



MILENIALSI I "POKOLENIE Z" DZISIAJ



Don Alfred Maravilla SDB

Radca ds. Misji

Każda próba przekazania Chrystusa w dzisiejszych czasach zaczyna się od zrozumienia mentalności dzisiejszego młodego pokolenia. Komunikacja obejmuje kilka elementów, które musimy poważnie rozważyć: *nadawca*, który koduje *wiadomość*, wybierając *medium*, przez które wiadomość jest przekazywana od nadawcy do odbiorcy. Z kolei *odbiorca* analizuje komunikat w jego kontekście i interpretuje go zgodnie z intencją nadawcy lub w inny sposób. Wreszcie, informacja zwrotna wskazuje, w jaki sposób przekaz został odebrany.

Wysyłającymi są salezjańscy duszpasterze - wychowawcy, animatorzy młodzieży. Odbiorcy to dzisiejsza młodzież i młodzi dorośli, którzy składają się głównie z Millenialsów i Pokolenia Z.

Dzisiejsi **Milenialsi** mają od 21 do 42 lat. Nauczyli się korzystać z technologii i uzależnili się od niej w młodszym wieku niż poprzednie pokolenia: młodszy *milenialsi* nie wyobrażali sobie nawet życia bez *smartfonów* i *Internetu*. Chcą być zaangażowani poprzez możliwość podzielenia się swoimi przemyśleniami, ponieważ lubią dzielić się pomysłami i wybierać te najlepsze. Pragną holistycznie zintegrowanej wiary w swoim życiu, także w obszarze technologii. *Milenialsi* to pokolenie aplikacji. Aplikacje stały się dla nich narzędziem do komunikacji, przetwarzania informacji, kupowania towarów, a nawet czytania Pisma Świętego i modlitwy. Skupiają się na "teraz", ale mają tendencję do bycia idealistami.

Z kolei **Pokolenie Z** obejmuje osoby, które mają 22 lata lub mniej. Są cyfrowymi tubylcami, ponieważ od najmłodszych lat mają kontakt z *Internetem*, *mediami społecznościowymi* i telefonami komórkowymi. Wykorzystują Internet do kontaktów towarzyskich, nie odróżniając przyjaciół poznanych w sieci od tych w świecie fizycznym. Są zawsze podłączeni; offline już dla nich nie istnieje. Są kreatywni, realistyczni i nastawieni na przyszłość. Mają szeroką świadomość ważnych spraw i wydarzeń oraz ogromną chęć poszukiwania prawdy. Ale chcą sami wybrać i odkryć prawdę. W rzeczywistości poszukiwanie prawdy leży u podstaw ich typowych zachowań i wzorców konsumpcji. Osoby z Pokolenia Z korzystają z mediów społecznościowych, takich jak Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, TikTok, Tumblr, aby uzyskać informacje na temat kwestii społecznych, zdrowia i odżywiania, duchowości, itp. Ale są też dużymi użytkownikami anonimowych platform społecznościowych, takich jak Snapchat, Secret, Whisper, gdzie każde kompromitujące zdjęcie znika niemal natychmiast. Mając do dyspozycji bogactwo informacji, są bardziej pragmatyczni i mniej idealistyczni niż *milenialsi*. Wśród nich znaczna większość na wszystkich kontynentach deklaruje się jako osoby religijne, ale niekoniecznie identyfikuje się z jakąś religią: wierzą bez przynależności, inni przynależą bez wiary. Ci, którzy twierdzą, że nie należą do żadnej konkretnej religii, pochodzą zazwyczaj z rodzin bezwyznaniowych lub z letnich chrześcijan.

Wiara musi być przedstawiana *milenialsom* i Pokoleniu Z w nowy i angażujący sposób. To z kolei otworzy przed nimi możliwości dzielenia się swoją wiarą z rówieśnikami. Powinniśmy oprzeć się pokusie bombardowania mediów społecznościowych religijnymi przekazami i obrazami. To w rzeczywistości zrazi do siebie dużą liczbę młodych ludzi. *Pierwsze głoszenie* nie dotyczy doktryn chrześcijańskich, które należy wykladać. Chodzi o promowanie przytłaczającego i ekscytującego doświadczenia, które może wzbudzić pragnienie poszukiwania prawdy i zainteresowanie osobą Jezusa. Bez pierwszego głoszenia, które prowadzi do osobistego wyboru na rzecz Chrystusa, wszelkie wysiłki ewangelizacyjne będą jałowe. Pierwsze głoszenie jest fundamentem nowej ewangelizacji. Natomiast wyzwaniem dla każdego salezjańskiego duszpasterza-wychowawcy, dla każdego lidera młodzieżowego jest pomoc samym *milenialsom* i pokoleniu Z w tworzeniu opartych na wierze treści w mediach społecznościowych, które mogą wzbudzić w ich rówieśnikach zainteresowanie poznaniem osoby Jezusa Chrystusa.

Naprawdę media społecznościowe są dziś uprzywilejowaną platformą do przekazywania Chrystusa młodym ludziom. Od każdego z nas zależy, czy wykorzystamy je z misyjną kreatywnością!

#SETTOREPERLEMISSIONISALESIANE



FACEBOOK

Sektor Misji Salezjańskich

www.facebook.com/missionisalesiane



INSTAGRAM

@missionisalesiane

www.instagram.com/missionisalesiane/



YOUTUBE

Sektor Misji Salezjańskich

www.youtube.com/channel/UC5llt_a5OBC-pzDYj-ARhgA



Mail:

cagliero11@sdb.org

