

Die denkweise der Millennials und der „Generation Z“ kennen lernen

*Zur Kommunikation gehören mehrere Komponenten, die wir ernsthaft in Betracht ziehen müssen. Zunächst einmal der **Absender**, der die **Nachricht** kodiert, indem er das **Medium** wählt, über das die Nachricht vom Absender zum **Empfänger** übertragen wird. Der Empfänger wiederum analysiert die Nachricht in ihrem Kontext und interpretiert sie entsprechend der Absicht des Absenders oder auf eine andere Weise. Schließlich zeigt die **Rückmeldung**, wie gut die Botschaft angekommen ist. Jeder Versuch, Christus heute zu kommunizieren, beginnt damit, die Denkweise der heutigen jungen Generation zu verstehen. Dieser kurze Artikel wird sich mit diesem Thema befassen.*

Eine Generation ist eine Gruppe, die anhand ihres Geburtsjahres und bedeutender Ereignisse identifiziert werden kann, die ihre Persönlichkeit, ihre Werte, ihre Erwartungen, ihre Verhaltensqualitäten und ihre Motivationsfähigkeiten geprägt haben. Soziologen bezeichnen die Generation der zwischen 1943 und 1960 Geborenen als „*Baby Boomers*“. Die *Generation X* umfasst diejenigen, die zwischen 1961 und 1979 geboren wurden. *Millennials* (auch *Generation Y* genannt) sind die zwischen 1980 und 2000 Geborenen. Zur *Generation Z* gehören diejenigen, die nach 2000 geboren wurden.

Die **Absender** sind die salesianischen Pastoren-Erzieher und die Jugendleiter. Die **Empfänger** sind die Jugendlichen und jungen Erwachsenen von heute, die hauptsächlich aus den Millennials und der Generation Z bestehen. Daher wird sich diese Präsentation auf den Versuch konzentrieren, ihre Denkweise zu verstehen, um Wege zu finden, ihnen unsere **Nachricht**, Jesus Christus, zu übermitteln. Wir können unsere Augen nicht vor

der Realität der „digitalen Kluft“ verschließen, die die enorme und wachsende soziale Ungleichheit zwischen denjenigen, die leichten Zugang zum Internet haben, und denjenigen, die keinen haben, insbesondere vielen jungen Menschen, widerspiegelt. Die sozioökonomischen Faktoren der digitalen Kluft sind also wichtige Varianten, die es zu berücksichtigen gilt, doch werden hier die Merkmale vorgestellt, die allgemein in allen Kontexten zu finden sind. Eine wichtige Reaktion auf diesen Artikel besteht darin, das hier Dargestellte mit dem spezifischen Kontext des Lesers zu vergleichen.

MILLENNIALS

Die heutigen Millennials sind etwa zwischen 20 und 41 Jahre alt. Sie haben den Umgang mit Technologie gelernt und sind früher als frühere Generationen von ihr abhängig geworden. Die jüngsten Millennials können sich ein Leben ohne Smartphones und das Internet gar nicht mehr vorstellen. Sie gehören zu einer Generation, die über soziale Medien extrem vernetzt ist. Sie leben in einem Zeitalter, in dem ein einziger Beitrag unzählige Menschen erreichen und sprachliche, kulturelle und geografische Barrieren überwinden kann. Das hat in ihnen den Wunsch geweckt, alle gewünschten Informationen zu erhalten und sofortige Antworten und Rückmeldungen zu geben.

Millennials wollen einbezogen werden, indem sie die Möglichkeit haben, ihre Gedanken mitzuteilen, denn sie lieben es, Ideen zu teilen und die beste auszuwählen. Sie wollen Teil des Gesprächs sein, indem sie zuhören und mitreden. Wenn ihre Meinung gehört wird, fühlen sie sich wertgeschätzt und sind bereit, sich für etwas zu engagieren, dem sie sich zugehörig fühlen. Millennials wollen, dass ihr Glaube ganzheitlich in ihr Leben integriert wird, auch im Bereich der Technologie.

Millennials sind die *App*-Generation. Apps sind für sie zu einem Werkzeug geworden, um zu kommunizieren, Informationen zu verarbeiten, Waren zu kaufen oder sogar Heilige Schriften zu lesen und zu beten. Sie sind technisch versiert und nutzen Apps bis zu zwei Stunden pro Tag. Sie wollen entdeckt werden.

Sie sind optimistisch und möchten sich mit anderen austauschen, wobei sie es vorziehen, mit Texten zu kommunizieren. Sie sind auf das ‚Jetzt‘ konzentriert, neigen aber dazu, idealistisch zu sein.

