la diacronia, in concomitanza con l'avvento dei new/social media. In particolare, secondo la

teoria di Stig Hjarvard (2008), gli ultimi venti anni sarebbero stati sconvolti da un devastante processo di “mediatizzazione delle religioni” per cui, essendo divenuti i media una sorta di sistema del tutto autoregolato, esso provocherebbe nelle istituzioni, comprese quelle religiose, un “adeguamento”. Prenderemo come esempio di tale impostazione il numero monografico di *Problemi dell’informazione* (3) del 2019, intitolato “Papa Francesco e i media”, che si basa proprio su tali presupposti teorici. I vari articoli presenti nella rivista si muovono con perizia nella strategia comunicativa di Francesco, descrivendola, individuandone gli aspetti di novità, analizzando lo spazio riservato alla sua figura nei mezzi di comunicazione, di come questi lo rappresentino. L’impressione però è che manchino riferimenti al retroterra culturale e teologico a cui il papa continuamente si rifà, e in particolare alla sua formazione e appartenenza all’ordine dei gesuiti, che come è noto ha plasmato i massimi esperti di comunicazione nati nel seno della Chiesa nella storia del cattolicesimo. Quel che manca in questi studi, pure importanti e assolutamente coerenti, insomma, è l’attenzione nei confronti degli aspetti storici e teologici, attenzione che permetterebbero di misurare il reale impatto dei media su strutture istituzionali così legate alla tradizione. Non si tratta soltanto, cioè, di una questione di comunicazione, intesa spesso come mera strategia comunicativa, ma anche del processo attraverso il quale l’identità collettiva si costituisce in relazione agli ambienti mediali. Su questo punto torneremo tra breve.

Per quanto riguarda l’altro versante, cioè lo studio delle religioni in rete, che ha avuto a sua volta uno sviluppo notevole negli ultimi anni, e in particolare in alcune scuole particolarmente attive, come quella coordinata da Heidi Campbell (Campbell 2010), si può aggiungere una ulteriore osservazione. È stata notata una diversa attenzione da parte delle varie religioni monoteiste rispetto alla presenza digitale (Vitullo 2021, pp. 43-55). Sembrerebbe a tal proposito di poter descrivere una quadro così riassumibile: una certa apertura dell’ebraismo e dell’islam, una certa resistenza cattolica, una proliferazione soprattutto nelle sette e nelle confessioni protestanti ed evangeliche ed americane. Tale differenziazione è spiegata in base ad un procedimento di “negoziiazione” tra le varie religioni e i nuovi ambienti mediali. Una metodologia d’analisi molto accurata basata su

strumenti di indagine etnografica, testuale e sulle interviste (Vitullo 2021, pp. 109-120), fornisce una minuziosa descrizione di un simile processo. Quel che sembra mancare, anche qui, è un preventivo punto di vista teologico. Il diverso impatto dei media, e la loro interazione con le diverse religioni, infatti, dipende alla radice dalla struttura teologica e dogmatica delle stesse. Solo tale aspetto spiega il successo delle tecnologie digitali in un mondo quale quello evangelico basato sul rapporto individuale o settario con Dio, che si adatta perfettamente a società basate sul consumo maturo; e spiega al contempo la difficoltà cattolica, grande istituzione di mediazione, che non può non continuare a concepire come approccio privilegiato quello dall'uno ai molti, dunque mass-mediale, piuttosto che quello dai molti ai molti (social). Non si tratta dunque solo di "negoziazione" (secondo la terminologia degli studi del settore comunicativo) ma di come il sistema teologico fondante si fondi, incontri e scontri con quello degli ambienti mediali con cui di volta in volta si trova ad interagire, aspetto che varia da religione e religione a seconda della sua struttura identitaria formatasi nel tempo (spesso piuttosto lungo).

