

□ Tempo per lettura: 8 min.

*La comunicazione coinvolge diverse componenti che dobbiamo seriamente prendere in considerazione: prima di tutto, il **mittente** che codifica il **messaggio** scegliendo il **mezzo** attraverso il quale questo viene trasmesso dal mittente al **ricevitore**. Il ricevitore, a sua volta, analizza il messaggio nel suo contesto e lo interpreta secondo l'intenzione del mittente o in una maniera diversa. Infine, il **feedback** indica la qualità del messaggio ricevuto. Qualsiasi tentativo di comunicare Cristo oggi giorno, parte dalla comprensione della mentalità della generazione dei giovani di oggi. Il presente articolo tratterà proprio questo tema.*

Una generazione è un gruppo che potrebbe essere identificato dall'anno di nascita e da eventi significativi che ne abbiano modellato la personalità, i valori, le aspettative, le qualità comportamentali e le capacità motivazionali. I sociologi chiamano la generazione dei nati tra il 1943 e il 1960 “*Baby Boomer*”. La *Generazione X* comprende i nati tra il 1961 e il 1979. I *Millennials* (chiamati anche *Generazione Y*) include i nati tra il 1980 e il 2000. Della *Generazione Z* fanno parte i nati dopo il 2000.

I **mittenti** sono i pastori-educatori salesiani e gli animatori giovanili. I **ricevitori** sono i giovani ed i giovani adulti di oggi che sono costituiti principalmente dai Millennials e dalla Generazione Z. Perciò, questa presentazione si focalizzerà sul cercare di capire la loro mentalità per scoprire i modi di comunicare a loro il nostro **messaggio**, Gesù Cristo. Non possiamo chiudere gli occhi di fronte alla realtà del “divario digitale”, che riflette l'enorme e crescente disuguaglianza sociale tra coloro che hanno facile accesso a Internet e coloro che non ce l'hanno, specialmente molti giovani. Quindi, i fattori socio-economici del divario digitale sono varianti importanti da considerare; tuttavia qui vengono evidenziate le caratteristiche che si ritrovano comunemente in tutti i contesti. Una risposta importante a questo articolo è il confronto tra ciò che viene descritto qui e il contesto specifico del lettore.

