

□ Temps de lecture : 9 min.

*La communication implique plusieurs composantes que nous devons sérieusement considérer : premièrement, le **destinateur** (expéditeur) qui encode le **message** en choisissant le **canal** à travers lequel le message est relayé de lui au destinataire (récepteur). Le **récepteur**, à son tour, analyse le message dans son contexte propre et l'interprète d'une manière voulue ou pas du tout de la part de l'expéditeur. Finalement, le feedback indique la façon dont le message a été reçu. Toute tentative de communiquer Jésus-Christ aujourd'hui commence par une compréhension de la mentalité de la génération actuelle des jeunes. Ce petit exposé abordera brièvement ce sujet.*

Une génération est un groupe d'individus qui peut être identifié à partir des années de naissance et des événements significatifs qui façonnent leur personnalité, leurs valeurs, leurs attentes, leurs types comportementaux, et leurs compétences motivationnelles. Les sociologues désignent par génération « **Baby-boom** » ceux qui sont nés entre 1943 et 1960. **La Génération X** est celle de ceux qui sont nés entre 1961 et 1979. **Les Milléniaux** (autrement appelés **Génération Y**) sont ceux qui sont nés entre 1980 et 2000. **La Génération Z** ce sont ceux qui sont nés après 2000.

Les **émetteurs** sont les pasteurs-éducateurs salésiens et les animateurs des jeunes. Les **récepteurs** sont les jeunes et les jeunes adultes d'aujourd'hui, principalement les milléniaux et la génération Z. Par conséquent, cette présentation se concentrera sur la compréhension de leur mentalité afin de découvrir des moyens de leur communiquer notre **message**, Jésus-Christ. Nous ne pouvons pas fermer nos yeux sur la réalité de la « fracture numérique », qui reflète l'énorme et croissante inégalité sociale entre ceux qui ont un accès facile à l'internet et ceux qui n'en ont pas, en particulier les jeunes. Par conséquent, une réponse importante à cet essai est de comparer ce qui est présenté ici avec le propre contexte du lecteur.

LES MILLENAUX

Aujourd'hui les milléniaux sont âgés entre de 20 à 41 ans. Ils apprennent en faisant usage de la technologie qui ne manque pas de les rendre dépendants, à un âge beaucoup plus précoce que les générations précédentes. Des jeunes milléniaux ne sauraient même pas imaginer la vie sans smartphones et internet. Ils appartiennent