DIE GENERATION Z

Zur Generation Z gehören heute alle, die 21 Jahre alt oder jünger sind. Sie sind die ersten, denen das Internet zur Verfügung steht. Sie sind Digital Natives, weil sie von klein auf mit dem Internet, sozialen Netzwerken und Handys in Berührung gekommen sind. Sie nutzen das Internet, um Kontakte zu knüpfen, ohne zwischen den Freunden, die sie online treffen, und denen in der realen Welt zu unterscheiden. Für sie ist die virtuelle Welt genauso real wie die Welt in ihrer Gegenwart. Sie sind immer verbunden; offline existiert für sie nicht mehr. Sie sind aktive Mitwirkende und große Konsumenten von Online-Inhalten. Sie bevorzugen Websites, um mit anderen zu kommunizieren und zu interagieren, insbesondere über Bilder. Sie bevorzugen es, sich durch die Technologie, die ihnen zur Verfügung steht, zu beteiligen und in Verbindung zu bleiben.



Sie sind kreativ, realistisch und auf die Zukunft ausgerichtet. Sie verfügen über ein breites Bewusstsein für wichtige Themen und Ereignisse und haben ein großes Verlangen, die Wahrheit zu suchen. Aber sie wollen die Wahrheit selbst wählen und entdecken. Die Suche nach der Wahrheit ist in der Tat der Kern ihres typischen Verhaltens und ihrer Konsummuster.

Die Angehörigen der Generation Z nutzen soziale Netzwerke wie Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, TikTok, Tumblr, um sich über soziale Themen, Gesundheit und Ernährung, Spiritualität usw. zu informieren. Aber sie sind auch große Nutzer von anonymen sozialen Plattformen wie Snapchat, Secret,

Whisper, wo jedes kompromittierende Bild fast sofort verschwindet. Da ihnen eine Fülle von Informationen zur Verfügung steht, sind sie pragmatischer und weniger idealistisch als die Millennials. Ihre ständige Abhängigkeit vom Internet könnte dazu führen, dass sie zu viele persönliche Informationen in der virtuellen Welt preisgeben und süchtig nach dem Internet werden. Ihr Charakter wird durch das geprägt, was sie online über sich selbst posten und was andere über sie posten und kommentieren. Unter ihnen gibt eine große Mehrheit auf allen Kontinenten an, religiös zu sein, sich aber nicht unbedingt zu einer Religion zu bekennen: Sie glauben, ohne dazuzugehören, andere gehören dazu, ohne zu glauben. Diejenigen, die behaupten, keiner bestimmten Religion anzugehören, stammen in der Regel aus Familien ohne religiösen Glauben oder aus lauwarmen Christen. Sie sind viel weniger religiös als die Millennials.



SOZIALE MEDIEN

Es stimmt, dass die sozialen Medien authentische zwischenmenschliche Beziehungen etwas behindern könnten. Sie könnten auch als Plattform für die Verbreitung und den Zugang zu Materialien genutzt werden, die moralischen, sozialen und geistigen Schaden anrichten könnten. Die Wahrheit ist, dass jedes Medium das Potenzial hat, für das Böse genutzt zu werden. Es stimmt, dass soziale Medien zum Beispiel dazu genutzt wurden, den Populismus zu globalisieren und Revolutionen wie den Arabischen Frühling und die Gelbwestenproteste in Frankreich auszulösen.

Aber die sozialen Medien haben es den Menschen auch ermöglicht, weltweit miteinander in Verbindung zu bleiben. Sie geben jedem von uns die Möglichkeit, sich gegenseitig über die Ereignisse in unserem Leben auf dem Laufenden zu halten, starke Ideen zu teilen und Menschen einzuladen, Jesus Christus

kennen zu lernen. Die sozialen Medien sind zu unserem virtuellen Hof geworden. Daher ist es wichtig, dass wir das Medium nicht mehr verteufeln, sondern junge Menschen in seiner richtigen Nutzung unterrichten und sein Potenzial für die Evangelisierung entwickeln.