3. Ernst Troeltsch, nel suo celebre testo *Le dottrine sociali della Chiesa e dei gruppi cristiani* (Troeltsch 1912), un vero e proprio classico della sociologia delle religioni non a caso nato nello stesso periodo della fondativa *Etica protestante* di Weber (1905), sosteneva che per fare sociologia del cristianesimo fosse necessario un triplice approccio: quello sociologico appunto, quello teologico e quello storico. La cosa appare ancora oggi fondamentale, anche quando ci si sposta da un versante eminentemente sociologico ad uno riguardante lo studio della comunicazione. Considerare infatti il sistema dei media come autonomo e con regole proprie non tiene conto che anche esso si trasforma, si costruisce in rapporto ai sistemi ideologici e ai loro sviluppi storici. Il punto sarà allora osservare come ciò avvenga in relazione alle diverse religioni (nel loro edificio teologico) e ai diversi momenti della trasformazione storica della società.

Questo tipo di approccio è possibile solo adottando una prospettiva mediologica, secondo cioè l'impostazione riferibile agli studi di Marshall McLuhan. La nota concezione dello studioso fondatore della scuola di Toronto,

vale la pena di riassumerla brevemente, concepisce i media non semplicemente come canali comunicativi che consentono al messaggio di raggiungere i suoi destinatari, ma come degli ambienti che modificano e costruiscono il messaggio stesso (McLuhan 1962 e 1964). I media sono per lui delle estensioni dei sensi e riguardano sfere e contesti che normalmente gli studiosi di comunicazione pura non contemplano. Secondo la fertile lezione del suo maestro, Harold Innis, ad esempio, gli spazi, le vie di comunicazione e i supporti comunicativi sono in stretta relazione tra di loro e contribuiscono a costruire delle identità collettive quali quelle imperiali: in altre parole sono anch'essi media (Innis 1950). Su questa strada si pongono anche i suoi successori e allievi, in particolare Derrick De Kerckhove. Tutti e tre questi studiosi hanno lavorato su tali concetti all'interno di vasti ragionamenti di carattere storico, occupandosi nella tessitura del quadro generale anche di religioni, e soprattutto di cristianesimo. McLuhan, in effetti, lo fa in maniera sporadica, soprattutto sollecitato in alcune interviste, quasi che il suo essere cattolico praticante gli impedisse di analizzare in profondità e con continuità questi temi (McLuhan 1999). Innis se ne era occupato nel contesto del suo già citato saggio sugli imperi, mentre De Kerckhove vi dedica un solo testo in cui soprattutto sottolinea la centralità della scrittura nella ideazione del cristianesimo (De Kerckhove 1990).

Pur nella complessità dell'assunto teorico (Ragone 2019), si può dire che l'insieme dell'approccio della scuola di Toronto, a cui bisognerebbe aggiungere il testo di Walter Ong *Oralità e scrittura* (1982) tenda a mettere in luce il carattere del sistema mediale come fabbrica di senso e dunque come ambiente dentro il quale si formano anche le religioni.

Da una angolatura che appare diversa, Régis Debray in *Vita e morte dell'immagine* (Debray 1992) fornisce uno degli esempi più riusciti (forse il migliore) di mediologia delle religioni, sebbene anche in questo caso tale aspetto riguardi solo alcuni dei capitoli dell'opera. Egli sostiene la tesi opposta a quella di De Kerckhove, e cioè che il cristianesimo adotti l'immagine come medium privilegiato e non che debba il suo sviluppo alla potenza fondativa della scrittura. Al di là della questione della centralità di questo o di quel medium, il punto di vista appare diverso. Debray infatti tende a sottolineare che la progressiva scelta

dell'immagine, per niente scontata all'inizio della storia del cristianesimo, derivi da un preciso fondamento teologico, cioè dal fatto di essere una religione basata sulla mediazione mondana: il Dio cristiano, a differenza di quello ebraico e islamico, non è distante e avulso dal mondo, ma si è fatto carne, dunque è immaginabile e rappresentabile: è immagine.

Si tratta di due conclusioni diverse insomma che partono anche da presupposti diversi. Se nel primo caso è l'ambiente mediale che influisce in modo potente sul sistema ideologico, nel secondo sembra quasi che quest'ultimo scelga più o meno coscientemente di volta in volta l'ambiente mediale più adatto.