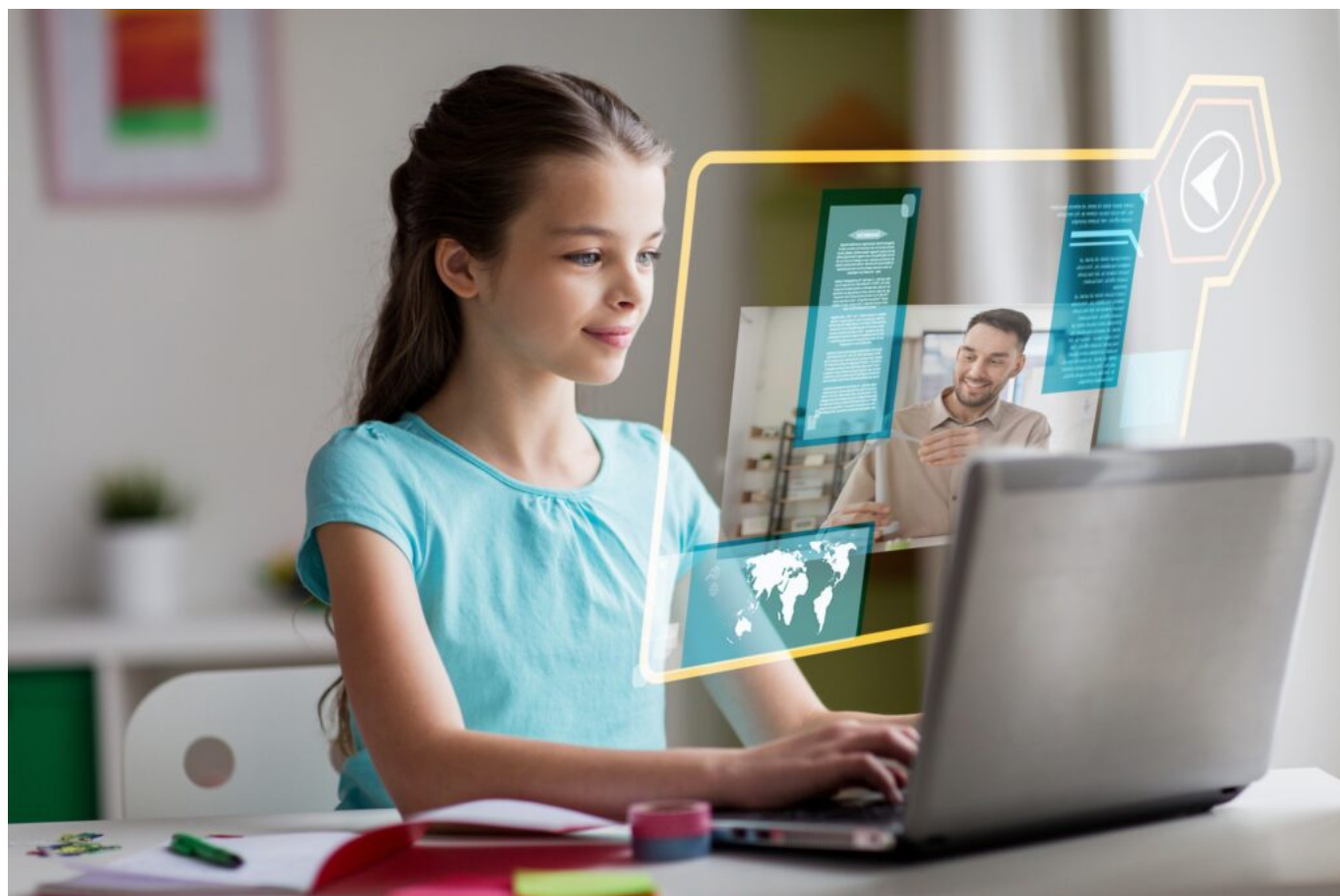
à une génération qui est tellement connectée aux médias sociaux. Ils vivent à un âge où une publication peut atteindre un nombre impressionnant de personnes, au-delà des barrières linguistiques, culturelles et géographiques. Cela a créé en eux le désir d'avoir toutes les informations qu'ils désirent et qui leur permettraient d'obtenir des autres, des réponses instantanées ainsi que des commentaires tout aussi instantanés.

Les milléniaux veulent être impliqués en ayant l'opportunité de partager leurs pensées, leurs idées et en choisir les meilleures. Ils veulent être partie prenante dans les conversations à travers l'écoute et la prise de parole. Lorsque leurs opinions sont prises en compte, ils se sentent valorisés et ils sont prêts à s'engager dans quelque chose dont ils se sentent partie intégrante. Les milléniaux veulent que leur foi soit intégrée de manière holistique dans leur vie, y compris la technologie.

Les milléniaux c'est la génération *app*. Les applications sont devenues un moyen pour eux de communiquer, traiter l'information, acheter des biens ou même lire les Écritures et prier. Ce sont des technophiles qui utilisent les apps jusqu'à deux heures par jours. Ils veulent être découverts. Ils sont optimistes et désirent partager, en choisissant de communiquer par des textes. Ils sont focalisés sur l'«immédiat » mais ont tendance à être idéalistes.