CHRISTUS KOMMUNIZIEREN

Ein glaubwürdiges Zeugnis ist eine wichtige Voraussetzung für die Vermittlung von Christus. In der virtuellen Welt bedeutet Zeugnis **Sichtbarkeit** (wir zeigen unsere katholische Identität auf sichtbare Weise), **Wahrheit** (wir stellen sicher, dass wir die Wahrheit und nicht falsche Nachrichten überbringen) und **Glaubwürdigkeit** (die Bilder, die wir präsentieren, verstärken die Botschaft, die wir vermitteln wollen). Der Glaube muss den Millennials und der Generation Z auf neue und ansprechende Weise vermittelt werden. Das wiederum wird ihnen die Möglichkeit eröffnen, ihren Glauben mit Gleichaltrigen zu teilen. Wir sollten der Versuchung widerstehen, die sozialen Medien mit religiösen Botschaften und Bildern zu bombardieren. Das wird in Wirklichkeit eine große Anzahl junger Menschen entfremden.

Bei der **Erstverkündigung** geht es nicht darum, christliche Lehren zu vermitteln. Das Adjektiv „erst“ ist nicht in einem streng linearen oder chronologischen Sinne als erster Moment der Verkündigung zu verstehen, denn das würde den Reichtum der Verkündigung verarmen lassen. Es ist vielmehr „erst“ in dem Sinne, in dem der Begriff *arché* von den antiken griechischen Philosophen als das Prinzip oder das grundlegende Element verstanden wurde, aus dem alles entsteht, oder das, aus dem alle Dinge geformt werden. Es ist das Fundament einer neuen Evangelisierung und des gesamten Evangelisierungsprozesses.

Die Erstverkündigung zielt darauf ab, eine überwältigende und aufregende Erfahrung zu vermitteln, die den Wunsch nach der Wahrheit und das Interesse an der Person Jesu weckt. Dies führt schließlich zu einem ersten Festhalten an Ihm oder zur Wiederbelebung des Glaubens an Ihn. Die Erstverkündigung ist der Funke, der zur Bekehrung führt. Diese Entscheidung für

Christus ist die **Rückmeldung** der **Nachricht**. Darauf folgt dann der Prozess der Evangelisierung durch das Katechumenat und die systematische Katechese. Ohne die Erstverkündigung, die zu einer persönlichen Entscheidung für Christus führt, wird jede Evangelisierungsbemühung steril sein. Stattdessen besteht die Herausforderung für jeden salesianischen Pastor-Erzieher, für jeden Jugendleiter, für jeden missionarischen Jünger darin, den Millennials und der Generation Z selbst dabei zu helfen, glaubensbasierte Inhalte in den sozialen Medien zu erstellen, die in ihren Altersgenossen das Interesse wecken können, die Person Jesu Christi kennen zu lernen. Es geht nicht darum, Inhalte für die sozialen Medien zu erstellen. Dies ist eine Versuchung, der wir unbedingt widerstehen müssen. Unsere Aufgabe ist es, die Millennials und die Generation Z selbst zu schulen und zu begleiten, damit sie für sich und ihre Altersgenossen in den sozialen Medien glaubensbasierte Inhalte erstellen können, die das Interesse daran wecken, die Person Jesu Christi kennen zu lernen. In der Tat sind die sozialen Medien heute eine privilegierte Plattform, um jungen Menschen Christus zu vermitteln. Es liegt an jedem von uns, sie mit missionarischer Kreativität zu nutzen!

DIE VIRTUELLEN JUGENDUMGEBUNGEN VON HEUTE

Neue Erkenntnisse aus missionarischer Sicht

Umfrage durchgeführt von Juan Carlos Montenegro und Don Alejandro Rodriguez sdb, Provinz San Francisco (SU0), USA.

Die Aufforderung Jesu „So geht nun hin und macht zu Jüngern“ (Mt 28:19) hat für uns auch heute noch eine große Bedeutung. Unsere Liebe zu Christus fordert uns heraus, über unsere Grenzen hinauszugehen und jeden Menschen zu erreichen, insbesondere die Jugend der heutigen Gesellschaft. Um dies zu tun, müssen wir die Realität aus ihrer Sicht sehen, verstehen, wie sie Informationen verarbeiten und wie diese Informationen ihr Verhalten beeinflussen. Unsere Hauptaufgabe als salesianische Erzieher und Evangelisten besteht jedoch darin, sie Christus näher zu bringen und Christus ihnen näher zu

bringen.

Generationsunterschiede können eine Herausforderung sein, die uns nicht dabei hilft, in diesem neuen Hof „voll und ganz“ präsent zu sein, in dem junge Menschen ihre eigene Sprache entwickelt haben, ihre eigenen Regeln, neue Ausdrucksformen und andere Arten von bedeutungsvollen Beziehungen geschaffen haben. Dieser neue Hof ist eine virtuelle Welt, in der junge Menschen heute leben, interagieren, träumen, sich engagieren und leiden. Don Boscos Liebe und sein missionarisches Siegel drängen uns, diese neue Realität mit Hoffnung, Glauben und pastoraler Nächstenliebe zu umarmen.

