

UČINKOVITO KOMUNICIRANJE Z MLADIMI: IZZIVI IN STRATEGIJE



Družbena komunikacija v službi
salezijanskega poslanstva v Cerkvi



UČINKOVITO KOMUNICIRANJE Z MLADIMI: IZZIVI IN STRATEGIJE

Družbena komunikacija
v službi salezijanskega
poslanstva v Cerkvi



Učinkovito komuniciranje z mladimi: izzivi in strategije.
Družbena komunikacija v službi salezijanskega poslanstva v Cerkvi

Nekomercialna izdaja

Izvirni naslov:

Comunicare amichevolmente con i giovani oggi.
La comunicazione sociale a servizio della missione salesiana nella Chiesa

Prevod: Andrej Baligač

Priprava slovenske izdaje: Marko Suhoveršnik

Jezikovni pregled: mag. Tadej Ian

Naslovnica: Fabrizio Emigli

Izdajatelj: Salezijanski inšpektorat, Ljubljana

Založba: Salve d.o.o. Ljubljana

© Direzione Generale Opere Don Bosco

Vse pravice pridržane.

Sede Centrale Salesiana

Settore per la Comunicazione Sociale

Via Marsala 42, Roma

Za Slovenijo:

© Salezijanski inšpektorat

Rakovniška 6

1000 Ljubljana

Naklada: 50 izvodov

Tiskano v Sloveniji, 2025

CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

316.77-053.6:27-789.64

UČINKOVITO komuniciranje z mladimi: izzivi in strategije : družbena komunikacija
v službi salezijanskega poslanstva v Cerkvi / [prevod Andrej Baligač]. - Ljubljana :
Salve, 2025

Prevod dela: Comunicare amichevolmente con i giovani oggi

ISBN 978-961-289-246-3

COBISS.SI-ID 235702019

PREDSTAVITEV

Besedilo, ki ga imate v rokah, je rezultat dela sektorja za družbeno komunikacijo salezijanske družbe. Njegov namen je ponuditi naj-novejše smernice za razumevanje vprašanja družbene komunikacije, ki služi salezijanskemu poslanstvu v Cerkvi.

Ta priročnik je izšel 14 let po izidu besedila z naslovom *Salezijanski sistem družbenega obveščanja* in je rezultat sodelovanja z delegati za družbeno komunikacijo, strokovnjaki za komunikacijo in drugimi svetovalci. Zagotovo ga boste obogatili s svojim znanjem in izkušnjami.

Salezijanska družba si na različnih področjih delovanja vedno prizadeva iti v korak s časom. To je drža, ki nas je skozi leta vodila k nenehnemu iskanju dialoga med vero in znanostjo, evangelijem in mladinsko kulturo, preventivnim sistemom in digitalnim svetom.

Kot vzgojitelji mladih se na izzive in priložnosti digitalne kulture odzivamo s poglobljenim razmislekom o komunikaciji in uporabi različnih informacijskih tehnologij, interneta, družbenih omrežij in v zadnjem času tudi umetne inteligence.

Izhajajoč iz vrednot evangelija in preventivnega sistema želimo skupaj z laiki in vzgojitelji razpravljati o tej resničnosti tako, da prisluhnemo novim generacijam, spremljamo mladostnike in mlade odrasle v njihovih družbenih svetovih, iščemo nove jezike in nove načine, kako jih vzgajati za ljubezen, smisel življenja in odgovornost, za oblikovanje njihovega osebne projekta.

Cerkev nas je po sinodi o mladih prosila, naj poglobimo svoje znanje o dinamiki digitalnega okolja: »Digitalno okolje predstavlja izziv za Cerkev na različnih ravneh; zato je nujno poglobiti poznavanje njegovih dinamik in možnosti z antropološkega in etičnega vidika. To zahteva ne le, da vstopimo vanj in spodbujamo njegov komunikacijski potencial v luči krščanskega oznanjevanja, temveč tudi, da njegovi kulturi in dinamiki damo evangeljski pridih. Nekatere pobude v tej smeri že potekajo in jih je treba spodbujati, poglobljati in deliti.«¹

¹ Sklepni dokument škofovske sinode o mladih »*I giovani, la fede e il discernimento vocazionale*« [Mladi, vera in razločevanje poklicanosti], Vatikan, 2021, št. 145.

Nedavno je vatikanski dikasterij za komunikacijo objavil besedilo na temo digitalne tehnologije, v katerem navaja, da danes doživljamo velikanske spremembe, vendar se moramo še vedno soočiti z načinom, kako se lahko kot posamezniki in kot cerkvena skupnost približamo digitalnemu svetu kot »ljubeči sosedje«, resnično prisotni in pozorni drug do drugega na naši skupni poti po »digitalnih avtocestah«.²

Salezijanska družba je v skladu s Cerkvijo vložila veliko truda za posodobitev razmišljanja o salezijanski karizmi, o salezijanski identiteti posvečenih oseb in laičnih vzgojiteljev ter o nadaljnjem raziskovanju in posodobitvi preventivnega sistema v luči spreminjajočih se časov, v katerih živijo naši mladi. S študijami, konferencami in srečanji na vseh ravneh znotraj Družbe se je pojavila temeljna tema: družbena komunikacija kot vidik sveta mladih, zlasti v povezavi z digitalno kulturo.³

Sektor za družbeno komunikacijo je z različnimi pobudami preučeval, raziskoval in se na salezijanski način odzival na pomemben dialog med komuniciranjem, evangelizacijo in salezijansko vzgojo.

Družbena komunikacija je del velike salezijanske karizmatične dediščine, ena od prednostnih nalog našega ustanovitelja don Boska, in je izraz naše identitete in našega poslanstva vzgojiteljev.

Salezijanska družba spodbuja in upravlja družbeno komunikacijo v okviru sektorja za družbeno komunikacijo. Za izpolnitev te naloge je pripravil besedilo, ki usmerja in ponuja smernice za družbeno komunikacijo v celotni družbi.

Besedilo z naslovom *Salezijanski sistem družbenega obveščanja*, ki je bilo prvič objavljeno leta 2008 in posodobljeno leta 2010, je bilo pomembno referenčno gradivo. Kljub temu smo prišli do zgodovinskega trenutka, ko je potrebna prelomna sprememba, tako v njegovi organizacijski strukturi kot v praktičnih usmeritvah.

² DIKASTERIJ ZA KOMUNIKACIJO, »Verso una piena presenza – Riflessione pastorale sul coinvolgimento con i social media« [K polni navzočnosti – pastoralni premislek o uporabi družbenih omrežij], Vatikan, 2023.

³ *Na poti z mladimi v digitalni kulturi*, v: *Salezijanska družina in komunikacija v digitalni dobi*, Salezijanski inšpektorat, Ljubljana, 2024, str. 3–19.

Zakaj obnoviti dokument

Salezijanski sistem družbenega obveščanja?

Če upoštevamo revolucijo na področju družbene komunikacije v zadnjih petnajstih letih, ki jo je povzročil razvoj digitalne tehnologije, socialnih omrežij in družbeno-kulturnih sprememb v svetu mladih, je posodobitev dokumenta nujna.

Zahvaljujoč učiteljstvu papežev Benedikta in Frančiška je Cerkev razširila svoj pogled na družbeno komunikacijo, zlasti z vsakoletnimi sporočili za *Svetovne dneve sredstev družbenega obveščanja* in dokumenti škofovske sinode o mladih, pa tudi z usmeritvami, ki jih vsebujejo dokumenti, kot so *Etika na internetu*, *Hvaljen, moj Gospod*, *Vsi smo bratje*, *Svetovno vzgojno zavezništvo*, *Dignitas Infinita*.

Nadaljnji razvoj dokumenta je treba izvesti tudi ob upoštevanju zahtev 27. VZ in 28. VZ v luči programa vrhovnega predstojnika za šestletno obdobje (predlog št. 3): »Živeti salezijanski zakrament navzočnosti« in ob upoštevanju novega vatikanskega dokumenta *Antiqua et nova* o umetni inteligenci.

Prav tako je primerno razširiti vizijo družbene komunikacije, začevši z nje-no karizmatično, vzgojno-pastoralno in cerkveno razsežnostjo, v skladu z *Referenčnim okvirom salezijanske mladinske pastorale*.

Na podlagi prošnje vrhovnega predstojnika, ki jo je leta 2020 naslovil na sektor za družbeno komunikacijo, je bila sektorju zaupana priprava tega dokumenta, ki vključuje študijo digitalnega habitata: »Vključevati sektor za družbeno komunikacijo na različnih ravneh, da ponudi orodje in spodbuja k nenehnemu preverjanju in posodabljanju, k inkulturaciji salezijanskega poslanstva v digitalni habitat, kjer mladi živijo. Vključiti naše univerze v mrežo z drugimi centri in agencijami, ki natančneje spremljajo in preučujejo spremembe, ki jih digitalni svet pušča na novih generacijah« (GVS, 433).