I MILLENNIALS

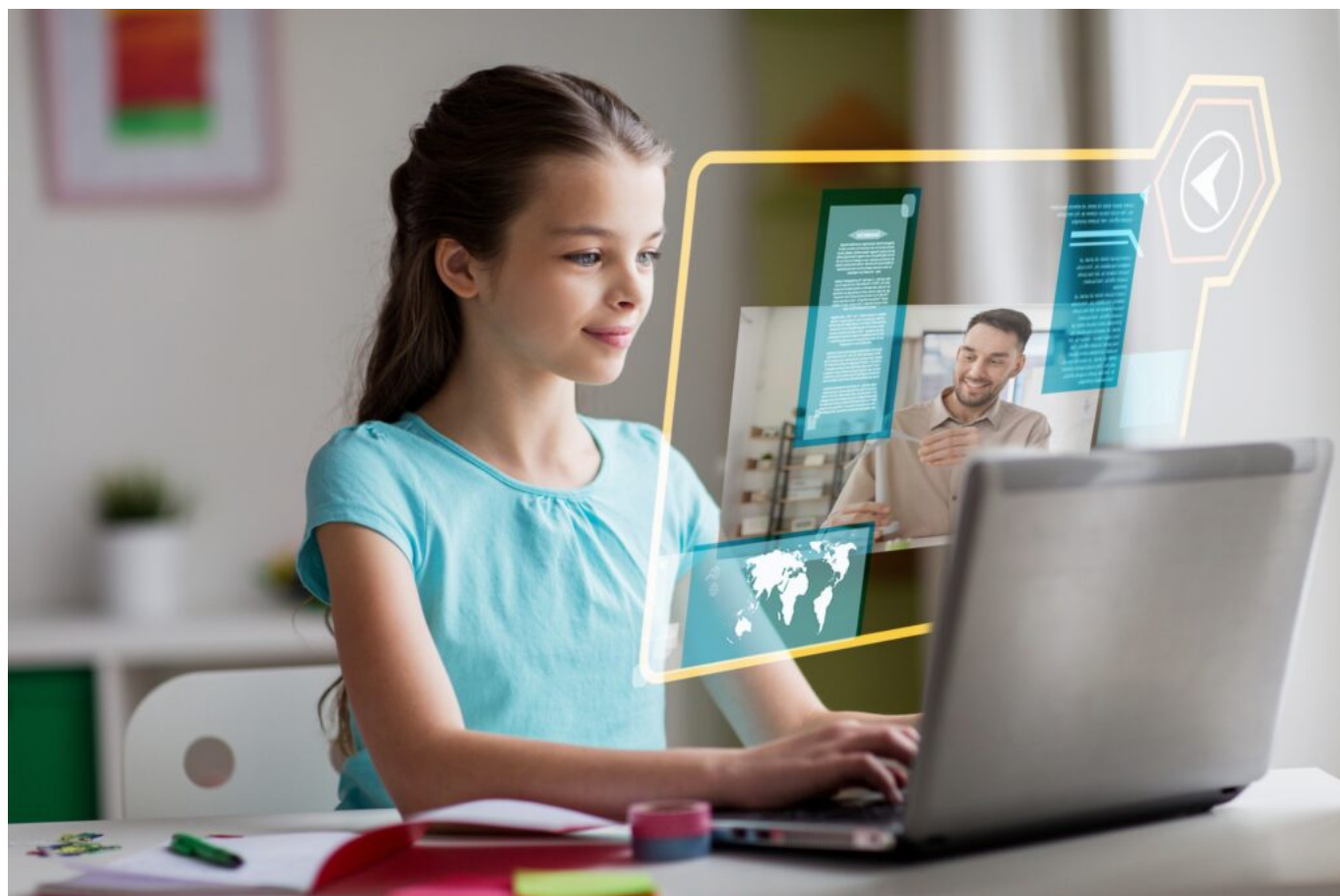
Oggi i Millennials hanno tra i 20 e i 41 anni circa. Hanno imparato ad usare la tecnologia e ne sono diventati dipendenti in un'età più precoce rispetto alle generazioni precedenti. I più giovani Millennials non potrebbero nemmeno immaginare la vita senza smartphone e internet. Appartengono a una generazione che è estremamente connessa attraverso i social media. Vivono in un'epoca in cui un post può raggiungere innumerevoli persone e attraversare barriere linguistiche,

culturali e geografiche. Questo ha creato in loro il desiderio di poter accedere a tutte le informazioni che vogliono e che forniscano loro risposte e feedback istantanei.

I Millennials vogliono essere coinvolti avendo l'opportunità di condividere i loro pensieri poiché amano socializzare le idee e scegliere la migliore fra queste. Vogliono essere parte della conversazione ascoltando e parlando. Quando le loro opinioni vengono ascoltate, si sentono apprezzati e saranno pronti ad impegnarsi in qualcosa di cui si sentono parte. I Millennials vogliono che la loro fede sia olisticamente integrata nella loro vita, compreso l'ambito della tecnologia. Sono la generazione delle *app*. Le app sono diventate per loro uno strumento per comunicare, elaborare informazioni, acquistare beni o anche leggere le Scritture e pregare. Sono esperti di tecnologia e usano le app fino a due ore al giorno. Desiderano essere visibili. Sono ottimisti e vogliono condividere, preferendo comunicare attraverso messaggi di testo. Sono concentrati sull'“adesso” ma tendono ad essere idealisti.