Su una posizione dialogante e bidirezionale, per così dire, si pongono altri due studi, a loro volta non totalmente dedicati all'aspetto religioso, ma tendenti a fornire un quadro storico più generale che include tale aspetto. In primo luogo, il libro di Elizabeth Eisenstein (Eisenstein 1983) dedicato ai rapporti tra invenzione della stampa e nascita dell'Europa moderna. Secondo la studiosa, la stampa ebbe un impatto notevole sulla Riforma e ne decretò lo straordinario successo proprio perché strettamente vicina all'idea luterana di rottura della mediazione ecclesiastica e di valorizzazione della comunicazione individuale e interiore diretta tra uomo e Dio. Il libro velocizzato nella sua diffusione dalla nuova tecnologia si presta perfettamente a garantire questo rapporto diretto. Il punto è che Lutero stesso si meraviglia del successo delle sue 95 tesi. Nella sua mente l'idea "rivoluzionaria" della scioglimento della funzione di mediazione era solo una delle tante espresse in quel documento e mai si sarebbe aspettato un tale sviluppo. Dunque, come leggere questo significativo episodio? È la stampa, con le sue prospettive di "individualizzazione del culto" che ha suggerito a Lutero la sua intuizione? O la sua risistemazione teologica è nata indipendentemente, finendo poi per essere trainata e trascinata grazie alle specifiche potenzialità del nuovo medium che si abbinava perfettamente ad alcuni principi teologici luterani? La risposta è forse impossibile, se non ipotizzando che livelli molteplici di "evoluzione" o meglio di cambiamento, i quali spesso procedono parallelamente e a velocità diverse, in certi frangenti storici vadano a confliggere, producendo un effetto di sincronia in cui finiscono per darsi senso l'un l'altro. A complicare ancora di più il quadro c'è poi l'impatto che la stessa stampa ebbe sul mondo

contro-riformista cattolico, che sfruttò la nuova invenzione per fini di diffusione del proprio Credo (attraverso la moltiplicazione dei libelli devozionali, le immagini sacre etc. ad uso dei sacerdoti che li utilizzavano e diffondevano) ma anche per il controllo capillare della dottrina (ad esempio la stampa permise di uniformare le norme per i confessori e di inviare ovunque *Indici* dei libri proibiti omologati e di volta in volta ampliabili).

Su un'altra posizione ancora si pone Gabriele Frasca in un suo capitolo dedicato a Paolo di Tarso e alla sua funzione di grande diffusore del messaggio cristiano (Frasca 2015). Secondo Frasca la scelta-invenzione di un nuovo medium, l'epistola letta ad alta voce alle comunità sparse per il mondo, rappresenterebbe un caso di convergenza mediale tra oralità e scrittura con effetti evidenti di ri-mediazione (Bolter & Grusin 1999). Tale ideazione risponderebbe ad un preciso presupposto teologico: la nascente religione poggia su fondamenti certamente missionari e universalistici, ma inseriti in un contesto limitato nel tempo e nello spazio. La visione paolina è infatti ancora apocalittica; il tempo che egli vede davanti a sé risulta scarso e lo spazio del mondo si dimostra reticolare, organizzato dalle strade e dai centri urbani dell'impero. Le lettere paoline producono così dei veri e propri centri d'ascolto che assomigliano a quelli radiofonici di millenni dopo, con un effetto di propagazione subitaneo, a contagio, ma non omogeneo. La teologia paolina quindi da un lato si adatta allo spazio imperiale romano, ma dall'altro immagina ambienti medialità nuovi che favoriscano tale programma teologico. Appare qui chiaro (nel momento cruciale della fondazione) come non si tratti dunque di "negoziare" o di "ri-negoziare" i rapporti con il sistema mediale, secondo un termine caro ai sociologi della comunicazione: non è semplice adattamento, ma selezione di media e ri-mediazione degli stessi fino alla costruzione di qualcosa di nuovo. Il cristianesimo cattolico da quel momento avrà proprio in questa operazione una delle sue strategie vincenti: muoversi dentro cioè il più ampio ventaglio di opzioni medialità e inventarne di nuove.