Pri pripravi tega dokumenta je sodelovalo veliko število delegatov za družbeno komunikacijo, odgovornih za Salezijanski vestnik, radijske postaje, založbe in družbene medije. Tako smo pripravili *Instrumentum laboris* za družbeno komunikacijo, ki združuje vse tematske predloge, ki so jih predstavile te skupine.

Izhajajoč iz temeljnega načela, da je prenova mogoča, ob polnem spoštovanju smernic Cerkve in salezijanske družbe, nov dokument ostaja zvest naši tradiciji in dediščini, ki je del naše identitete.

Cilj tega novega dokumenta je biti vodilo in orodje za formacijo v skladu s tem, kar je bilo zapisano v prejšnji izdaji, in hkrati skušati v salezijanskem slogu odgovoriti na družbeno-kulturne spremembe novih generacij in digitalnega sveta. Z novimi vzgojno-pastoralnimi potrebami in kulturnimi izzivi na poti Cerkve je treba družbeno komunikacijo približati evangeli- zacijskemu in vzgojnemu predlogu salezijanske mladinske pastorage.

Ta dokument je orodje, ki ga ponuja sektor za družbeno komunikacijo, da bi osvetlil, posodobil in usmerjal razmislek, prakso in izmenjavo komunikacijskega dela v vsaki VPS. Vse to je mogoče doseči s pomočjo različnih delegatov za družbeno komunikacijo in njihovih ekip. Končno želi dokument prispevati k oblikovanju salezijancev in laikov, ki sodelujejo pri uresničevanju salezijanskega poslanstva v današnjem svetu.

Rim, 31. januar 2025

GILDÁSIO MENDES DOS SANTOS, SDB
Vrhovni svetovalec za družbeno komunikacijo

UVOD V NOVI DOKUMENT

Z različnih perspektiv so bile struktura in temeljne vsebine tega dokumenta najprej zbrane in poglobljene s pristopom, ki temelji na Svetem pismu in teologiji, nato z antropološkim, etičnim, vzgojnim in salezijanskim pastoralnim pogledom, da bi na koncu prišli do organizacijskih in operativnih smernic.

Prvo poglavje se začne s sanjami pri devetih letih, ki so don Bosku omogočile poseben pogled na vse njegove dejavnosti in dosežke. Po vzoru Dobrega pastirja in njegovega srca vzgojitelja je izpostavljena geneza njegovega načina razmišljanja in izvajanja metodologije družbene komunikacije.

V drugem poglavju je družbena komunikacija opredeljena kot kompleksen človeški in kulturni pojav; analiziran je tudi nov komunikacijski pristop, ki ga imajo ljudje, zlasti mladi, do digitalnega vesolja in kulture z različnimi psihološkimi, sociološkimi in relacijskimi posledicami.

Tretje poglavje ponuja nov pogled na pomen sinodalnosti in razločevanja v našem načinu komuniciranja, da bi ustvarili bratsko občestvo, sodelovanje in soodgovornost v službi posameznika in družbe.

Četrto poglavje razvija teološke temelje komunikacije, izhajajoč iz načela, da Bog išče človeško osebo in se ji v želji po komunikaciji približuje, se razodeva v ljubezni in resnici, ustvarja interakcijo ter človeštvu kaže svoj načrt ljubezni in odrešenja.

Tema petega poglavja je kristološka perspektiva. Ta temelji na Jezusu Kristusu, Očetovem glasniku, ki kot Dobri pastir živi prijateljsko pedagogiko samopomoči: posluša, sprejema, ljubi, skrbi, vzgaja in rešuje. Po Svetem Duhu je Trojica zgled skupnosti, ki temelji na občestvu in služanju.

V šestem poglavju je Cerkev predstavljena kot Božje znamenje v svetu, učiteljica človeštva in vzgojiteljica Božjega ljudstva na poti k odrešenju.

V sedmem poglavju je prikazano, kako se Marija, Jezusova mati, postavi v službo svojega Sina in ga spremlja vse njegovo življenje, vse do smrti in vstajenja. V dvorani zadnje večerje je dejavno sodelovala pri rojstvu

Cerkve; kot zgled moleče Cerkve je gradila življenje skupnosti in njeno poslanstvo.

Osmo poglavje opozarja na dejstvo, da sveti Frančišek Saleški, ki si ga je don Bosko izbral za zgled komunikatorja, uči, da je komunikacija stvar srca.

Deveto poglavje prikazuje, kako živeti v digitalni kulturi v salezijanskem slogu po zgledu Božje pedagogike: prijateljsko, z bližino, sprejemanjem, poslušanjem, bratskim občestvom in soodgovornostjo.

V desetem poglavju so predstavljeni temelji komunikacije v skladu s salezijansko evangelizacijsko in vzgojno vizijo: komunikacija se uresničuje v povezavi med evangelizacijo in vzgojo, v dialogu s kulturo, mreženjem in s sodelovanjem z laiki ter salezijansko družino. Obravnava tudi metodologijo salezijanske družbene komunikacije, pomen VPS, pastoralni načrt in delo, ki se izvaja z vzgojno in pastoralno miselnostjo.

V enajstem poglavju je preventivni sistem predstavljen kot komunikacijski impulz, ki se izraža s posebno duhovnostjo, pedagogiko in pastoralnim pristopom. Poleg tega analizira tudi, kako preventivni sistem vzpostavlja dialog s komunikacijsko dinamiko digitalnih medijev.

V dvanajstem poglavju je posebna pozornost namenjena pomenu krščanske antropologije kot vira, ki osvetljuje in humanizira virtualno komunikacijo in digitalno kulturo. Poleg tega je predstavljena izvirna vzgojna pobudo, ki se zgleduje po podobah štirih svetopisemskih vrtov in jih prek njihove simbolike primerja s človeškim položajem v digitalnem svetu.

Trinajsto poglavje opisuje identiteto salezijanca komunikatorja, ki izhaja iz don Boskove duhovnosti in pedagogike.

V zadnjih poglavjih, od štirinajstega do sedemnajstega, so podane smernice za organizacijo, vodenje in upravljanje salezijanske družbe na področju družbene komunikacije. Obravnavane so sodobne potrebe in izzivi, ki se danes pojavljajo na področju družbene komunikacije, kot so strokovnost komunikacijskih delavcev, posodobitev institucionalne komunikacije, sodelovalni načini dela v mrežah, različni modeli strukturne organizacije v inšpektorijah ter vprašanja zasebnosti in varnosti.

V zadnjem delu so podane praktične smernice za družbeno komunikacijo, pri čemer se upošteva specifična stvarnost vsake inšpektorije. Posebna pozornost je namenjena večkulturnosti ter različnim ritmom, slogom in načinom uresničevanja salezijanskega poslanstva v svetu.

Okrajšave

- GVS Glasilo vrhovnega sveta družbe sv. Janeza Boska
[Atti del Consiglio Generale/Superiore
della Società di San Giovanni Bosco]
- ONI Organski načrt inšpektorije
- VPS Vzgojno-pastoralna skupnost
- VPN Vzgojno-pastoralni načrt
- VZ Vrhovni zbor salezijanske družbe
- K Salezijanske konstitucije
- CD Zbirka Cerkveni dokumenti

1

GENEZA KOMUNIKACIJE PRI DON BOSKU

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Don Bosko je uporabljal družbeno obveščanje kot področje dejavnosti, ki mu je omogočalo uresničevanje njegovega vzgojnega poslanstva. Z družbenim obveščanjem, uporabljenimi v različnih oblikah in na različnih ravneh, je spodbujal človeški in krščanski napredek revne mladine in delavskega razreda ter podpiral tudi misijonsko delo.«

Egidio Viganò, La »Comunicazione Sociale« ci interpella, GVS 302, 1981

Poglavje se začne z don Boskovimi sanjami pri devetih letih, o katerih pripoveduje v Spominih na Oratorij, besedilu, ki je bilo sprva napisano samo za salezijance, z željo, da bi jim predal svoj vzgojni sistem in metodo.

Te sanje vsebujejo tudi arhetip salezijanske komunikacije, saj so don Bosku dale posebno perspektivo glede vseh njegovih dejavnosti in dosežkov. Tu je izpostavljena geneza njegovega načina razmišljanja in izvajanja komunikacije, ki izhaja iz njegovega srca vzgojitelja po vzoru Dobrega pastirja.