LA GENERAZIONE Z

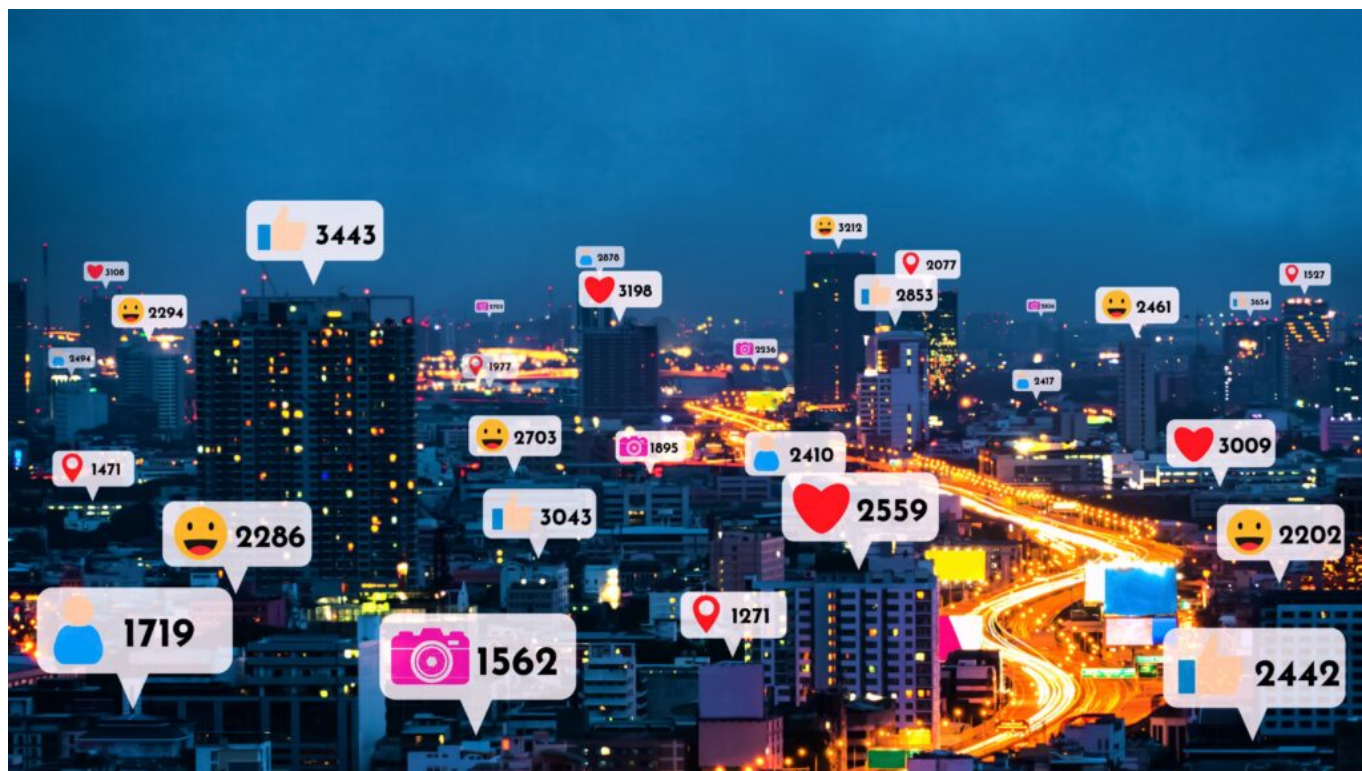
Oggi i ragazzi della Generazione Z sono quelli che hanno 21 anni o meno. Sono i primi ad avere internet a portata di mano. Sono nativi digitali perché sono stati esposti a internet, ai social network e ai cellulari fin dalla più tenera età. Usano internet per socializzare senza distinguere gli amici che incontrano online da quelli del mondo fisico. Per loro, il mondo virtuale è tanto reale quanto il mondo in presenza. Sono sempre connessi: per loro non esiste più l'offline. Sono attivi creatori e grandi consumatori di contenuti online. Preferiscono i siti internet per comunicare e interagire con le persone, specialmente usando le immagini; prediligono partecipare e rimanere connessi tramite la tecnologia a portata di mano. Sono creativi, realistici e concentrati sul futuro.