4. La questione finale, e veniamo alle conclusioni, sarà dunque come impostare una storia del cristianesimo dal punto di vista mediologico,

considerando che mancano esempi in tal senso e che anche prove di analisi diacroniche più generali (cioè non centrate sul fattore religioso) scarseggiano (a questo proposito, oltre ai titoli già citati di Innis e McLuhan, andrebbe segnalato l'unico lavoro recente di ricostruzione storica dello sviluppo mediale dalle origini umane alla fine dell'ancien régime ad opera di Stefano Cristante, uscito nel 2020).

4.1. In primo luogo forniremo alcuni spunti di riflessione, che riassumono le osservazioni fin qui portate avanti.

a) *Angolatura teologica*. Per capire come una religione si ponga di fronte al sistema mediale è necessario studiare la sua organizzazione teologica. Ad esempio, come ha ben dimostrato Régis Debray, il cristianesimo cattolico, basato sul concetto di incarnazione, apre immediatamente alla possibilità della rappresentazione del Dio-uomo e del suo "Sistema" (santi, angeli, personaggi, vicende, avvenimenti etc.). Al contrario, se Dio è distante, come quello ebraico che si è ritirato al momento della creazione, o come quello islamico che tutto regge dalla sua imperscrutabile lontananza, o addirittura come quello riformato, cioè luterano, calvinista e puritano, che tutto ha predestinato, allora la sua prerogativa sarà appunto la non rappresentabilità. Di lui sarà possibile conoscere solo il Verbo, la Voce, comunicato agli uomini attraverso la scrittura. È evidente come qualsiasi studio sui media cattolici, anche il più attualizzante e spostato sulle mere strategie comunicative, non possa prescindere da questo assunto teologico costitutivo.

Il punto però è che tali strutture teologiche non sono sempre monolitiche. Nella sua fondazione il cristianesimo appare almeno bipolare, ebraico e greco allo stesso tempo, dunque di fatto legato alla scrittura e all'immagine allo stesso tempo (paradossalmente De Kerckhove e Debray hanno entrambi ragione). Se ne deduce che l'organizzazione teologica cristiana-cattolica implichi *ab origine* un assetto multimediale, convergente e portato alla ri-mediazione continua.

b) *Assetto storico-strutture di tradizione*. Duemila anni di Storia e di relazione con il mondo sociale e mentale fanno intendere che un sistema del genere non sia immobile e che dunque vada rapportato agli sviluppi dell'assetto

sociale stesso nella sua trasformazione continua (Pace 2016). Oltre all'attenzione costante verso la teologia appare decisiva l'osservazione del contesto storico sociale nella sua lunga durata, anche e soprattutto quando ci si occupa di contemporaneità. Il cristianesimo è infatti una struttura di tradizione e rielabora continuamente i suoi archetipi, adattandoli alle mutate condizioni. Gli studi di sociologia della comunicazione si concentrano al contrario sulle brevi durate, sui tagli sincronici (arrivando al massimo alle encicliche dedicate ai primi del Novecento ai media elettrici), non considerando che determinate soluzioni hanno una lentissima genesi. Questa lunga sedimentazione e la sua funzione si capiscono osservando lo stile delle encicliche papali, che di fatto corrispondono ad un vero e proprio medium che trae la sua potenza comunicativa dalla continua citazione di autorità del passato le quali infondono senso, autorevolezza e veridicità al discorso.

Tale affermazione non è solo una precisazione accademica. Il punto è che se non si tiene conto dell'intera struttura così come si è venuta a configurare si rischia di isolare, illuminare, dotare di importanza figure e situazioni che in realtà si inseriscono perfettamente in una logica di lunghissima durata e non ne rappresentano per forza una cesura. Una per tutte, quella di Giovanni Paolo II, la cui "politica" missionaria è assolutamente in tono con consolidate esperienze della tradizione cattolica e la cui scelta mediale centrale, quella televisiva, non è che l'ennesima opzione per una comunicazione dall'uno-centro verso i molti, secondo l'archetipo di Paolo di Tarso, certo diversissimo per ambiente ed effetti, ma simile nell'impostazione archetipica mentale e culturale. Appare completamente diverso, invece, l'atteggiamento di papa Bergoglio che da una angolatura gesuitica sceglie il mondo nel suo caos globalizzato, calando la Chiesa al suo interno in una posizione non più sovrastante. In questo caso bisognerà interrogarsi su come una simile concezione della Chiesa come "network globale" (La Bella 2019) si espliciti poi nella scelta mediale e non solo nei linguaggi e nella strategia comunicativa (semplicità, quotidianità, umiltà, tenerezza etc.). In altri termini quanto la scelta ideologica e teologica della Chiesa come "ospedale da campo dopo la battaglia" sia in grado di rifunzionalizzare e ri-mediare il nuovo