LA GÉNÉRATION Z

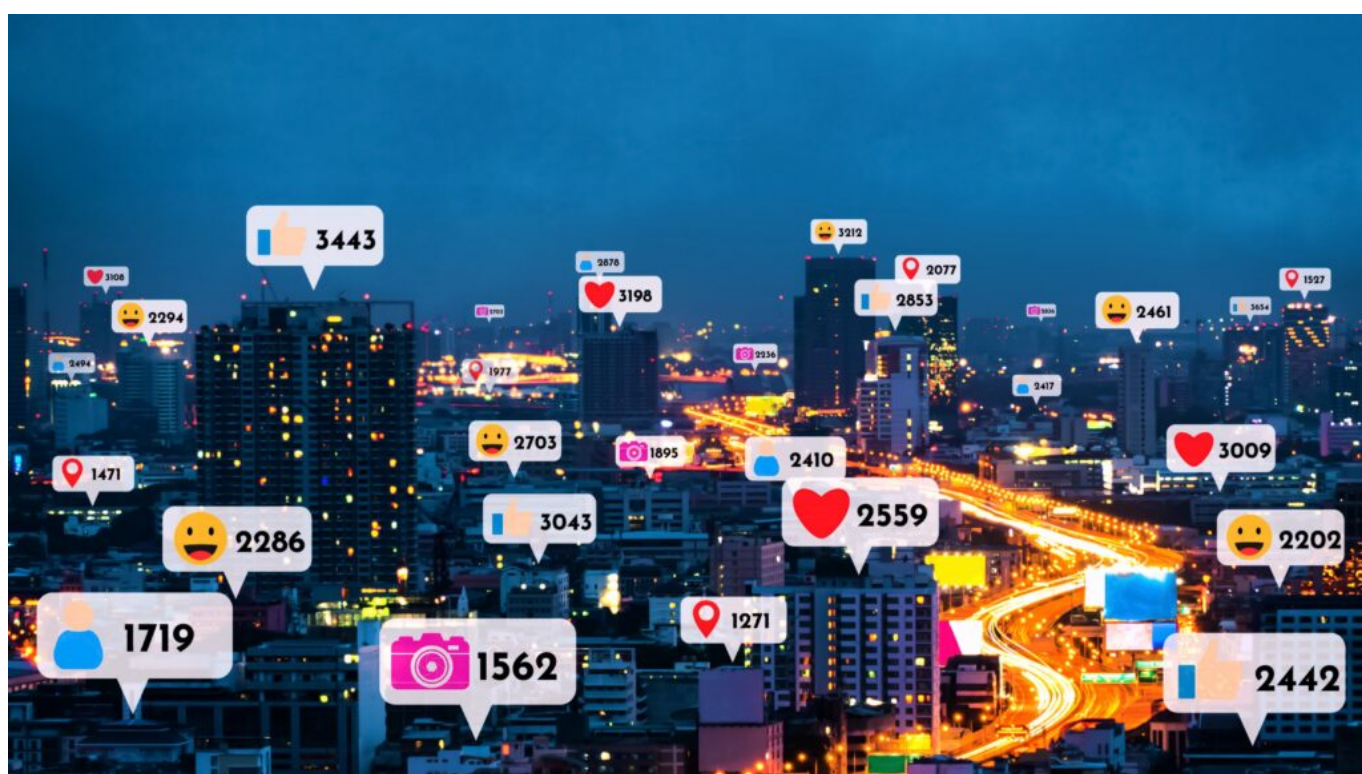
De nos jours ceux qui sont de la Génération Z ce sont ceux qui ont 21ans et moins. Ils sont les premiers à avoir l'Internet facilement disponible pour eux. Ce sont des natifs digitaux parce qu'ils ont été exposés à l'internet, aux réseaux sociaux et aux systèmes mobiles dès leur plus jeune âge. Ils utilisent les sites de rencontres pour se socialiser sans distinguer les amis qu'ils rencontrent en ligne des amis dans le monde physique. Pour eux, le monde virtuel est aussi réel que le monde physique. Ils sont constamment connectés ; pour eux il n'y a plus de déconnexion possible. Ce sont des actifs contributeurs et de très grands consommateurs des contenus en ligne.