Hanno una profonda consapevolezza su questioni ed eventi importanti e hanno un grande desiderio di cercare la verità, ma vogliono scegliere e scoprire la verità da soli. Infatti, la ricerca della verità è al centro del loro comportamento tipico e dei loro modelli di consumo.

Quelli della Generazione Z usano i social network come Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Tiktok, Tumblr per ottenere informazioni sulle questioni sociali, sulla salute e l'alimentazione, sulla spiritualità ecc. Ma sono anche grandi utilizzatori di piattaforme sociali anonime come Snapchat, Secret, Whisper, dove qualsiasi immagine compromettente scompare quasi istantaneamente. Con una grande quantità di informazioni a loro disposizione, sono più pragmatici e meno idealisti dei Millennials. Il loro continuo ricorrere all'online potrebbe condurli al rischio di condividere eccessivamente le informazioni personali nel mondo virtuale e a diventare dipendenti da internet. Il loro carattere viene plasmato da ciò che pubblicano su se stessi online e da ciò che gli altri pubblicano e commentano sul loro conto. Tra di essi, una grande maggioranza in tutti i continenti si dichiara religiosa ma non si identifica necessariamente in una religione: credono senza

appartenere, altri appartengono senza credere. Coloro che dichiarano di non appartenere a nessuna religione specifica provengono normalmente da famiglie senza fede religiosa o da cristiani tiepidi. Sono molto meno religiosi rispetto ai Millennials.



I SOCIAL MEDIA

È vero che i social media potrebbero in qualche modo ostacolare le relazioni interpersonali autentiche. Potrebbero anche essere usati come piattaforma per la distribuzione e l'accesso a materiali che potrebbero causare danni morali, sociali e spirituali. In verità, qualsiasi mezzo ha il potenziale per essere usato per il male. È vero che i social media sono stati usati, per esempio, per globalizzare populismi e per scatenare rivoluzioni come la primavera araba e le proteste dei gilet gialli in Francia.

Eppure, i social media hanno anche permesso alle persone di rimanere connesse a livello globale, hanno dato a ciascuno di noi la capacità di aggiornarsi a vicenda su ciò che sta accadendo nelle nostre vite, di condividere idee potenti e di invitare le persone a conoscere Gesù Cristo. I social media sono diventati il nostro cortile

virtuale. Perciò, è importante che passiamo dalla demonizzazione del mezzo, all'educazione dei giovani al suo uso corretto e allo sviluppo delle sue potenzialità per evangelizzare.

COMUNICARE CRISTO

La testimonianza credibile è una condizione importante per comunicare Cristo. Nel mondo virtuale, la testimonianza implica **visibilità** (manifestiamo in maniera visibile la nostra identità cattolica), **verità** (ci assicuriamo di essere portatori della verità e non di notizie false) e **credibilità** (le immagini che presentiamo rafforzano il messaggio che vogliamo comunicare). La fede deve essere presentata ai Millennials e alla Generazione Z in modi nuovi e coinvolgenti. Questo, a sua volta, offrirà loro la possibilità di condividere la fede con i propri coetanei. Dovremmo resistere alla tentazione di bombardare i social media con messaggi e immagini religiose. Questo, in realtà, allontanerà un gran numero di giovani.

Il **Primo annuncio** non riguarda le dottrine cristiane da insegnare. L'aggettivo "primo" non va inteso in senso strettamente lineare o cronologico come il primo momento dell'annuncio, perché in realtà ne impoverisce la ricchezza. È piuttosto "primo" nel senso in cui il termine *arché* era inteso dagli antichi filosofi greci come il principio o l'elemento fondamentale da cui tutto ha origine, o quello da cui tutte le cose sono formate. È il fondamento di una nuova evangelizzazione e di tutto il processo di evangelizzazione.

