



**Bóg chce być tam z tobą...
Zaproś Go!**

ZAMIESZKIWAĆ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Refleksje dla skutecznej komunikacji salezjańskiej



Angelo Mereghetti SDB

Salesiani T. Gerini - Rzym

«Pracujemy w dziedzinie przekazu społecznego. Jest to szczególne pole działania, które należy do priorytetowych zadań apostołskich postąpstwa salezjańskiego.

Nasz Założyciel wyczuwał doniosłość tej szkoły dla mas, która tworzy kulturę i upowszechnia wzorce życia i zaangażował się w oryginalne przedsięwzięcia apostołskie, aby bronić i podtrzymywać wiarę ludu.

Za jego przykładem uznajemy za dary Boże wielkie możliwości, jakie przekaz społeczny stwarza dla wychowania i ewangelizacji.»

Tymi słowami Konstytucje Salezjańskie przypominają nam o zasadniczym znaczeniu Komunikacji Społecznej dla naszego charyzmatu, dlatego też w tej krótkiej refleksji nie chciałbym iść zbyt daleko i zacząć od tego miejsca, by zna-

-leżć pewne salezjańskie uwagi, które warto mieć w odniesieniu do komunikacji i mediów społecznościowych.

1. Priorytet apostołski:

Jeśli komunikacja jest priorytetem w naszej misji, nie możemy nadal myśleć o niej jako o dodatku do naszych działań lub jednym z "etapów" pracy duszpasterskiej, musimy przyznać jej właściwe miejsce. Problem jednak leży właśnie w tym, jak przywrócić jej to znaczenie w ramach naszego działania wychowawczego? Nawet jeśli z trudem, istnieje tylko jedno rozwiązanie, musimy dokonać wyboru, aby poświęcić **czas i ludzi** temu obszarowi naszej misji, dziś coraz bardziej konieczne jest tworzenie zespołów, które śledzą cały wymiar komunikacji. Wszystko dlatego, że komunikacja w mediach społecznościowych wymaga natychmiastowej i stałej relacji, która nie może być zdegradowana do kilku godzin w tygodniu lub co gorsza do "kiedy ma się czas".

2. Szkoła masowa:

Ksiądz Bosko uczy nas, że narzędzia komunikacji mają moc docierania do różnych osób w zupełnie innych miejscach i kontekstach, ta uwaga musi być dziś nadal obecna w naszych rozważaniach. Aby to uczynić, konieczne jest, aby przed chęcią podzielenia się jakimikolwiek treściami zachować bardzo jasne dwa parametry: **cel** osób, do których chcemy dotrzeć, a co za tym idzie, najodpowiedniejsze **miejsce**, w którym można to zrobić. Dzięki temu rozeznaniu może stać się jasne, że nie wszystkie media społecznościowe są takie same, więc każde z nich musi być używane z rozwagą i połączone w sieć.

3. Tworzenie kultury:

Pierwszym celem komunikacji jest tworzenie kultury, często o tym zapominamy, nie możemy używać portali społecznościowych tylko jako cyfrowych "tablic ogłoszeń", gdzie dzielimy się serią działań, wydarzeń i tym jak się rozwijają, to nie byłoby właściwe dla naszej misji. Dzisiejsi młodzi ludzie budują podstawy swojej osobowości na portalach społecznościowych, wystarczy pomyśleć, że w ich obrębie informują się, często stając się "followersami" osobowości, od których czerpią **odpowiedzi** na swoje **pytania**; wszystko to dlatego, że są poszukujący, zresztą zawsze takimi byli, ale dziś zmienili miejsce, w którym znajdują odpowiedzi. Właśnie dlatego nie możemy nie włączyć się w tę sieć, stając się promotorami kultury wywodzącej się z Ewangelii, a będzie to możliwe jedynie poprzez wprowadzenie w życie maksymy księdza Bosko: "*kochajcie to, co kochają młodzi ludzie, aby oni kochali to, co wy kochacie*". Możemy mówić światu o Bogu poprzez to, co kochają młodzi ludzie, mamy odpowiednie umiejętności. Istnieje dziś coraz większa potrzeba duszpasterstwa kulturowego

w ramach działalności społecznej, ponieważ jeśli to nie my będziemy udzielać odpowiedzi na pytania młodych ludzi, znajdą się inni, którzy to zrobią, ale nie da nam to spokoju widzieć ich "szczęśliwymi teraz i w wieczności".