Wenn wir die neue Realität nicht kennen, mit der die jungen Menschen in der virtuellen Welt konfrontiert sind, werden unser Vorschlag und unsere Begleitung als Erzieher und Evangelisten unbedeutend und irrelevant sein. Der *Salesianische Rahmen für die Jugendpastoral* (2015) fordert uns auf, im „neuen Hof“ präsent zu sein. Mehr denn je müssen wir unseren salesianischen Stil der Präsenz unter jungen Menschen erneuern und anpassen.

Um zu verstehen, was in diesem neuen virtuellen Hof geschieht, hat die Missionsabteilung eine Online-Umfrage auf Kongregationsebene durchgeführt, um unsere jungen Menschen zu verstehen, was sie denken, was sie tun und was sie in Bezug auf Inhalte, Möglichkeiten und Nutzung der sozialen Medien erwarten. An der Online-Umfrage in 6 Sprachen nahmen 1.731 junge Menschen zwischen 13 und 18 Jahren aus 37 Ländern und 6 verschiedenen Kontinenten teil, die in unseren salesianischen Bildungs-Pastoralgemeinschaften leben. Das ist wichtig zu wissen, denn die Antworten von jungen Menschen, die nicht aus dem salesianischen Umfeld kommen, könnten anders ausfallen.

Kernpunkte:

- Es ist bekannt, dass eine verstärkte Internetnutzung bei jungen Menschen mit einer verminderten Kommunikation mit Familienmitgliedern, einer geringeren

Teilnahme am sozialen Leben und einer verstärkten Depression und Einsamkeit einhergeht. Dies sind wichtige Themen, die wir bei der Begleitung in unserer pastoralen Planung berücksichtigen müssen.

- 91% unserer jungen Menschen nutzen Handys für den Zugang zu sozialen Medien. Diese Geräte werden mit Verhaltensproblemen und sogar möglichen gesundheitlichen Problemen in Verbindung gebracht. 75% der Befragten sind mehr als 6 Stunden pro Woche mit dem Internet verbunden, in einigen Fällen sogar mehr als 20 Stunden. Der Internetzugang hat viele Auswirkungen, z. B. auf die Entwicklung von sozialen Fähigkeiten, Beziehungen, Wissen usw.



- Die befragten Jugendlichen glauben, dass die größten Bedrohungen bei der Nutzung sozialer Medien Online-Mobbing, Pädophilie, Fake News, Belästiger und Hacker sind. 26% unserer jungen Leute geben an, schon einmal gemobbt worden zu sein.

- Aufgrund mangelnder Beaufsichtigung und/oder Ausbildung und Betreuung sind junge Menschen Inhalten für Erwachsene ausgesetzt. Die dringendste erzieherische Präsenz von Erwachsenen beginnt bei Kindern im Alter von 11-13 Jahren, denn zu diesem Zeitpunkt sind sie laut der Umfrage am anfälligsten für solche Inhalte auf Webseiten.

- Was unsere Präsenz mit religiösen Inhalten angeht, so hatten 73% der jungen Menschen, die an dieser Umfrage teilgenommen haben, in irgendeiner Form Kontakt mit religiösen Inhalten. 48% glauben, dass das Internet ihnen hilft, ihre Beziehung zu Gott zu entwickeln.

- Unsere jungen Leute besuchen Websites, die mit Videos und Musik, Spielen, Tutorials usw. zu tun haben. 88% der Befragten bevorzugen Videos als eine Art von Inhalt.

- Junge Menschen bevorzugen WhatsApp (64%), Instagram (61%), YouTube (41%), TikTok oder Facebook (37%) und Messenger (33%). Diese Informationen helfen uns, die Art und Weise, wie wir mit ihnen kommunizieren, zu verbessern, denn Erwachsene könnten sich sehr bemühen, auf Plattformen präsent

zu sein, auf denen junge Menschen nicht präsent sind. Vielleicht sind die besten Kommunikationskanäle Facebook für Eltern und Instagram für unsere jungen Leute.



Diese Umfrage ist eine starke Erinnerung, die uns als Erzieher und Evangelisten unter den Jugendlichen herausfordert, in den sozialen Medien auf relevante und sinnvolle Weise unter unseren Jugendlichen präsent zu sein.