Il primo annuncio cerca di promuovere un'esperienza travolgente ed entusiasmante capace di suscitare il desiderio di cercare la verità e l'interesse per la persona di Gesù. Questa, eventualmente, porta ad una prima adesione a Lui, o alla rivitalizzazione della fede in Lui. Il primo annuncio è quella scintilla che porta alla conversione. Questa scelta per Cristo è il **feedback** del **messaggio**. Ad esso segue poi il processo di evangelizzazione attraverso il catecumenato e la catechesi sistematica. Senza il primo annuncio che porta ad un'opzione personale per Cristo, qualsiasi sforzo di evangelizzazione sarà sterile. Invece, la sfida per ogni pastore-educatore salesiano, per ogni animatore giovanile, per ogni discepolo missionario è quella di aiutare gli stessi Millennials e la Generazione Z a creare sui social media contenuti basati sulla fede che possano suscitare nei loro coetanei un interesse a conoscere la persona di Gesù Cristo. Non si tratta di creare contenuti per i social media. Questa è una tentazione a cui bisogna resistere con forza. Il nostro compito è quello di formare e accompagnare gli stessi Millennials e la Generazione Z in modo che possano creare per se stessi e per i loro coetanei dei contenuti basati sulla fede, condivisi sui social media, che possano risvegliare l'interesse a conoscere la persona di Gesù Cristo. Davvero, oggi i social media sono una

piattaforma privilegiata per comunicare Cristo ai giovani. Sta a ciascuno di noi usarli con creatività missionaria!

GLI AMBIENTI VIRTUALI GIOVANILI DI OGGI

Nuove intuizioni da una prospettiva missionaria

Sondaggio effettuato da Juan Carlos Montenegro e don Alejandro Rodriguez sdb, Ispettorato San Francisco (SUO), Stati Uniti d'America.

Il comando di Gesù “Andate e fate discepoli” (Mt 28,19) continua a risuonare per noi oggi. Il nostro amore per Cristo ci sfida ad andare oltre i nostri confini e raggiungere ogni persona, in particolare i giovani della società attuale. Per fare questo abbiamo bisogno di osservare la realtà dal loro punto di vista, capire in che modo essi elaborano le informazioni e come queste informazioni influenzino il loro comportamento. Tuttavia, la nostra missione principale come educatori-evangelizzatori salesiani è di avvicinarli a Cristo e avvicinare Cristo a loro.

Le differenze generazionali potrebbero essere una sfida che non aiuta a metterci in cammino per essere “pienamente” presenti in questo nuovo cortile dove i giovani hanno costruito il proprio linguaggio, hanno sviluppato le proprie regole e hanno creato nuove espressioni e diversi tipi di relazioni significative. Questo nuovo cortile è un mondo virtuale dove i giovani di oggi vivono, interagiscono, sognano, si impegnano e soffrono. L'amore e il sigillo missionario di don Bosco ci spingono ad abbracciare questa nuova realtà con speranza, fede e carità pastorale.

Se non conosciamo la nuova realtà che i giovani stanno affrontando nel mondo virtuale, la nostra proposta e il nostro accompagnamento come educatori-evangelizzatori saranno insignificanti e irrilevanti. Il *Quadro di Riferimento della Pastorale Giovanile Salesiana* (2015) ci chiama ad essere presenti nel “nuovo cortile”. Ora più che mai, dobbiamo innovare e adattare il nostro stile salesiano di presenza tra i giovani.