Ils ont pour préférence les sites sociaux en ligne pour communiquer et interagir avec des gens spécialement à travers l'usage des images. Ils aiment participer et demeurent connectés via la technologie à portée de main. Ils sont créatifs, réalistes et orientés sur le futur. Ils ont une large conscience des questions importantes et ont un grand désir de recherche de la vérité. Ils veulent choisir et découvrir la vérité par eux-mêmes. En fait, la recherche de la vérité est au centre de leur comportement caractéristique et leurs modes de consommation.

Les jeunes appartenant à la Génération Z utilisent les réseaux sociaux tels que Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Tiktok, Tumblr pour avoir des informations sur les préoccupations sociales, la santé et la nutrition, la spiritualité, etc. Mais ce sont aussi de grands utilisateurs des plateformes des médias sociaux anonymes, telles que Snapchat, Secret, Whisper, où toutes les images compromettantes disparaissent instantanément. Avec une importante quantité d'informations à leur disposition, ils sont assez pragmatiques et moins idéalistes que les milléniaux. Leur niveau élevé de dépendance en ligne risquerait de les pousser à partager leurs

informations personnelles dans le monde virtuel et les maintenir dans l'addiction. Leur caractère est moulé par ce qu'ils publient au sujet d'eux-mêmes en ligne et ce que les autres publient et apprécient d'eux. Une grande majorité de ces jeunes dans tous les continents se déclarent croyant mais pas nécessairement identifiés à une religion : ils croient sans appartenir. Ceux qui disent ne pas appartenir à une religion spécifique viennent normalement des familles sans foi religieuse ou de chrétiens tièdes. La Génération Z est assez moins religieuse que les milléniaux.



LES MEDIAS SOCIAUX

C'est vrai que les médias sociaux peuvent dans une certaine mesure éloigner d'authentiques relations interpersonnelles. Ils pourraient également être utilisés comme de plateformes au service de la distribution et de la mise à disposition du matériel susceptible de causer un préjudice moral, social et spirituel. La vérité à ce propos est que tout média a le potentiel d'être utilisé de manière abusive pour le mal. Toutefois les médias sociaux permettent aux gens d'être connectés à l'échelle du globe. Ils encouragent chacun d'entre nous à mettre à jour ce qui se passe dans nos vies, à partager des idées fortes, et à inviter les gens à connaître Jésus-Christ.

Les médias sociaux sont devenus notre cour virtuelle. Ainsi donc, il est important

que nous passions de la diabolisation du canal, à l'éducation des jeunes à son bon usage et au développement de son potentiel d'évangélisation.