4. Rozowszechnianie wzorów:

Jest to punkt, na którym często opiera się nasze "duszpasterstwo cyfrowe": dzielenie się osobami, historiami, faktami; jest to jeden z punktów, na których opiera się wiele z naszej wiarygodności i naszego pięknego świadectwa w mediach społecznościowych. Pamiętajmy, że *social media* narodziły się po to, by umieścić w sieci ludzi i ich historie, nie potrzebujemy wielkich umiejętności technicznych ani kto wie jak wielkich funduszy, by prowadzić dobrą pracę duszpasterską na portalach społecznościowych, ale potrzebujemy ludzi, którzy staną za tymi cyfrowymi rzeczywistościami i w nich się znajdą, by podzielić się swoimi emocjami i doświadczeniami. W tych realiach młodzi ludzie pragną spotkać prawdziwych ludzi, a nie fikcje; dlatego konieczne jest, aby nasza obecność była tworzona przez ludzi (młodych) dla innych ludzi (młodych).

Praktyczne wskazówki:

- **Ludzie:** stwórz zespół, którego celem będzie bycie w komunikacji, dziś media społecznościowe są prawdziwym polem duszpasterskim, więc tak jak inne wymaga refleksji, czasu i zaangażowania, i wiele więcej, aby to zrobić trzeba znaleźć odpowiednią równowagę między dorosłymi i młodzieżą;
- **Czas:** media społecznościowe ze względu na swój charakter wymagają niemal "natychmiastowej" wymiany, będzie to wymagało poświęcenia czasu i dobrej redystrybucji zadań w ramach zespołów, co jest konieczne, aby nie stracić kryterium "natychmiastowości";
- **Stałość:** media społecznościowe mają wielką zdolność do budowania społeczności, które, tak jak nasze wspólnoty, potrzebują ludzi, aby w nich żyć i aby ci ludzie byli "żywi", aby robili pewne rzeczy. Strona społecznościowa potrzebuje ciągłego zaangażowania swojej społeczności poprzez stałe treści;
- **Cel:** "dla kogo przeznaczony jest ten komunikat?" To jest pytanie, które należy zadać przed każdą publikacją, pozwala nam to dobrze przemyśleć miejsce publikacji, a następnie najlepszy sposób;
- **Miejsce:** zaraz po pytaniu o grupę docelową, trzeba zadać pytanie "jaki kanał jest do tego najlepszy?" Po określeniu grupy docelowej, musimy zastanowić się, które miejsce jest najbardziej skuteczne do udostępniania naszych treści.

- **Treści:** konieczne jest dzisiaj, jak przypomniał nam synod o młodziuży, aby wyjść od tego, jakie są pytania młodych ludzi, spróbujmy poprzez nie zrozumieć, jakie treści chcą usłyszeć i omówić;
- **Jakość:** wnieś realny wkład, nie mów rzeczy, które uważasz za nieprawdziwe lub na które nie masz odpowiednich dowodów, każdy post musi również przestrzegać zasad portalu społecznościowego, na którym jest umieszczony (format, grafika, język);
- **Sposób:** bądź jasny, unikaj dwuznaczności i niejasności wypowiedzi, bądź zwięzły i uporządkowany, niech wiadomość, którą chcesz przekazać, będzie łatwo zrozumiała, a pokazanie jej komuś przed podzieleniem się nią może być dobrym rozwiązaniem;
- **Sieć:** społeczeństwa działają, gdy pracują jako sieć, musisz dobrze ustrukturyzować swoje wejście do tej sieci, ponieważ w przeciwnym razie istnieje ryzyko, że wpadniesz w pułapkę, funkcjonalne może być dobre przemyślenie tego, do których mediów społecznościowych wejść, dokonując właściwej kalkulacji sił, aby zrobić krok naprzód.

PROPOZYCJA

Spróbuj wprowadzić te sugestie w życie w działaniach koordynowanych przez delegatów Animacji Misyjnej i Komunikacji Społecznej.

- Wyznacz cel, aby pomóc młodym ludziom wzrastać w świadomości ewangelizacyjnego potencjału mediów społecznościowych, zachowując przy tym salezjański styl.
- Sprawdź, czy na poziomie lokalnym i inspektorialnym przestrzegane są proste punkty wymienione dla skutecznej komunikacji i co jest potrzebne do rozwoju i poprawy.
- Możesz stworzyć kreatywne wyzwanie na TikToku, w którym młodzi mogą wyrazić siebie w wideo i tańcu lub na Instagramie z najlepszym zdjęciem związanym z tematem "Głosić Chrystusa dzisiaj" lub cokolwiek innego.
- Każdy dom salezjański w inspektorii mógłby wziąć udział w konkursie ogłoszonym w mediach społecznościowych angażując zespoły młodych ludzi.
- Pomysłów jest nieskończenie wiele... Zaangażuj się, jako jednostka i jako wspólnota, a zobaczysz, że świat cyfrowy może być żyzną ziemią dla świadectwa i ewangelizacji!