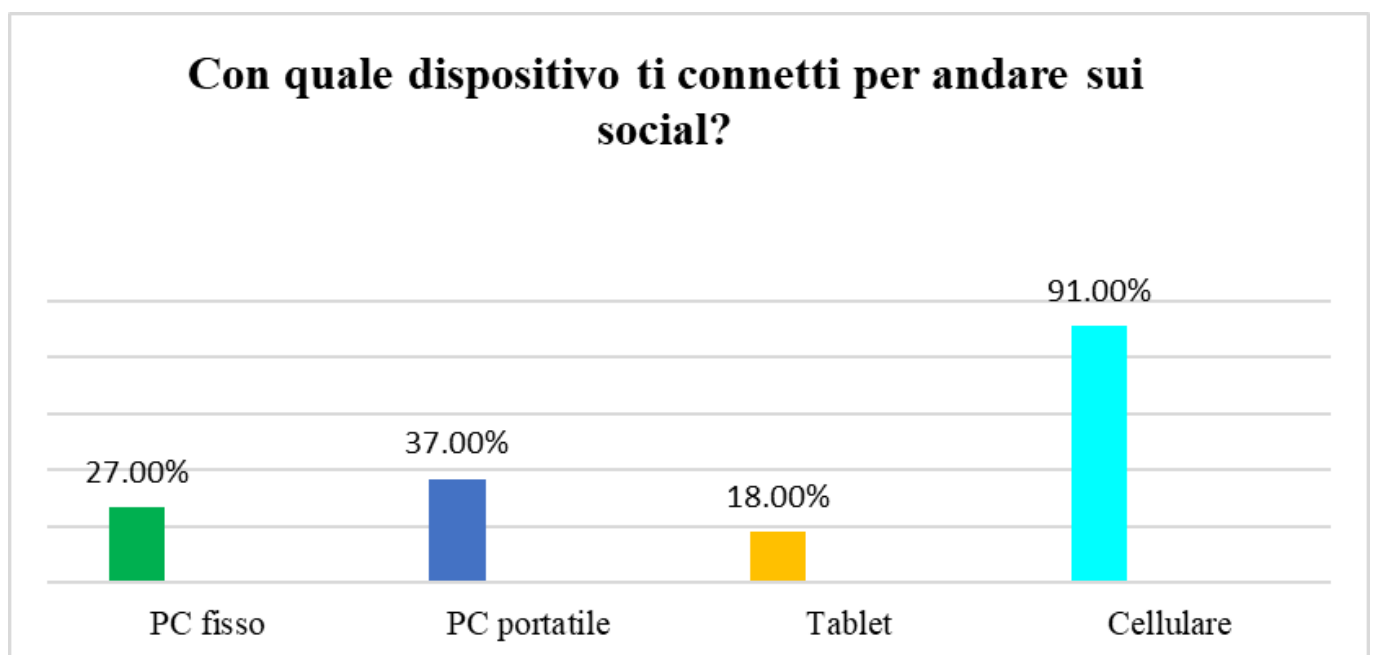
Per capire che cosa sta succedendo in questo nuovo cortile virtuale, il Settore Missioni ha condotto un sondaggio online a livello congregazionale cercando di capire i nostri giovani, che cosa pensano, che cosa fanno, che cosa si aspettano riguardo ai contenuti, alle possibilità e all'uso dei social media. Il sondaggio online in 6 lingue ha coinvolto 1731 giovani delle nostre comunità educativo-pastorali salesiane che hanno tra i 13 e i 18 anni provenienti da 37 paesi e 6 diversi continenti. Questo è importante da tenere presente perché le risposte dei giovani

che non provengono dall'ambiente salesiano possono essere diverse.

Punti rilevanti:

- È noto che l'aumento dell'utilizzo di internet è associato nei giovani ad una diminuzione nella comunicazione con i membri della famiglia, ad un calo della partecipazione alla vita sociale e ad un aumento della depressione e della solitudine. Questi sono temi importanti da tenere a mente per quanto riguarda l'accompagnamento nella nostra pianificazione pastorale.

- Il 91% dei nostri giovani usa i telefoni cellulari per accedere ai social media. Questi dispositivi sono associati a problemi comportamentali e anche a possibili problemi di salute. Il 75% degli intervistati è connesso a Internet per oltre 6 ore a settimana, ma può superare le 20 ore in alcuni casi. L'essere connessi ha molte implicazioni, come lo spostamento dello sviluppo delle abilità sociali, delle relazioni, della conoscenza ecc.



