



# ANS: KOMUNIKACJA W SŁUŻBIE EDUKACJI I EWANGELIZACJI



**Gian Francesco Romano**

Sektor Komunikacji Społecznej/ANS

Przy wielu okazjach, w różnych miejscach na świecie, Przełożony Generalny, ks. Ángel Fernández Artime, podkreślał fundamentalną zasadę dla całego Zgromadzenia i Rodziny Salezjańskiej: dla dobra młodych ludzi ważne jest, aby rozpowszechnić dobre rzeczy, które są czynione pod sztandarem imienia Księdza Bosko. Właśnie z tego powodu istnieje ANS, (Agenzia iNfo Salesiana), wielotygodniowy periodyk tematyczny, organ komunikacji Zgromadzenia Salezjańskiego.

"ANS" - czyli "Salezjańska Agencja Informacyjna" - narodziła się w 1956 r., ale tak naprawdę jest potomkiem innej, wcześniejszej inicjatywy, rozwiniętej w ramach Zgromadzenia, "AMS" - Salezjańskiej Agencji Misyjnej - utworzonej w 1950 r. na polecenie ówczesnego Przełożonego Generalnego, ks. Renato Ziggio. Celem tej agencji, której założenia "misyjne" były już zawarte w jej nazwie, było "przesyłanie interesujących salezjańskich wiadomości misyjnych do różnych agencji informacyjnych, gazet i czasopism różnych narodów", "uzupełnianie wiadomości misyjnych Biuletynu Salezjańskiego" i dostarczanie "obfitego materiału do studiowania, dla kół misyjnych, w różnych grupach naszych Domów", (z Akt Kapituły Wyższej z grudnia 1952 r.).

W kolejnych dekadach ANS zmieniła się całkowicie, ponieważ wszystko wokół niej się zmieniło: akronimy, które dały mu nazwę, lokalizacje (od Turynu do Rzymu-Pisany, a dziś w "Sacro Cuore", w centrum Wiecznego Miasta) i oczywiście kilka razy zmieniły się metody komunikacji: pojawienie się w sieci było w 2000 roku, podczas gdy obecność na portalach społecznościowych rozpoczęła się w 2009 roku i stopniowo rozszerzała się, obejmując teraz cyfrowe podwórka YouTube, Twitter, Flickr, Facebook i Instagram.

Właśnie dlatego, że jest wyrazem i narzędziem informacji dla Zgromadzenia, które ma wymiar ogólnościowy, ANS publikuje na swojej stronie internetowej ([www.infoans.org](http://www.infoans.org)) w sześciu językach, współpracuje przy produkcji filmów w wielu innych językach narodowych (dla takich kolumn jak, na przykład, "Cari Confratelli") i, oprócz redakcji centralnej, korzysta z pracy sieci tłumaczy, korespondentów i współpracowników na wszystkich kontynentach.

Dzisiaj ANS stosuje styl komunikacji, który respektuje profesjonalne parametry nowoczesnego dziennikarstwa, zdolnego do dialogu ze wszystkimi, ale nie rezygnuje z przyjęcia "**salezjańskiego spojrzenia na świat**", którego celem jest opowiadanie i wspieranie edukacji i ewangelizacji młodych ludzi, przedstawianie tych rzeczywistości, które nie zawsze są widoczne w mediach głównego nurtu, oraz przekazywanie przesłań nadziei i zaangażowania, aby pomóc w budowaniu społeczeństwa bardziej zgodnego z nauką Ewangelii.

Komunikacja ANS, z tego punktu widzenia, realizuje się przede wszystkim w przekazywaniu, od centrum do peryferii, słów, postaw, wskazań i przykładów,

które pochodzą od Przełożonego Generalnego, Następcy Księdza Bosko, i jego najbliższych współpracowników, członków Rady Generalnej.

Jednocześnie, świadoma, że dzisiejsza komunikacja nigdy nie jest jednokierunkowa, ANS rzuca również **"spojrzenie na świat salezjański"** - znacznie szersze niż rzeczywistość Zgromadzenia, ponieważ ksiądz Bosko jest dziedzictwem ludzkości - i stamtąd gromadzi i wznawia głosy, które pojawiają się na wszystkich peryferiach geograficznych i egzystencjalnych świata. Inicjatywy na rzecz edukacji nieletnich, niezliczone formy apostołstwa, świadectwa misjonarzy, zaangażowanie na rzecz wszystkich potrzebujących, troska o stworzenie, dobre przykłady pochodzące od tak wielu młodych ludzi... są przekazywane w cyfrowym świecie, aby mogły być znane przez wszystkich i mogły stać się wzorem dla innych.

Prowadząc działalność informacyjną na rzecz i o Zgromadzeniu oraz Rodzinie Salezjańskiej, **ANS gromadzi i aktualizuje wskazania Księdza Bosko w zakresie "dobrej prasy"**, aby współpracować z misją Synów Księdza Bosko na rzecz zbawienia młodzieży.

Tym, którzy pytają, czy potrzebujemy salezjańskiego "Reutersa", José Luis Muñoz SDB, były dyrektor ANS (2014-2021), odpowiada, że tak, myśląc o ANS jako o oknie na Zgromadzenie. Chodzi o to, aby zgromadzenie było widoczne, zwłaszcza w swojej misji ewangelizacyjnej w świecie. Wkład wydawania informacji salezjańskich należy odnaleźć w różnorodności i współodpowiedzialności misji między salezjanami SDB, świeckimi i młodzieżą. Połączenie tych trzech elementów tworzy coraz to nową i oryginalną dynamikę. Z pewnością papież Franciszek wzbudza duże zainteresowanie: za każdym razem, gdy papież nawiązuje do salezjanów czy księdza Bosko, rośnie liczba osób, które udostępniają artykuły ANS. Mówi do salezjanów z entuzjazmem i zawsze zachęca nas do pójścia dalej. Ten entuzjazm pomaga nam doświadczyć siły naszej komunii z wyjątkowym ruchem Kościoła powszechnego. Wiadomości misyjne cieszą się również dużym zainteresowaniem czytelników ANS, przede wszystkim przedstawiane relacje w pierwszej osobie z tak wielu różnych i bardzo trudnych rzeczywistości, w których Ewangelia staje się życiem. Nawet tam, gdzie jako chrześcijanie jesteśmy w mniejszości, nasi wychowankowie i oratorianie należący do innych religii kochają salezjanów i księdza Bosko. Jest to wspaniały znak wielkiej mocy charyzmatu salezjańskiego.