Z ljubeznivostjo Dobrega pastirja in don Boskovo apostolsko vnemo gledamo na mlade z obnovljeno naklonjenostjo in zvesto posredujemo salezijanski vzgojni načrt, pri čemer poudarjamo vlogo mladih kot glavnih akterjev, ki danes živijo v močno digitalizirani kulturi z njenimi lučmi in sencami.

- ➔ **Don Bosko sanja sanje, ki jih je treba živeti in posredovati.** Svetnik mladih nam pripoveduje v svojih *Spominih na Oratorij*: »Pri devetih letih sem imel sanje. Vse življenje so mi ostale globoko vtisnjene v spomin ... Takrat sem, še vedno v sanjah, začel jokati. Prosil sem, naj mi razloži, kaj naj to pomeni, saj nisem vedel, kaj naj bi vse to pomenilo. Takrat mi je položila roko na glavo in rekla: 'Ob svojem času boš vse razumel'.«⁴

- ➔ **Sanje pri devetih letih predstavljajo arhetip, ki odraža korenine kot izvirnosti komunikacije** vzgojitelja mladih. Poslanstvo mu je v sanjah pri devetih letih zaupano z zelo preprostimi besedami: »To je polje tvojega dela.« To pomeni, da bo tvoje poslanstvo med najmanjšimi, med najrevnejšimi. Beseda, ki je bila don Bosku dana v sanjah, v praktičnem smislu pomeni izročitev življenjskega projekta v službi drugim. Tako v svojem poslanstvu duhovnika vzgojitelja kot v življenju pisatelja je bil don Bosko človek, ki zna skozi vero razbrati in razlagati resničnost. Vse to se kaže tako v njegovi pobudi za ustanovitev salezijanske družbe kot v njegovem praktičnem in ustvarjalnem pristopu k delovanju. Še več, sanje pri devetih letih so odličen zgled in šola komunikacije: »Ker nisem vedel, kaj naj bi vse to pomenilo.« Don Bosko je vse življenje skušal najti pomen sanj, kaj so, kakšno je njihovo sporočilo, kaj storiti ... Njegova vzgojna pedagogika je bila posledica njegovega iskanja, da bi živel in posredoval svoje sanje. Globoko zvest Bogu ter svoji poklicanosti in poslanstvu je don Bosko ustvaril pravi komunikacijski ekosistem za sodelovanje pri vzgoji mladih.

- ➔ **Dar Svetega Duha salezijansko karizmo navdihuje,** hrani in vodi poslanstvo za mlade v vsakem času in kulturi. Družbena komunikacija sodeluje s salezijanskim poslanstvom in se postavlja v službo vzgojne skupnosti in mladih, vključenih v evangelizacijo in vzgojo v skladu s projektom celostne vzgoje mladih.

- ➔ **Don Bosko je bil komunikator s srcem in pogledom Dobrega pastirja.** Medtem ko je Torino doživel veliko družbeno, kulturno in versko preobrazbo, je don Bosko razvil zelo izviren način komunikacije s pomočjo pedagogike Kristusa Dobrega pastirja: približal se je revnim mladim, delavcem in priseljencem, ki so prihajali s podeželja na delo v nove tovarne v tem industrijskem mestu, se z njimi pogovarjal, jih spremljal

⁴ JANEZ BOSKO, *Spomini*, Salve, Ljubljana, 1996, str. 17–18.

in imel rad. Don Bosko, ki je bil zelo pozoren na realnost revnih mladih v Torinu, je iskal prostor, kjer bi jih lahko sprejel in vzgajal, okolje, ki bi jim omogočalo, da bi imeli hrano, kraj za spanje, prostor za igro, molitev, petje in učenja obrti. Prepričan o velikem pomenu, ki ga lahko ima vzgojni in komunikacijski habitat, se je z velikimi žrtvami in trpljenjem boril, da bi v Valdoccu ustvaril okolje, v katerem bi mladi lahko živeli, prejeli zaupanje in se vzgajali.

➡ **Zvesti svojemu ustanovitelju, salezijanski karizmi in mladim, tudi mi salezijanci, tako kot don Bosko,** gledamo na današnjo mladino z evangelijskim pogledom. Skupaj z vzgojno skupnostjo in laiki skušamo na salezijanski način ter z vzgojno komunikacijo odgovoriti na velike izzive sodobne digitalne kulture, s katerimi se soočajo mladi – zlasti na individualizem, nasilje, krivico ter brezbržnost do migrantov, revnih in trpečih. Pa tudi na druge težave, ki izkrivljajo vlogo človeške osebe, kot so uničevanje narave, vojna in etični relativizem.

➡ **S srcem Dobrega pastirja in don Boskovo apostolsko vnemo** zvesto posredujemo salezijanski vzgojni projekt; pri tem cenimo dejavno vlogo mladih, njihove darove in pobude ter priložnosti, ki jih digitalna kultura ponuja na osebni, poklicni ali krščanski ravni. S hojo skupaj z njimi v različnih kulturah jim želimo posredovati Jezusa Kristusa in veselje evangelija.

2

KOMUNIKACIJA KOT ČLOVEŠKI IN KULTURNI POJAV

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Ker torej družbeno življenje ni nekaj dodatnega, človek v občevanju z drugimi v medsebojnih nalogah, v pogovoru z brati raste v vseh svojih darovih in more izpolniti svojo poklicanost. Izmed družbenih vezi, ki so potrebne za spopolnjevanje človeka, se nekatere, kakor sta to družina in politična skupnost, bolj neposredno skladajo s človekovo notranjo naravo, druge pa izvirajo bolj iz njegove svobodne volje.«

Pastoralna konstitucija o Cerkvi v sedanjem svetu, št. 25

Komunikacija je zapleten človeški pojav, bistvena in konstitutivna sestavina osebe ter nenehno razvijajoči se kulturni dejavnik.

Tu je analiziran nov komunikacijski pristop, ki ga ljudje, zlasti mladi, kažejo ob soočanju z digitalno kulturo in svetom, z različnimi psihološkimi, sociološkimi in odnosnimi posledicami.

V interakcijah med človekom in strojem se potopimo v široko in zapleteno resničnost in globalno veselje, ki ima svoja pravila in časovne okvire ter je bogato z novimi izzivi.

Zato strokovnjaki za komunikacijo govorijo o infosferi in psihosferi: vsi smo fizično, psihološko in družbeno vključeni v to ogromno in zapleteno virtualno veselje.

V digitalni komunikaciji postanejo hitrost, neposrednost in interaktivnost glavni dejavniki in določajo tudi našo čustveno dinamiko; hkrati še vedno puščajo bistven prostor za osebno odgovornost in vzgojno delo.

- ➔ **Komunikacija je bistvena in konstitutivna sestavina človeka. Komuniciranje je dar ter osebna in družbena odgovornost.** Glede na izvor ima beseda »komunikacija« svojo korenino v *com* (dati v skupno; iz latinskega pridevnika *communis*, skupen, obči; skupaj). V svojem izvornem pomenu se prevaja kot 'skupnost', 'človeški odnosi', 'sposobnost sodelovanja in ustvarjanja vezi oz. odnosov z osebami'. Seveda beseda komunikacija priključuje človeško potrebo po biti *communitas* (skupnost, občestvo) in deliti, osnovati poti/postopke, s katerimi osebe izrazijo svoje ideje, čustva in informacije.
- ➔ **Človeška oseba, posameznik, je glavni protagonist komunikacije**, ki razvija svoje darove in sposobnosti, kot so jezik, čustveni in socialni odnosi, razlaga kod in simbolov, dialog s samim seboj in z drugimi, sposobnost ustvarjanja komunikacijskih procesov in postopkov, sposobnost razvijanja sredstev in tehnik za zapisovanje in razširjanje svojega znanja in izkušenj.⁵ Prek različnih vidikov komunikacije ljudje gradijo mreže odnosov, razvijajo jezike za izražanje svojega videnja življenja, prepričanj in vrednot ter aktivno sodelujejo v družbenih, političnih, kulturnih in verskih pobudah.
- ➔ **Z antropološkega vidika se je človeška komunikacija v različnih kulturah razvijala s pomočjo izrazov**, kot so jezik, običaji, umetnost, kulinarika in verski obredi. Vsako ljudstvo razvija, slavi in prenaša tradicijo svojih vrednot, dojemanje sveta in svojo religioznost. Z različnimi obredi komunikacija spodbuja posameznikovo sodelovanje v skupnosti.
- ➔ **Človeška komunikacija je izjemno kompleksna, vključuje relacijsko dimenzijo**, izmenjavo vsebin, sporočil, čustev in pomenov ter je obenem zaznamovana z namernostjo in simboliko. Vsaka oseba v družini in pri vzgoji razvija svoje darove in sposobnosti za komuniciranje – od jezika in kulturnih kod do dialoga, poslušanja in vključevanja v medosebne odnose ter življenjske situacije.
- ➔ **Komunikacija je po svoji naravi multidisciplinarna, saj se prepleta z različnimi vedami**, kot so psihologija, sociologija, antropologija, ekonomija ter številne tehnološke in organizacijske vede. V praksi vse družbe in kulture potrebujejo učinkovito komunikacijo na medosebni, organizacijski in funkcionalni ravni.