assetto dei social media e della “platform society” (Van Dijck, J., Poell, T., De Waal, M. 2018).

c) *Società-Immaginari*. La forza del cristianesimo sta dunque nella sua multimedialità che di volta in volta si combina con gli stravolgimenti epocali. A questo proposito un punto centrale di analisi dovrebbe essere quello del rapporto tra “ideologie” e “mentalità”, cioè tra teologia e immaginari: è questo rapporto che costruisce, o meglio, che contribuisce a costruire l’assetto sociale. Qui entra in campo un’altra disciplina, quella cioè della sociologia degli immaginari (Ragone 2015; Tarzia 2015). Per ciò che riguarda il discorso che stiamo qui svolgendo, bisognerebbe quindi tenere presente che la chiesa cristiana-cattolica costruisce in maniera progressiva la sua ideologia (intesa non in senso marxista di falsa coscienza ma di sistema di idee-base razionalizzate dalle élites), la quale tuttavia si intreccia con gli immaginari, i grandi sistemi simbolici collettivi che fanno emergere archetipi, li diffondono, esprimendo paure e desideri, proponendo soluzioni, “risolvendo problemi”. Solo da questa interazione complessa si delimita il quadro ampio all’interno del quale si organizzano i sistemi multimediali che costruiscono l’identità Cattolica (Tarzia 2009; Tarzia e Ilardi 2015).

4.2. In secondo luogo, e con uno sguardo agli studi di mediologia citati che già in se stessi appaiono spuri e “sporchi”, faremo cenno (senza pretesa di esaustività bibliografica) ad una serie di ambiti metodologici utili per la costruzione di un simile progetto. In effetti una multidisciplinarietà eccentrica sembra l’unico modo per uscire dalle bibliografie spesso ecosistemiche degli studi di comunicazione, posto, naturalmente, che tali studi entrano di diritto nella lista di apporti che ci apprestiamo a compilare.

a) L’analisi di contenuto non basta. È necessario capire, interpretare il testo, sia esso letterario in senso lato (pensiamo ai vangeli), cinematografico (pensiamo ad un’opera come *Silence* di Martin Scorsese del 2016), istituzionale (pensiamo alle encicliche), o d’altro tipo ancora. L’analisi testuale consente infatti di penetrare nelle profondità di una mentalità, sia essa arcaica o contemporanea, svelarne l’assetto metaforico ampio, sociale, e mediale, se è vero che ogni testo complesso non opera semplicemente una ri-mediazione, non include

semplicemente altri media, ma introietta, metaforizzandolo, un processo mediale (Ragone 2019). Sarebbe qui assai utile recuperare alcuni classici normalmente collegati a discipline lontane. Un solo esempio: *Mimesis* di Eric Auerbach (Auerbach 1946) le cui osservazioni sulla costruzione dello stile e del quadro metaforico si spingono in taluni casi (ad esempio nello studio del “modo” omerico in riferimento a quello biblico ed evangelico) ai confini della mediologia.

b) Di grande importanza appare poi l’ampio versante degli studi di filologia classica, soprattutto omerica, e greca in genere, che hanno aperto di fatto la strada alle ricerche di mediologia. In particolare vanno segnalati i lavori di Milman Parry (Parry 1971), Albert Lord (Lord 1960), fino ai più recenti di Eric Havelock (Havelock 1963) e di Livio Sbardella (Sbardella 2012). In stretta relazione con essi, ma su un versante più esplicitamente antropologico, andrebbero poi recuperati i testi di Marcel Jousse sul *modus* predicandi di Gesù e sul rapporto tra oralità viva e scrittura “mortifera” nel mondo aramaico-palestinese (Jousse 1974 e 1975).