COMMUNIQUER LE CHRIST

Le témoignage crédible est une condition importante pour communiquer le Christ. Dans le monde virtuel, le témoignage implique la **visibilité** (nous manifestons visiblement notre identité catholique), la **vérité** (nous nous assurons que nous sommes porteurs de la vérité et non de « fake news ») et la **crédibilité** (les images que nous présentons renforcent le message que nous voulons communiquer). La foi a besoin d'être présentée aux milléniaux et à la Génération Z à travers des engagements nouveaux. Ceci, à termes, devra leur ouvrir des possibilités leur permettant de partager leur foi avec leurs amis. Par ailleurs, nous devons résister à la tentation de bombarder les médias sociaux de messages et images religieux. Cela peut présentement repousser un grand nombre de jeunes. **La première annonce** ne consiste pas en de doctrines à proclamer. L'adjectif « initial » ne doit pas être compris dans un sens strictement linéaire ou chronologique comme étant le premier moment de la proclamation, car cela en appauvrirait la richesse. Elle est plutôt « initiale » dans le sens où le terme *arché* était compris par les anciens philosophes grecs comme le principe ou l'élément fondamental à partir duquel tout à son origine, ou ce à partir de quoi toutes les choses sont formées. Elle est le fondement d'une nouvelle évangélisation et de tout le processus d'évangélisation. La première annonce se réfère à des initiatives visant à favoriser une expérience enthousiasmante et exaltante capable de susciter un intérêt pour la personne de Jésus, conduisant à une première adhésion à Lui, ou de revitalisation de la foi en Lui. La première annonce c'est l'étincelle qui mène à la conversion. Ce choix pour le Christ est le **feedback** du **message**. Elle est ensuite suivie d'un processus d'évangélisation à travers le catéchuménat et la catéchèse systématique. Sans la première annonce qui porte vers une option personnelle pour le Christ, tout effort d'évangélisation sera stérile. Ainsi, le défi pour chaque pasteur-éducateur salésien, pour chaque animateur des jeunes, pour chaque disciple missionnaire n'est pas de faire du contenu pour les médias sociaux. C'est une tentation à laquelle il faut fortement résister. Le défi est de former et d'accompagner les milléniaux et la génération Z eux-mêmes afin qu'ils puissent créer des contenus basés sur la foi pour eux-mêmes et leurs amis sur les médias sociaux qui peuvent susciter l'intérêt de connaître la personne de Jésus-Christ. En effet, les médias sociaux sont un forum privilégié pour communiquer le Christ aux jeunes. Il appartient à chacun d'entre nous de l'utiliser avec une créativité missionnaire !

MILIEUX VIRTUELS POUR LES JEUNES D'AUJOURD'HUI

Nouvelles intuitions à partir d'une perspective missionnaire

*Enquête réalisée par Juan Carlos Montenegro et Fr Alejandro Rodriguez sdb,
Province de San Francisco (SUO), USA.*

Le commandement de Jésus « Allez ! De toutes les nations faites des disciples » (Mt 28,19) continue à résonner pour nous aujourd'hui. Notre amour pour le Christ nous met en face du défi d'aller au-delà de nos limites et d'aller rejoindre chaque personne, en particulier les jeunes de la société actuelle. Pour faire cela, nous avons besoin de voir leur réalité à partir de leur point de vue, comprendre de quelle manière ils élaborent les informations et comment ces informations influencent ou impactent leur comportement. Toutefois, notre mission principale comme éducateurs-évangélisateurs salésiens est de les approcher du Christ et d'approcher le Christ d'eux.

Les différences générationnelles pourraient être un défi qui ne nous aide pas à nous mettre en chemin pour être « pleinement » présents dans cette nouvelle « cour de récréation » (« cortile ») où les jeunes ont construit leur propre langage, développé leurs propres règles et créé de nouvelles expressions et divers types de relations significatives. Cette nouvelle cour est un monde virtuel dans laquelle les jeunes d'aujourd'hui vivent, interagissent, rêvent, s'engagent et souffrent. L'amour et le sceau missionnaire de Don Bosco nous encouragent à embrasser cette nouvelle réalité avec espérance, foi et charité pastorale.