⁵ LUCIANO PACCAGNELLA, *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino, Bologna, 2004, str. 23–25.

- ➔ **Tradicionalni mediji**, kot so radio, časopisi, televizija in revije so v sodobnem svetu dopolnjeni z digitalnim komuniciranjem, sateliti, računalniškimi omrežji in umetno inteligenco, ki skupaj tvorijo obsežno in zapleteno mrežo človeških odnosov z različnimi družbenimi, političnimi in ekonomskimi vidiki.

Komunikacija se rojeva, razvija in širi znotraj družb prek natančnih pravnih norm in različnih političnih organizacij, ki se spreminjajo glede na osebne, vladne ali zasebne interese. Zaradi številnih političnih in gospodarskih dejavnikov lahko postane prizorišče konfliktov in napetosti, pogosto bojno polje ideologij, ki so namenjene posameznim skupinam, komercialnim interesom, boju za nadzor nad posamezniki in družbami.⁶

- ➔ **Razvoj organizacijske kulture**, ki jo sestavljajo vrednote, simboli, tradicije, prakse in vedenjski vzorci, omogoča vzpostavitev institucionalnega komuniciranja kot učinkovitega orodja za razvoj notranjih in zunanjih procesov prek mreže človeških odnosov. Njegovo uspešnost določajo različna orodja in postopki, namenjeni upravljanju ljudi, organizacij in podjetij. Organizacijska kultura si tako prizadeva zagotavljati kakovostne odnose, usklajenost procesov, strokovnost ter doseganje ciljev institucionalne komunikacije na vseh ravneh njenega delovanja.

A ČLOVEŠKA IN TEHNOLOŠKA DINAMIKA V DIGITALNEM SVETU

- ➔ **Z rastjo digitalne komunikacije se je začel pojav, imenovan digitalizacija.** Gre za proces pretvorbe slike ali analognega signala v digitalno kodo. Digitalizacija vključuje tudi pretvorbo zvočnih signalov in gibljivih slik (videa), ki so prvotno nastali v drugih formatih, v digitalno kodo. Drugi pojem, povezan z digitalizacijo, je digitalna transformacija, ki je širši proces, v katerem tehnološki viri prevzamejo novo in pomembno vlogo. Tako nastane niz tehničnih procesov upravljanja, ki se, začeni z digitalizacijo, širijo na način vodenja organizacije in vključujejo stik s strankami, način izvajanja trženja, tehnološke inovacije, trg ... Namen je vedno širitev trga, zagotavljanje kakovosti pri izvajanju organizacijskih procesov in postopkov ter razvoj in izboljšanje upravljanja.

⁶ COMMISSIONE INTERNAZIONALE DI STUDIO SUI PROBLEMI DELLA COMUNICAZIONE NEL MONDO, *Comunicazione e società oggi e domani*, Torino, 1982, str. 38–39.

- ➔ **Digitalna okolje popelje posameznika v široko in kompleksno vesolje človeške, družbene in kulturne komunikacije.** Gre za nov vidik z velikimi možnostmi in izzivi. Strokovnjaki za komunikacijo pravzaprav govorijo o infosferi in psihosferi: vsi smo fizično, psihološko in družbeno vključeni v to ogromno in kompleksno virtualno vesolje.⁷
- ➔ **Infosfera je vesolje, sestavljeno iz celotnega nabora predmetov in informacij, ki so v dinamični interakciji.** V tem okolju je tako, kot da bi bili popolnoma potopljene v pravi akvarij. Če ste prej poznali svojo državo, svoje mesto in sosede, lahko zdaj s preprostim mobilnim telefonom, povezanim z internetom, potujete po vsem svetu. Tam ste kognitivno in čustveno potopljene v obsežno vesolje slik in zvokov, ki omogočajo interaktivnost, sodelovanje in povezovanje z ljudmi in predmeti ne glede na časovne in prostorske omejitve. Infosfera je kompleksen pojem. V osnovi gre za okolje, v katerem sta združena realni in virtualni svet, kjer se čas in prostor prepletata in prekrivata tako, da med seboj vplivata tako spletni kot tudi nespletni svet. V tem kontekstu se širi tudi področje avtomatizacije, umetne inteligence, virtualne resničnosti in obogatene resničnosti. Infosfera odpira novo mejo velikih naložb po obdobju pametnih telefonih, saj ustvarja možnost imerzije v svet z različnimi razsežnostmi – časovnimi, psihološkimi, družbenimi – in širi izkušnjo resničnosti odnosov.
- ➔ **Navidezna resničnost (VR), razširjena resničnost (AR), infosfera** vključujejo pet čutov ter naše sposobnosti: vidne, slušne, čutne in interakcijo z napravami (na primer virtualna orodja, kot so 3D očala). S čutili vstopamo v resničnost, ki je hkrati prisotna in odsotna, kar nam omogoča, da se potopimo v različne interaktivne resničnosti (sestavljene iz ljudi in naprav).
- ➔ **Ko posameznik vstopi v splet in začne interagirati, bodisi v videokonferenci ali s sodelovanjem v igri,** pride do interakcije človeka s strojem, ki mu omogoča dostop do virtualnega sveta, kar imenujemo tudi »virtualna človeška mediacija«. Pri tem uporabljamo svoja čutila in zaznave, svojo domišljijo in svoja čustva. Z mediacijo (jaz in stroj) ima posameznik dostop do resničnega ve-

⁷ DAVID J. CHALMERS, *Più realtà. I mondi virtuali e i problemi della filosofia*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2023.

solja, ki je kodirano (digitalizirano) in doživljeno na daljavo. Digitalna imerzija (potopitev v digitalni svet) neposredno vpliva na življenje ter družbene in kulturne odnose. Za razumevanje tega ekosistema, v katerem poteka komunikacija, se uporablja izraz »mediatizacija«, ki označuje splošne učinke medijev na družbeno, gospodarsko in politično organizacijo. V tem kontekstu se pojavlja nova realnost: metaverzum (ang. metaverse). To je izraz, ki ga je leta 1992 ustvaril pisatelj fikcije Neal Stephenson, da bi preprosto povedal, da obstaja virtualni svet, ki ga lahko naseljujejo avatarji v 3D-obliki. Lahko rečemo, da je metaverzum vesolje različnih razsežnosti v vzporednem vesolju.

- ➔ **V kompleksnosti komunikacije, ki nam jo predstavljata infosfera in metaverzum,** postopoma opazamo vpliv kibernetike, biogenetike, biopolitike in umetne inteligence, ki tako s svojo raznolikostjo in spremembami tvorijo pravi kalejdoskop komunikacijskega okolja.
- ➔ **Mediatizacija vključuje mikro kodekse in jezik komunikacije, simbole ter različne interese,** ki se obdelujejo in sporočajo včasih neposredno, včasih posredno (subliminalno), zaradi česar postane komunikacija kompleksen, razvejan in okrepljen pojav, ki se dotika družbene identitete vsakega posameznika.⁸ V tem vesolju infosfere ima posameznik psihofizično in družbeno izkušnjo: psihosfero.
- ➔ **Psihosfera je afektivno in kognitivno stanje, ki ga posameznik doživlja, ko je um spremenjen;** nematerialni elementi informacij vplivajo na človekove misli in občutke, ne da bi se posameznik zavedal resničnosti. Na ta način posameznik vstopi v t. i. kolektivne možgane (kibernetiski prostor), ki so oblika obdelave znakov (simbolov, jezikov, zvokov) in dražljajev.
- ➔ **V digitalnem svetu se naučite živeti z novo logiko, ki temelji predvsem na dražljajih, nevroloških reakcijah in mehanizmih odzivanja možganov na te dražljaje.** V zvezi s tem lahko rečemo, da vse slike, zvoki, besede in interaktivnost, ki jih doživljamo v socialnih omrežjih, vplivajo na naše možgane in neposredno vplivajo na naše zaznave, domišljijo, vedenje in posledično na naše odločitve, tako na zavestni kot na nezavedni ravni.