c) Da esplorare con attenzione il settore degli storici della filosofia, che spesso, soprattutto per quel che riguarda il medioevo, approdano a riflessioni di carattere mediologico. Penso ad esempio al libro di Maria Bettetini dedicato all’iconoclastia (Bettetini 2006).

d) Stesso discorso andrebbe fatto per gli storici del libro che in in alcuni casi dimostrano una spiccata attenzione ai meccanismi mediali, a partire dalle ricerche coordinate da Guglielmo Cavallo e Roger Chartier (Cavallo & Chartier 1995) e a quelle di Armando Petrucci (Petrucci 1977), fino agli studi di Robert Darnton sulla rivoluzione francese (Darnton 1984).

e) Collegato a questi ambiti è poi, naturalmente, il vastissimo orizzonte degli storici delle mentalità, che hanno spesso lavorato al confine tra immaginari e ambienti mediali. Qui si tratta veramente di una ricerca ampia da svolgere e che potrebbe dare frutti molto interessanti. Un solo esempio, quello del ragionamento che Georges Duby fa sulle cattedrali romaniche e gotiche come grandi macchine scenografiche e multimediali (Duby 1984).

f) Identica operazione esplorativa andrebbe condotta tra gli storici del cristianesimo. Anche qui alcune citazioni. Maurice Sachot, ad esempio, che studia

il rapporto tra proclamazione sinagogale e nascita del cristianesimo (Sachot 1998) o gli ampi affreschi di Adriana Destro e Mauro Pesce sulla quotidianità della predicazione di Gesù e sugli spazi e sui luoghi del suo agire (Destro & Pesce 2008).

g) Infine: tornare ai classici della sociologia delle religioni, che offrono apporti metodologici sempre fertili, e a quelli più recenti attenti alle questioni comunicative ma soprattutto mediali (Pace 2016).

5. In conclusione: il discorso fin qui svolto non ha carattere esaustivo e vuole essere solo un primo sondaggio in vista di un percorso di ricerca che approdi alla stesura di una storia del cristianesimo osservata da una angolatura di tipo mediologico. Le indicazioni di carattere bibliografico necessitano di un ampliamento vasto, anche dal punto di vista delle varie discipline eventualmente utilizzabili. Le coordinate tracciate, gli strumenti descritti, sono relative al mondo e alla storia cattolica, ma in alcuni casi (pensiamo soltanto alle sollecitazioni date dalla questione delle immagini, utile per analizzare ad esempio l'ebraismo e l'islam, o l'evangelismo americano) possono essere verosimilmente sviluppate, in parte o con ridefinizioni e ampliamenti, in altri contesti religiosi (oltre che per comparazioni che siano utili alla comprensione più profonda del cristianesimo stesso). L'assunto teorico di fondo, tuttavia, per cui per capire l'assetto comunicativo e di relazione con i media è necessario rapportarsi e confrontarsi con l'edificio teologico e con la configurazione storica nel suo processo lento, resta verosimilmente valido in qualsiasi approccio riferibile agli ambiti religiosi.

### **Riferimenti bibliografici**

- Auerbach, E., 1946, *Mimesis. Dargestellte Wirklichkeit in der abendländischen Literatur*, A. Francke, Bern.
- Berger, P., 1999, *The desecularization of the World. Resurgent Religion and World Politics*, Ethics and Public Policy Center, Washington D.C.
- Bettetini, M., 2006, *Contro le immagini. Le radici dell'iconoclastia*, Editori Laterza, Bari.