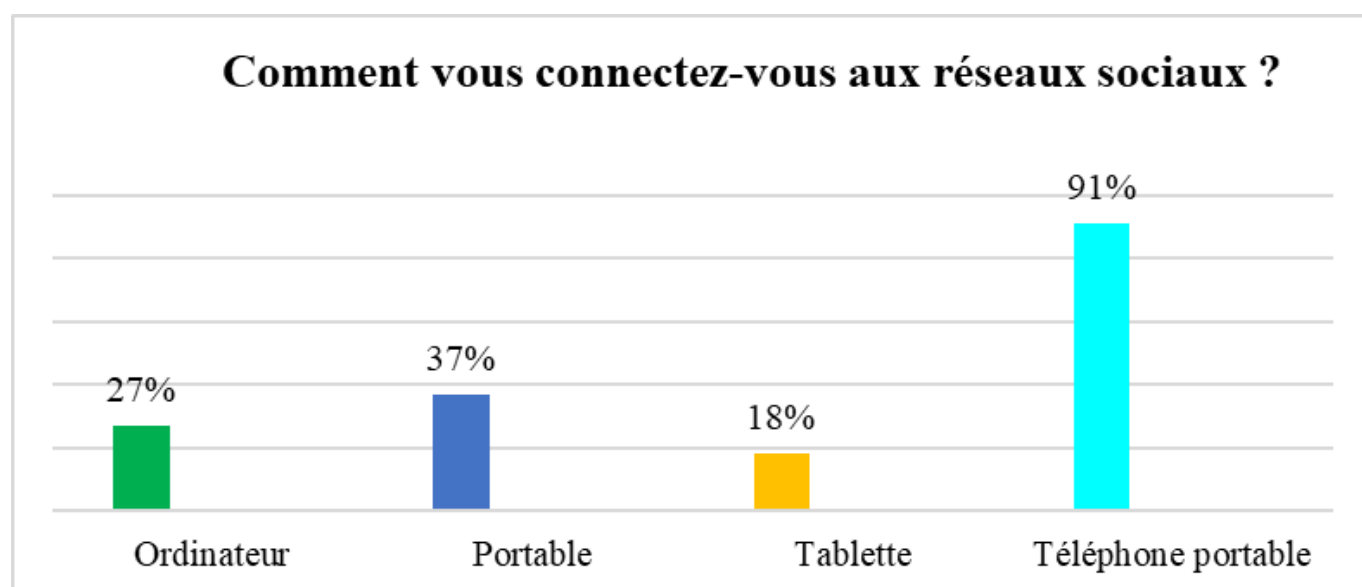
Si nous ne connaissons pas la nouvelle réalité que les jeunes sont en train d'affronter dans le monde virtuel, notre proposition et notre accompagnement comme éducateurs-évangélisateurs seront insignifiants et sans pertinence. Le *Cadre de Référence de la Pastorale Salésienne des jeunes (2015)* nous appelle à être présents dans la « nouvelle cour de récréation ». C'est maintenant que nous devons innover et adapter notre style salésien de présence parmi les jeunes.

Pour comprendre ce qui est en train de se passer dans cette nouvelle cour virtuelle, le Secteur Missions a fait un sondage online au niveau de la Congrégation cherchant à comprendre nos jeunes, savoir ce qu'ils pensent, ce qu'ils font, ce qu'ils attendent en ce qui concerne les contenus, les possibilités et l'emploi des médias sociaux. Le sondage online en six langues a impliqué 1731 jeunes de nos communautés éducatives et pastorales salésiennes, âgés de 13 à 18 ans et provenant de 37 pays de divers continents. Cela est très important de le savoir parce que les réponses

des jeunes qui ne viennent pas de notre milieu salésien peuvent être différentes.