⁸ CENSIS, *XVI Rapporto sulla comunicazione, I media e la costruzione dell'identità*, Franco Angeli, Milano, 2020.

Digitalna logika, ki temelji na tehniki in avtomatizmu, sledi dražljajem, ki jih je razvila nevroznanost, pri čemer zelo malo upošteva vprašanje zavesti.

Primer delovanja te logike je hitrost, ki jo ponuja digitalna tehnologija, velika zmožnost ustvarjanja in izmenjave informacij ter omogočanje takojšnjosti in interaktivnosti. Ta logika zato spreminja način učenja, ustvarja določeno površnost v razmišljanju in težave pri sistematičnem, celostnem in skladnem razmišljanju.

➡ **Digitalna komunikacija omogoča hitrost, takojšnjost in interaktivnost.**

Pomembno je poudariti, da digitalno veselje samo po sebi temelji na digitalni logiki, umetna inteligenca pa na algoritmih.

V digitalni komunikaciji naša čutila in zaznave očitno vstopijo v novo dinamiko in se začnejo odzivati na ta možganski pospešek z večjo aktivacijo živčnega sistema zaradi vključevanja petih čutil. Slike, zvoki, besede in interaktivnost, ki jo doživljamo na socialnih omrežjih, vplivajo na našo kognitivno in afektivno dinamiko.

Pospeševanje možganov, intenzivnost čustev, izpostavljenost našega čustvenega življenja v socialnih omrežjih nas postavljajo v veselje, kjer ta novi miselni mehanizem zahteva veliko dražljajev, veliko reakcij in hitrosti.

Digitalni svet in digitalna logika sta realnosti, ki sta del človeškega življenja in njegovega razvoja. Smo del digitalnega sveta in se zavedamo prednosti, ki jih ta ponuja človeštvu in človeškemu napredku. Razumeti moramo, kako deluje človekova interakcija s tem digitalnim svetom. Prav zato je bistvenega pomena vzgoja na področju etike, ki nam pomaga živeti na zdrav in ustvarjalen način.

➡ **Kot lahko opazamo, digitalni svet postane zelo kompleksen, ko ga vključimo v človeško komunikacijo, na medosebni, skupnostni in institucionalni ravni. Poleg tega obstaja različni pristopi k razumevanju digitalnega pojava ter družbeno-kulturnega in gospodarskega konteksta človeštva.**

Način, kako si razlagamo digitalni svet, nam predstavlja praktične situacije, ki imajo in bodo imele posledice za sedanjost in prihodnost. V tem srečanju med osebo, tehnologijo in imerzivnim (potopitvenim) okoljem se v javni sferi pojavljajo vidiki posameznikovega življenja in družbe, s čimer infosfera postane resničnost, v kateri se odražajo velika človeška, etična, gospodarska, ekološka, politična, kulturna in verska vprašanja.

- ➡ V odnosu med posamezniki, procesi interakcije in imerzijo v infosfero postane pojav digitalnega komuniciranja kompleksnejši, saj vključuje politične, ekonomske in družbene procese, v katerih nastopajo svoboda in interesi ljudi.

Pravni vidiki, ki urejajo človekovo vedenje, pravice in dolžnosti posameznika, se na ta način prepletajo v velikem in zapletenem pojavu človeške komunikacije v digitalnem svetu.⁹ Kot navaja cerkveni dokument *K polni navzočnosti*: »Socialni mediji so le ena veja veliko širšega in kompleksnejšega pojava digitalizacije, ki je proces prenosa številnih nalog in razsežnosti človeškega življenja na digitalne platforme. Digitalne tehnologije lahko povečajo našo učinkovitost, spodbudijo naše gospodarstvo in nam pomagajo reševati prej nepremostljive probleme. Digitalna revolucija je razširila naš dostop do informacij in našo zmožnost medsebojnega povezovanja prek meja fizičnega prostora«. ¹⁰

- ➡ Način, kako vsakdo živi v digitalnem svetu, je stvar osebne odgovornosti. Toda treba je opozoriti, da je dialog med digitalno dinamiko in človeško osebo širši ter da je treba upoštevati tudi kognitivne in čustvene vidike, povezane z digitalno izkušnjo, saj je oseba, ki vstopa v digitalno vesolje, svoboden posameznik, ki lahko z zavestnim odločanjem izbira svoje interese. To pomeni, da je oseba, ki živi v digitalnem svetu in interagira v infosferi, sposobna obdelovati informacije, dajati pomen različnim skupnostnim procesom, izražati svojo svobodo in ustvarjati relevantne človeške odnose.

⁹ PAOLO DAL BEN, *Nuovi media e identità digitale*, Pazzini, Rimini, 2022.

¹⁰ DIKASTERIJ ZA KOMUNIKACIJO, »Verso una piena presenza – Riflessione pastorale sul coinvolgimento con i social media« [K polni navzočnosti – pastoralni premislek o uporabi družbenih omrežij], Vatikan, 2023, št. 7.

3

KOMUNIKACIJA Z RAZLOČEVANJEM IN SINODALNOSTJO

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Prepoznavanje je v središču sinodalnih procesov in dogajanja. (...) Kot Cerkev je potrebno s pomočjo teološke interpretacije znamenj časa pod vodstvom Svetega Duha prepoznati in prehoditi pot v službi Božjega načrta, eshatološko uresničenega v Kristusu, ki se uresničuje v vsakem času (kairós) zgodovine. Občestveno razločevanje dovoljuje odkrivati klic, ki nam ga Bog omogoča spoznati v konkretni zgodovinski situaciji.«

Sinodalnost v Cerkvi, št. 113

To poglavje se osredotoča na teme sinodalnosti in razločevanja v komunikaciji, iskanje komunikacije in bratskega občestva ter sodelovanje in skupno odgovornost v služenju posamezniku in družbi.

Izhodišče naše komunikacije s svetom mladih ostaja naša komunikacija z Bogom in Njegova Ljubezen do nas. Prava komunikacija postavlja v središče medosebne in skupnostne odnose, ceni čut za drugega, zmožnost živeti trenutke velikodušnosti, delitve in praznovanja.

V salezijanskem kontekstu komunikator deluje z miselnostjo načrtovanja in občutkom za skupnost kot del evangeljskega razločevanja.

Sinodalnost odpira komunikacijsko perspektivo kot služenje in sodelovanje pri evangelizacijskem poslanstvu Cerkve in Družbe, kar se vse na različne načine izraža v kulturni raznolikosti.

- ➔ **Komunikacija je v službi uresničevanja človeške osebe**, njegove sreče, njegovega poslanstva, da živi bratstvo ter dostojanstvene in odgovorne izgradnje ustanov in družbe v vseh kulturah in družbenih okoljih. Komunikacija gradi mostove med ljudmi, spodbuja izražanje vrednot in želja posameznikov in skupnosti, odpira poti za izražanje kulturnega bogastva, vrednot in dejanj, ki jih uresničujejo ljudje in skupnosti. Z željo, da bi bila zgled s svojo temeljno humanistično in odnosno naravo, komunikacija gradi dialog, spodbuja poslušanje, prispeva k razločevanju, je odprta za novo in sinodalnost.
- ➔ **Evangeljsko navdihnjena razlaga položaja mladih, izvedena s skupnostnim razločevanjem in močnim občutkom cerkvene sinodalnosti**, je temeljna izhodiščna točka za odgovor na vzgojne in pastoralne potrebe današnje mladine.
Resničnost mladih v digitalni kulturi zahteva skrben in moder vzgojni pristop, ki omogoča uresničevanje salezijanskega poslanstva, pri čemer se zavedamo, da je komunikacija namenjena naši salezijanski pastoralni, ki je hkrati evangelizacijska in vzgojna.
- ➔ **Razločevanje, ki temelji na evangeliju, zagotavlja, da salezijanski komunikator vidi komunikacijsko dejanje kot proces**, kot dialog, poslušanje in kot uresničevanje salezijanskega poslanstva s široko perspektivo, miselnostjo načrtovanja in občutkom za skupnost.
- ➔ **Sinodalnost odpira perspektivo komunikacije kot služenja in sodelovanja pri evangelizacijskem poslanstvu Cerkve in Družbe**, krepí cerkveni čut, soodgovornost pri poslanstvu, ki se izvaja v bratskem duhu, zmožnost doživljanja kulturne raznolikosti, izvirnega razmišljanja in sodelovanja pri celotnem poslanstvu. »Sinodalnost nakazuje poseben način življenja in delovanja (modus vivendi et operandi) Cerkve, Božjega ljudstva, ki na konkreten način razodeva in uresničuje občestvo kot svoje bistvo, ki skupaj potuje, se zbira v skupnosti, kjer se vsi njegovi udje dejavno udeležujejo njenega evangelizacijskega poslanstva.«¹¹
- ➔ **Razločevanje in sinodalnost za nas izvirata iz naše komunikacije z Bogom in njegove ljubezni do nas**. Komunikacija je preprosta in temeljna resničnost: gre za odnos med človekom in Bogom, med posamezniki

¹¹ MEDNARODNA TEOLOŠKA KOMISIJA, *Sinodalnost v Cerkvi*, Družina, CD 160, Ljubljana, 2020, št. 11.

ali skupinami ljudi. Prava komunikacija postavlja v središče medosebne in skupnostne odnose, ceni čut za drugega, zmožnost živeti trenutke velikodušnosti, delitve in praznovanja.