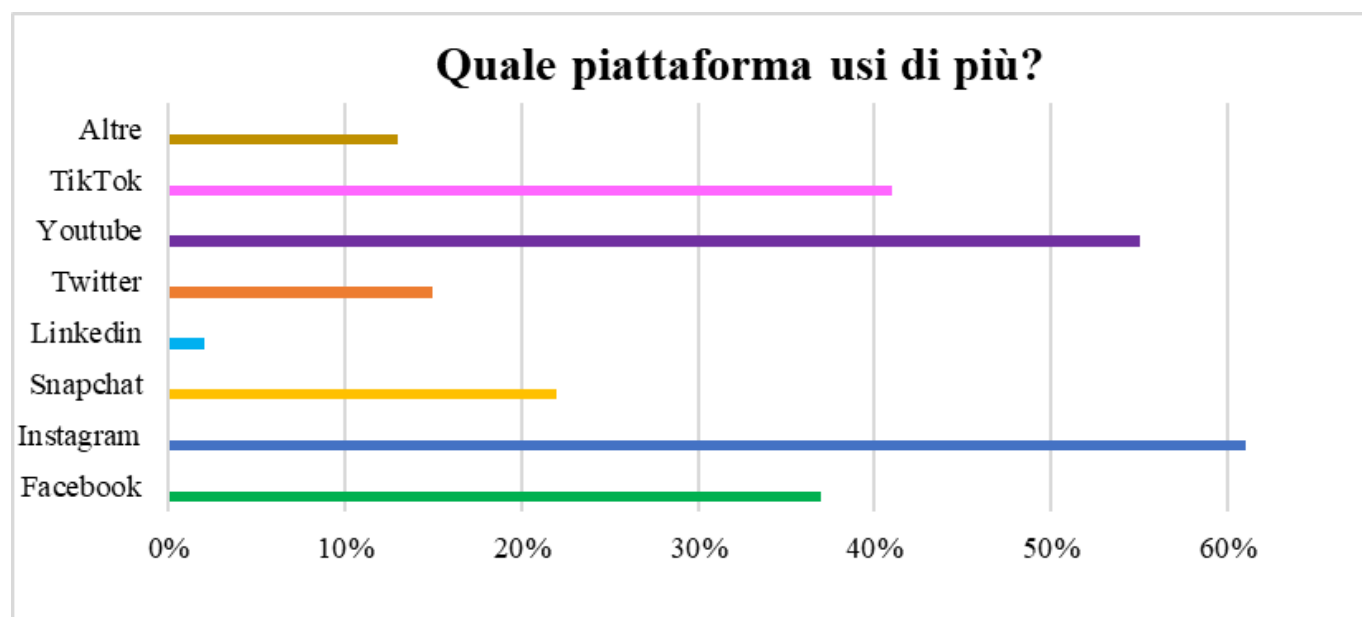
- I giovani intervistati ritengono che le più grandi minacce derivanti dall'uso dei social media siano il bullismo online, la pedofilia, le fake news, i molestatori e gli hacker. Mentre il 26% dei nostri giovani afferma di essere stato vittima di bullismo.

- Per mancanza di supervisione e/o formazione e accompagnamento i giovani sono esposti a contenuti per adulti; la presenza educativa più urgente degli adulti inizia con i ragazzi all'età di 11-13 anni perché è il momento in cui, secondo l'indagine, sono più vulnerabili ai contenuti di questo tipo sulle pagine web.

- Per quanto riguarda la nostra presenza con contenuti religiosi, il 73% dei giovani che hanno partecipato a questo sondaggio hanno avuto qualche tipo di contatto con contenuti religiosi. Il 48% crede che internet aiuti a sviluppare la loro relazione con Dio.

- I nostri giovani visitano siti web che sono legati a video e musica, giochi, tutorial ecc. L'88% degli intervistati preferisce i video come tipo di contenuto.

- I giovani preferiscono WhatsApp (64%), Instagram (61%), Youtube (41%), TikTok o Facebook (37%) e Messenger (33%). Questa informazione ci aiuta a migliorare le nostre modalità di comunicazione con loro perché gli adulti potrebbero sforzarsi di più per essere presenti in piattaforme dove i giovani non ci sono. Forse i migliori canali di comunicazione potrebbero essere Facebook per i genitori e Instagram per i nostri giovani.



Questa indagine è un potente richiamo che sfida noi educatori ed evangelizzatori dei giovani ad essere presenti tra i nostri giovani in modo rilevante e significativo nei social media.