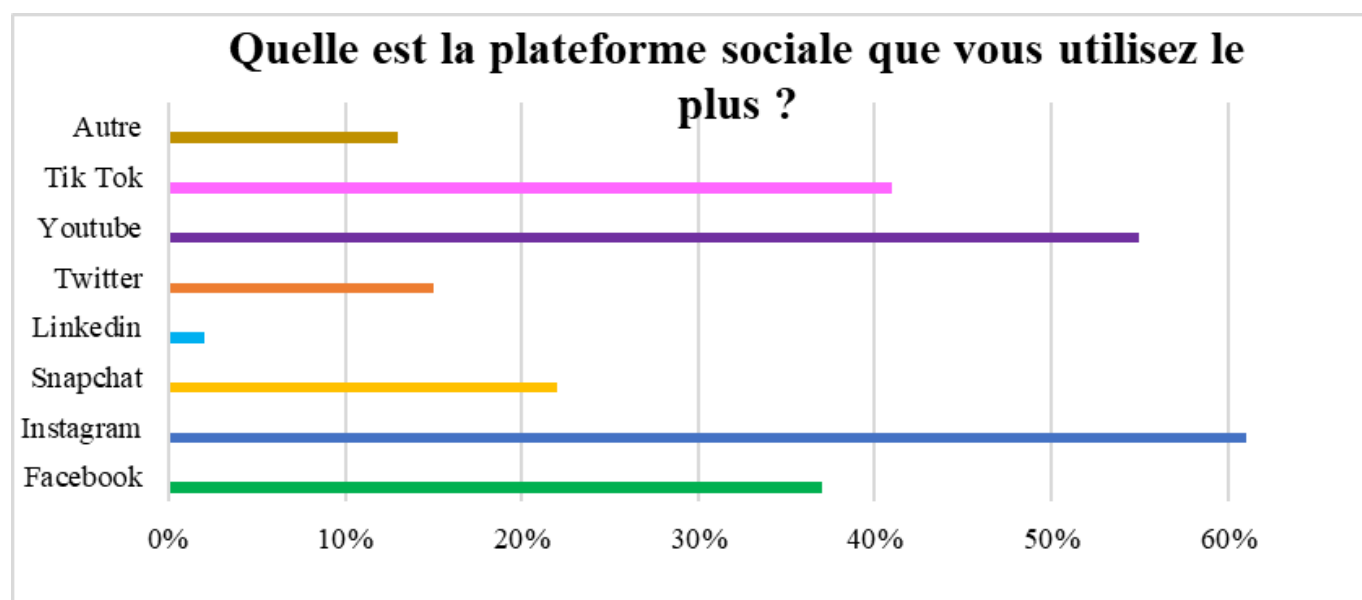
Points pertinents :

- Il est à signaler que l'utilisation de l'internet chez les jeunes a pris beaucoup d'ampleur : cela a créé une diminution dans la communication avec les membres de la famille, cela devient un frein à la participation de la vie sociale et augmente la dépression et la solitude. Ces éléments sont à tenir en compte pour ce qui concerne l'accompagnement lors de notre planification pastorale.
- 91% de nos jeunes utilisent le téléphone portable pour accéder aux médias sociaux. Ces dispositifs sont associés aux problèmes de comportement et aussi aux problèmes de santé. 75% d'interviewés sont connectés à internet plus de 6 heures la semaine, mais ils peuvent dépasser 20 heures dans certaines situations. Le fait d'être connecté a de multiples implications, tel le déplacement du développement des compétences sociales, des relations, de la connaissance.



- Les jeunes interviewés retiennent que les plus grandes menaces de l'emploi des médias sociaux sont le harcèlement online, la pédophilie, les fake news, les agresseurs et les hackers. Entre temps 26% des jeunes affirment être victimes du harcèlement.
- Par manque de supervision ou formation et accompagnement, les jeunes sont exposés aux contenus pour adultes ; la présence éducative la plus urgente des adultes commence avec les enfants âgés de 11 à 13 ans parce que c'est le moment où, selon l'enquête, les jeunes sont le plus vulnérables aux contenus de ce genre sur les pages web.

- Pour ce qui concerne notre présence dans les contenus religieux, 73 % des jeunes qui ont fait ce sondage ont eu quelques contacts avec les contenus de type religieux. 48% croient qu'internet les aide à développer leur relation avec Dieu.
- Les jeunes visitent les sites qui sont liés aux vidéos et à la musique, les jeux, les tutoriels, etc. 88% des interviewés préfèrent que le contenu soit du type vidéo.
- Les jeunes préfèrent WhatsApp (64%), Instagram (61%), Youtube (41%), Tik Tok o Facebook (37%), et Messenger (33%). Cette information nous aide à améliorer nos modalités de communication avec eux et cela permettrait aux adultes de s'efforcer à être présents dans les plates formes où sont les jeunes. Il se peut que les meilleures plates formes de communication pourraient être Facebook pour les parents, et Instagram pour nos jeunes.



Cette enquête est un appel très fort qui nous défie comme éducateurs et évangélistes des jeunes à être présents parmi nos jeunes d'une manière pertinente et significative dans les médias sociaux.