»V prenovi zadnjih let je bila komunikacija prepoznana kot eden od človeških dejavnikov, ki pridobivajo vse večji pomen za življenje krščanske skupnosti. Vse bolj občuteno potrebo po krepitevi bratskega življenja v skupnosti spremlja ustrezna potreba po polnejši in intenzivnejši komunikaciji. Da bi postali bratje in sestre, se moramo med seboj poznati. Da bi to dosegli, je precej pomembno, da komuniciramo na širši in globlji način.«¹² Prav tako, ker komunikacija izvira iz Boga, ki ljubi, in se prijateljsko približuje človeški osebi, to nujno vodi k izkušnji skupnosti in bratstva.

➔ **Komunikacija je vir bratstva in sinodalnosti v skupnosti.** Brez nje ne more biti enotnosti src in projektov, saj bi se v tem primeru skupnost skrčila na skupino ljudi, ki živijo le fizično skupaj, medtem pa so si duhovno odtujeni. Bratstvo, kot je Gospod učil učence, najde svoj naravni habitat v skupnosti, ki je ne razumemo kot ozek krog, ampak kot *šolo ljubezni* (schola amoris), ki uči, kako živeti med brati in sestrami. »Danes, ko so mreže in sredstva človeške komunikacije dosegli neverjetne razvoje, čutimo izziv, da bi odkrili in posredovali 'mistiko', ki je v tem, da živimo skupaj, da se pomešamo med druge, se med seboj srečujemo, se držimo za roke, se opiramo drug na drugega, da smo deležni te nekoliko zmedene množice, ki se more spremeniti v pravo izkušnjo bratstva, v solidarno karavano, v sveto romanje.«¹³ Medosebni odnosi v skupnosti so v prvi vrsti bratsko občestvo, skrb drug za drugega v zavesti, da se bratstvo doseže s komunikacijo in skupno gradnjo pri delitvi Božjega načrta.

¹² KONGREGACIJA ZA USTANOVE POSVEČENEGA ŽIVLJENJA IN DRUŽBE APOSTOLSKEGA ŽIVLJENJA, *Bratsko življenje v skupnosti*, Družina, CD 57, Ljubljana, 1994, št. 29.

¹³ FRANČIŠEK, *Veselje evangelija = Evangelii gaudium*, Družina, CD 140, Ljubljana 2014, št. 87.

4

PRIJATELJSKA KOMUNIKACIJA, KI IZHAJA IZ BOŽJE LJUBEZNI DO NAS

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»V njem, po njegovi krvi imamo odkupitev, odpuščanje prestopkov po bogastvu njegove milosti, ki jo je obilno razlil na nas z vso modrostjo in razumnostjo, ko nam je razodel skrivnost svoje volje, po blagohotnem načrtu, ki ga je vnaprej zastavil v njem, da bi ga uresničil v polnosti časov: osrediniti v eni glavi, v Kristusu, vse reči, ki so v nebesih, in tiste, ki so na zemlji.«

Ef 1,7–10

Po tem, ko smo opredelili človeške temelje komunikacije, zlasti v svetu mladih, se podajmo na iskanje njenih teoloških temeljev, pri čemer izhajamo iz načela, da Bog išče človeško osebo, voden z željo po komunikaciji, se ji približuje, se razodeva v ljubezni in resnici, ustvarja interakcijo ter človeštvu razkriva svoj načrt ljubezni in odrešenja.

V tem komunikacijskem procesu Božja beseda postane vir odrešenja, saj za Boga osebno razodetje sovpada z odrešenjem človeka.

Poleg tega se Božja beseda, ki se razodeva na človeški način, ki »je meso posta« (Jn 1,14), razodeva v vseh ustvarjenih stvareh, v lepoti stvarstva in v vseh človeških delih, ki so deležna tega daru.

Tudi človeška ljubezen in naklonjenost v vsej svoji celovitosti, kot tudi poklicna razsežnost vsake osebe, klic k podaritvi samega sebe, so prav tako osvetljeni z Besedo Boga, ki nas ljubi.

Don Boskova vzgojna in duhovna vizija v celoti temelji na tej perspektivi in se imenuje pastoralna ljubezen.

- ➔ **Bog z nami komunicira z ljubeznijo: to je temeljno načelo komunikacije.** Bog se razodeva tako, da govori kot prijatelj. Ta pogled prinaša spremembo miselnosti pri pojmovanju načina, kako se Bog razodeva in torej komunicira z nami. V tem prijateljskem razodetju Boga je komunikacija razsvetljena in vodena s široko, humanistično, duhovno in pastoralno vizijo, pri čemer se prebuja etična čustva, ki izvirajo prav iz ljubezni.
- ➔ **Pobuda za komunikacijo s svojimi sinovi in hčerami vedno izvira najprej in predvsem od Boga.** Človek ne bi mogel komunicirati z Bogom, če se mu On ne bi bil razodel. Bog je tisti, ki se človeštvu prijazno približa, da bi dosegel njegovo odrešenje. Pedagogika Božje pobude, da se približa svojim otrokom, da bi se razodel kot Bog Stvarnik, se kaže v njegovi navzočnosti v stvarstvu. Človek je delo Stvarnika in je zato ljubljen in iskan.
- ➔ **Iz njegove pobude za iskanje človeške osebe izvira Božja komunikacija.** Bog vzpostavlja pravo pedagogiko komunikacije: pristopi kot prijatelj, spregovori, se razodeva in išče način, kako poslušati, občutiti odziv človeka ter vzpostaviti dialog. Iz te ljubeče pobude se rodijo odnos, dialog in interakcija.
V Božji komunikacijski pedagogiki On spregovori prvi, človek ga posluša, premišljuje, se odziva, tako da nastane »interakcija«. ¹⁴ Božja beseda se v tem procesu izraža s človeškimi besedami. Dogaja se kot dialog in poraja vero: vzpostavlja medosebne odnose in se postopoma uresničuje v prepletu mesa in jezika, prek dejstev in besed, dogodkov in interpretacij, ki so med seboj tesno povezani, skupaj ustvarjajo pomen in se medsebojno dopolnjujejo. Zato je lastnost, ki najbolje opredeljuje svetopisemskega Boga, njegova pripravljenost na dialog, njegova sposobnost, da se vedno razodeva preko besede (Heb 1,1–2).
- ➔ **Bog želi komunicirati s človeštvom v resnici.** Srečanje med človeško osebo in skrivnostjo zahteva pot. Bog ljubi v resnici in ta resnica se mora pokazati v odnosu človeka z Bogom. Zato komunikacija ni namenjena sama sebi. Omogoča, da bi se človek lahko resnično srečal z Bogom.

¹⁴ JUAN JOSÉ BARTOLOMÉ LAFUENTE, *Dios y su pueblo necesitan mediadores*, Editorial CCS, Madrid, 2023.

Dogmatična konstitucija o Božjem razodetju zelo jasno razlaga naravo in predmet Razodetja, ko pravi: »Bog je v svoji dobroti in modrosti hotel razodeti samega sebe in razkriti skrivnost svoje volje (prim. Ef 1,9), da bi ljudje po Kristusu, učlovečeni Besedi, imeli v Svetem Duhu dostop k Očetu in bi postali deležni božje narave (prim. Ef 2,18; 2 Pet 1,4).«¹⁵

➔ **V komunikaciji Boga s človekom njegova beseda ustvarja resničnost.**

Moč Besede na začetku ustvarja stvari. Svetopisemski Bog se ne izraža samo tako, da nam razglša svoj obstoj. Izreka se v korist stvarnega sveta tako, da mu daje obstoj.