*Per una mediologia delle religioni:  
riflessioni su una storia del cristianesimo in rapporto al sistema dei media*

- Bolter, J. D. & Grusin R., 1999, *Remediation. Understanding New Media*, The MIT Press, Cambridge Ma.
- Campbell, H., 2010, *When Religion meets New Media*, Routledge, New York.
- Casanova, J., 1994, *Public Religions in the Modern World*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Castells, M., 1997, *The information Age: Economy, Society and Culture. Vol. II: The Power of Identity*, Blackwell Publishing Ltd, Oxford.
- Cavallo, G. e Chartier, R. (a cura di), 1995, *Storia della lettura*, Laterza, Bari.
- Cristante, S., 2020, *Storia sociale della comunicazione. Dai primordi alle rivoluzioni della modernità*, Egea, Milano.
- Darnton R., 1984, *The Great Cat Massacre and Other Episodes in French Cultural History*, Basic Books, New York.
- De Kerckhove, D., 1990, *La civilisation vidéo-chrétienne*, Editions Retz, Paris.
- Debray, R., 1992, *Vie et mort de l'image*, Édition Gallimard, Paris.
- Destro, A. e Pesce, M., 2008, *L'uomo Gesù. Giorni, luoghi, incontri di una vita*, Mondadori, Milano.
- Duby, G., 1984, *L'Europe au Moyen Âge. Art roman, art gothique*, Flammarion, Paris.
- Eisenstein, E. L., 1983, *The printing revolution in early modern Europe*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Frasca, G., 2015, *La letteratura nel reticolo mediale. La lettera che muore*, Luca sossella editore, Roma.
- Havelock, E. A., 1963, *Preface to Plato*, Harvard University Press. Cambridge Massachusetts.
- Hjarvard, S.M., 2008, "The Mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change", in *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, vol. 6, pp. 9-26
- Innis, H. A., 1950, *Empire and communications*, Oxford University Press, Oxford.
- Jousse, M., 1974, *L'Anthropologie du Geste*, Editions Gallimard, Paris.
- Jousse, M., 1975, *La Manducation de la Parole*, Gallimard, Paris.
- La Bella, G., 2019, *I gesuiti. Dal Vaticano II a Papa Francesco*, Guerini e Associati, Milano.
- Lord, A. B., 1960, *The Singer of Tales*, Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- McLuhan, M., 1962, *The Gutenberg Galaxy. The making of Typographic Man*, University of Toronto Press, Toronto.
- McLuhan, M., 1964, *Understanding Media. The extensions of Man*, McGraw-Hill Education, New York.
- McLuhan, M., 1999, *The medium and the light. Reflections on Religion*, Stoddart Publishing Co., Toronto.

- Ong, W., 1982, *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*, Methuen, London and New York.
- Pace, E., (2016), *Sociologia delle religioni*, Bologna, FondamentaEDB.
- Parry, A. (a cura di), 1971, *The Making of Homeric Verse. The Collected Papers of Milman Parry*, Clarendon Press, Oxford.
- Petrucci, A., 1977, “La concezione cristiana del libro fra VI e VII secolo”, in Cavallo G., 1977, *libri e lettori nel medioevo*, Laterza, Bari, pp. 5-25.
- Ragone, G., 2015, “Radici delle sociologie dell’immaginario”, in *Mediascapes journal*, 4, pp. 63-75
- Ragone, G., 2019, *Per la mediologia della letteratura. Dieci saggi*, Aracne, Roma.
- Sachot, M., 1998, *L’invention du Christ. Genèse d’une religion*, Éditions Odile Jacob, Paris.
- Sbardella, L., 2012, *Cucitori di canti. Studi sulla tradizione epico-rapsodica greca e i suoi itinerari nel VI secolo a.C.*, Edizioni Quasar, Roma.
- Tarzia, F., 2009, *Mondi minacciati. La letteratura contro gli altri media*, Liguori, Napoli.
- Tarzia, F., 2015, “La sociologia della religione: una disciplina in via d’estinzione?”, in *Il Ponte*, 10, pp. 39-43.
- Tarzia F., Ilardi E., 2015, *Spazi (s)confinati. Puritanesimo e frontiera nell’immaginario americano*, manifestolibri, Roma.
- Troeltsch, E., 1912, *Die Sozialleben der christlichen Kirchen und Gruppen*, Mohr, Tübingen.
- Van Dijck, J., Poell, T., De Waal, M., 2018, *The platform society: public values in a connective world*, Oxford University Press, New York.
- Vitullo, A., 2021, *I religionauti. Studiare l’uomo religioso al tempo del web*, Morcelliana, Brescia.