V Svetem pismu je odnos med Bogom Stvarnikom in ustvarjeno resničnostjo razumljen kot božje izrekanje: svet je njegova ponovljena beseda (prim. 1 Mz 1,3–25); človek je nastal iz božjega pogovora, zamišljen v Božji intimnosti in hoten, izšel je iz nič in se spoznal v podobi Boga, ki govori; izvoljeno ljudstvo so izpolnitev dane besede, obljube, ki je bila izpolnjena (prim. 1 Mz 12,2). Božje govorjenje je sinonim za njegovo delovanje: kar Bog poimenuje, razglasi za obstoječe; s tem, ko ga poimenuje, ga prikliče v bivanje in ga reši iz tišine in nič. Vse, kar ima življenje, je beseda živega Boga (prim. Rim 4,17).

➔ **Človeštvo je rezultat Božjega pogovora.** Vernik ve, da ga je Bog poklical k življenju. Človeštvo, rojeno iz božjega dialoga, je namenjeno dialogu z Bogom: sredi vsega stvarstva smo torej Božja podoba.

Vernik že s tem, da živi, ve, da ga je Bog poklical in da je odgovoren pred Njim: živi, ker ga je Bog želel, in živi, da bi izpolnil Božjo voljo; ve, da živi, ker ga je Bog poklical; ve, da bo živel, če bodo ostal zvest svojemu izvoru in ohranjal komunikacijo s svojim Bogom.

➔ **Vernik, rojen iz Besede, je v njeni službi.** Že s tem, da obstaja, mora človek prevzeti odgovornost. Kot edino živo bitje, ki odseva dialoškost Boga (prim. 1 Mz 1,26), bo moral odgovarjati za to, kar je bil ustvarjen, biti odgovoren za stvaritev ali za brata (prim. 1 Mz 1,27–30; Ps 8,6–9; Sir 17,1–10).

➔ **Odrešenje človeka je dialoška pot.** »Novost svetopisemskega razodetja je v tem, da se nam Bog daje spoznati ob pogovoru, ki si ga

¹⁵ *Dogmatična konstitucija o Božjem razodetju*, Nadškofijski ordinariat, Ljubljana, 1966, št. 2.

želi imeti z nami. [...] V Bogu ni nikoli obstajal čas, v katerem ne bi bilo Logosa.«¹⁶

Božje razodetje sovпада z odrešenjem človeštva. Njegova Beseda se izraža v celotni zgodovini odrešenja; to je uresničeno odrešenje: odrešen je tisti, ki živi v dialogu, odprt za Drugega in odgovoren za druge.

➔ **»Bog je spregovoril svojo večno besedo po človeško; njegova Beseda 'je postala meso' (Jn 1,14). To je vesela vest.«¹⁷** Brez Duha ne bi bilo ne utelešenja Besede ne Božje besede, zapisane v Svetem pismu. »Do razumevanja Svetega pisma ne moremo priti brez pomoči Svetega Duha, ki ga je navdihnil.¹⁸ »Zato se je treba sklicevati na razodetje, da bi iskali in spoznali trinitarične temelje komunikacije. Bog krščanske vere se je razodel kot trinitarični Bog, v katerem sovpadata enost in množstvo, en Bog in tri osebe, Oče, Sin in Sveti Duh.«¹⁹

➔ **Lepota je stalen vidik v besedilih Svetega pisma.** Kaže se v vseh ustvarjenih stvareh, svoj vrh pa doseže v Božji modrosti, najvišji lepoti in najvišji modrosti.

V hebrejski in grški različici Svetega pisma najdemo leksiko 'lepote'. Hebrejska izraza *jafeh* in *tov* lahko prevedemo kot 'čudovit', 'spodoben ali ugleden', 'uspešen', 'prijeten', 'primeren'. V grščini sta izraza *kalòs* in *agathòs*: v tem primeru sta to izraza 'lep' in 'dober', zlasti v pomenu 'zdrav', 'močan', 'odličen', 'skladen', 'primeren'.

Svetopisemsko besedilo nam ponuja pogled na lepoto, ki se kaže v sijaju stvarstva. Predvsem nekateri psalmi so literarna umetnina z globokim in bogatim sporočilnim izrazom, umetniške himne, ki jih lahko pojemo kot obliko molitve, meditacije in liturgije. Lepota je tudi skupnostna in družbena izkušnja: skrb za druge in naravo, opravljanje družbenih, verskih in državljskih dejavnosti, vključevanje v dejanja, ki z delom služijo družbi, zavzemanje za človeški razvoj in napredek.

➔ **Božja beseda razsvetljuje človeško ljubezen in naklonjenost.** Komunikacija je v osnovi izraz človeškega bitja v vsej njegovi celovitosti.

¹⁶ BENEDIKT XVI., *Gospodova beseda = Verbum Domini*, Družina, CD 131, Ljubljana, 2011, št. 6.

¹⁷ Prav tam, št. 1.

¹⁸ Prav tam, št. 16.

¹⁹ FELICÍSIMO MARTÍNEZ DÍEZ, *Teología de la Comunicación*, BAC, Madrid, 1994, str. 1254–1270.

Oseba komunicira na podlagi svojih čustvenih izkušenj, občutljivosti, empatije do drugih in za druge.

V modrostni knjigi Visoke pesmi najdemo besedilo, bogato z izrazi ljubezni in naklonjenosti, ki jih oseba doživlja, goji in sporoča drugi osebi. V simboliki te knjige o ljubezni med dvema osebama najdemo prototip, kako lahko živimo svojo ljubezen do Boga: ker nas Bog ljubi, tudi mi ljubimo njega. In vsaka oseba gradi to ljubezensko zgodbo z Bogom. To besedilo nas tudi razsvetljuje, kako živeti izkušnjo ljubezni v Bogu do drugega. Veličina Božje ljubezni osvetljuje in kaže poklicno razsežnost vsake osebe, ki je poklicana k podarjanju samega sebe, predanosti in zavezanosti za gradnjo ljubezni.

5

JEZUS KRISTUS PRIJATELJSKO KOMUNICIRA V OČETOVEM IMENU

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Med bivanjem na zemlji se je Kristus razodel kot najpopolnejši komunikator [perfectum communicatorem]. Z učlovečenjem si je namreč nadel naravo tistih, ki naj bi sprejeli njegovo sporočilo. To sporočilo pa je oznanjal z besedo in življenjem. Ko je govoril, se je popolnoma izenačil s svojim ljudstvom. Božje sporočilo je razglašal z oblastjo in vztrajnostjo prav vsem brez razlike. Pri tem se je popolnoma prilagodil njihovemu načinu govorjenja in mišljenja ter njihovim časovnim in krajevnim razmeram.«

Občestvo in napredek, št. 11

Kristološka perspektiva, ki temelji na Jezusu Kristusu, ki komunicira z Očetom, Dobrim pastirjem, uresničuje prijateljsko pedagogiko samokomunikacije: posluša, sprejema, ljubi, zdravi, vzgaja in rešuje.

Bog z utelešenjem svojega Sina Jezusa Kristusa vzpostavi odločilno in močno komunikacijo. Božja beseda je tista, ki izpolni obljubo Odrešenika in uresniči odrešenje človeštva, saj je Jezus Kristus neskončen izraz Boga, ki večno ljubi vsakega človeka.

Jezus, zvest Očetovi besedi, živi in oznanja njegov načrt za vse njegove otroke. Ta resnica je bila posredovana učencem ter navdihuje in vodi Cerkev in vse vernike.

- ➔ **Oče se po Jezusu razodeva na prijateljski način.** Jezus kot Božji Sin komunicira izhajajoč iz svojega božanskega sinovstva. Njegova komunikacija v celoti poteka v Božjem imenu. Lahko rečemo, da Jezus komunicira iz potrebe, to je zato, da bi oznanil Očetov načrt odrešenja za vse človeštvo. »Naredil se je oblak in jih obsenčil. In iz oblaka se je zaslišal glas: 'Ta je moj ljubljeni Sin, njega poslušajte!'« (Mr 9,7).
- ➔ **Božja beseda je njegov Sin, Jezus Kristus.** Jezus Kristus, rojen iz Devici Marije, je resnično Božja beseda, ki je postala eno z nami. Tisti, ki srečajo Njega, slišijo Boga, in ko poslušajo Boga, srečajo njegovega Sina (prim. Mr 1,11; 9,7). In da bi olajšal to srečanje, je Bog »skrajšal« svojo Besedo: »Večna Beseda je postala majhna – tako majhna, da se je lahko spravila v jaslje. Postal je otrok, da bi lahko Besedo dojel tudi mi.«²⁰ Njegova edinstvena zgodba je dokončna beseda, ki jo je Bog namenil človeštvu.
- ➔ **V Jezusu Kristusu je Beseda meso postala in komunicira z nami.** Janezov evangelij se začne z veliko potrditvijo Božje komunikacije: »V začetku je bila Beseda« (Jn 1,1). V Jezusu Kristusu je Božja beseda meso postala. »In Beseda je meso postala in se naselila med nami.« (Jn 1,14). Papež Janez Pavel II. je dejal, da je »po Svetem Duhu Bog pripravil svoj prihod kot Odrešenik, tako da je skrivaj usmerjal srca, da bi v upanju gojila pričakovanje«.²¹
- ➔ **Teološko gledano ima Božja beseda moč delovanja, ustvarjanja vezi, preoblikovanja in gradnje novih resničnosti.** Bog z utelešenjem svojega Sina Jezusa Kristusa vzpostavi odločilno in močno komunikacijo. Božja beseda je tista, ki izpolni Odrešenikovo obljubo in uresniči odrešenje človeštva. V Razodetju je Beseda intenzivno rodovitna v ljubezni, saj je Jezus Kristus neskončen izraz Boga, ki večno ljubi človeka. Zato je beseda, ki rodi življenje in gradi globoko zavezo med Očetom, Sinom in Svetim Duhom.
- ➔ **Brez Svetega Duha ne bi bilo utelešenja Besede; prav tako ne bi bilo razumevanja.** Beseda je meso postala, ki je bila v Devici Mariji spočeta »po Svetem Duhu« (prim. Mt 1,18.20; Lk 1,35). To je isti Sveti Duh, ki je govoril po prerokih, ki bo učence spomnil vsega, kar jim je povedal (Jn

²⁰ BENEDIKT XVI., Homilija pri sveti maši na praznik Gospodovega rojstva, 24. december 2006.

²¹ JANEZ PAVEL II., Splošna avdiencia, 3. december 1997.

16,7), je prišel na apostole in jih poslal v svet, da bi oznanjali evangelij, in pod čigar navdihom so svetopisemski avtorji zapisali sporočilo odrešenja.

»Brez učinkovitega delovanja 'Duha resnice' (Jn 14,17) ni mogoče razumeti Gospodove besede. Kakor prihaja Božja beseda do nas v Kristusovem in evharističnem telesu ter v telesu Svetega pisma po delovanju Svetega Duha, tako jo lahko zares slišimo in razumemo le po milosti istega Duha.«²²

➡ **Jezus se od Očeta uči, da je komunikacija ljubezen in skrb.** Evangelist Marko navaja: »Tiste dni se je zgodilo, da je prišel Jezus iz Nazareta v Galileji in Janez ga je krstil v Jordanu. Takoj ko je stopil iz vode, je zagledal nebesa, ki se odpirajo, in Duha, ki se je spuščal nadenj kakor golob. In zaslišal se je glas iz nebes: 'Ti si moj ljubljeni Sin, nad teboj imam veselje'.« (Mr 1,9–11). Bog s svojo besedo potrdi Jezusa kot svojega pravega Sina in hkrati izrazi svojo brezpogojno ljubezen.

➡ **Jezus se v svojem globokem odnosu z Očetom od njega nauči komunikacije:** »Kakor je Oče mene ljubil, sem tudi jaz vas ljubil. Ostanite v moji ljubezni. Če se boste držali mojih zapovedi, boste ostali v moji ljubezni, kakor sem se tudi jaz držal zapovedi svojega Očeta in ostajam v njegovi ljubezni. To sem vam povedal, da bo moje veselje v vas in da bo vaše veselje dopolnjeno.« (Jn 15,9–11).

Jezus vse življenje živi v globoki komunikacijski intimnosti z Očetom, ki jo prenaša na ljudi. »Kakor je Oče mene ljubil, sem tudi jaz vas ljubil.« (Jn 15,9). Jezus je beseda, ki je meso postala; v njem beseda postane meso, čustvo, čutenje, jezik, ljubezen in služenje poslanstvu.

Glede na to, da je Jezus Očetov glasnik je njegova beseda in to, kar uči, skladno z resnico in zvesto poslanstvu, ki ga prejema od Očeta. Zato komunicira iz svoje izkušnje in priča o svojem tesnem občestvu z Očetom.

➡ **Jezusova komunikacijska pedagogika je pedagogika Dobrega pastirja, ki se približa, ljubi in daje svoje življenje za svoje ovce.** Jezus je zgled komunikatorja: posluša, se pogovarja, sprašuje, empatično komunicira in hodi skupaj z ljudmi, pri čemer v središče postavlja osebo in njegovo notranjo resničnost.

²² BENEDIKT XVI., *Gospodova beseda = Verbum Domini*, Družina, CD 131, Ljubljana, 2011, št. 16.

Tudi Jezusov poziv učencem se uresničuje z močjo besede: »Ko je hodil ob Galilejskem morju, je zagledal Simona in Andreja, Simonovega brata, ki sta metala mrežo v morje; bila sta namreč ribiča. Jezus jima je rekel: 'Hodita za menoj in naredil vaju bom za ribiča ljudi!'« (Mk 1,16–17).

Jezus uči svoje učence, naj komunicirajo kot on in kot Oče. V zvezi s tem *Dogmatična konstitucija o Božjem razodetju* izpostavlja, da je Jezus svojim učencem naročil, naj oznanjajo evangelij. To komunikacijsko poslanstvo ima korenine v želji Boga po komunikaciji in v njegovem prijateljskem načinu komunikacije. »Bog je v svoji največji dobrotljivosti uredil tako, da tisto, kar je razodel v zveličanje vseh narodov, ostane za vedno neokrnjeno in prihaja do vseh rodov. Zato je Kristus, Gospod, v katerem se dovršuje vse razodetje veličastnega Boga, apostolom zapovedal, naj evangelij, ki ga je kot izpolnitev prejšnjih preroških obljub sam prinesel in z lastnimi usti razglasil, vsem oznanjajo kot vir vse odrešenje resni in nramnega življenja in jim tako priobčujejo božje darove.«²³

Jezus, zvest Očetovi besedi, živi in posreduje njegov načrt za vse njegove otroke. Ta resnica se prenaša na učence ter navdihuje in vodi Cerkev in vse vernike. »To so zvesto izvrševali tako apostoli, ki so z ustnim oznanjevanjem, z zgledi in uredbami izročili naprej, kar so sprejeli iz ust, iz razgovora in iz del Jezusa Kristusa ali pa so se naučili ob navdihovanju Svetega Duha, kakor tudi tisti apostoli in apostolski možje, ki so po navdihnjenju istega Svetega Duha zapisali oznanilo o odrešenju.«²⁴

²³ *Dogmatična konstitucija o Božjem razodetju*, Nadškofijski ordinariat, Ljubljana, 1966, št. 7.

²⁴ Prav tam.

6

BOG ŠE NAPREJ KOMUNICIRA Z LJUDMI PREK CERKVE

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Bog še naprej komunicira s človeštvom po Cerkvi, nosilki in varuhinji njegovega razodetja, katere živemu učiteljskemu uradu je edini zaupal nalogo, da verodostojno razlaga njegovo besedo. Poleg tega je Cerkev sama communio, občestvo oseb in evharističnih skupnosti, ki izhaja iz občestva Trojice in v njem odseva; zato je komunikacija za Cerkev bistvenega pomena«

Cerkev in internet, št. 3

Po teološki in kristološki analizi, podrobnejši ekleziološki študiji, je Cerkev predstavljena kot znamenje Boga v svetu, učiteljica človeštva in vzgojiteljica Božjega ljudstva na poti k odrešenju.

Cerkev se namreč rodi iz poslušanja Besede in obstaja zato, da evangelizira, kar pomeni, da oznanja in uči evangelij po vsem svetu, kar pomeni, da pripoveduje velikonočno izkušnjo.

Cerkev, glasnica evangelija in učiteljica človeštva, postavlja človeka in njegovo skupnost v središče svojega poslanstva. Pri svojem delu jo razsvetljuje Sveti Duh, ki je vodil apostole in Marijo na poti oznanjevanja evangelija.

Za evangelizacijo uporablja tudi medije in spremlja človeštvo v njegovi poklicanosti in poslanstvu v zgodovini človeške komunikacije.

- ➔ **Cerkev se rodi iz poslušanja Boga.** Posluša Besedo, da bi jo lahko oznanjala: le tisti, ki najprej posluša Besedo, lahko nato postane njen oznanjevalec. Kristjani namreč ne smejo učiti svoje modrosti, ampak Božjo modrost, ki je v očeh sveta pogosto videti kot norost (prim. 1 Kor 1,23).
- ➔ **Cerkev obstaja zato, da evangelizira, torej da oznanja in uči.** Po Lukovem pričevanju se je krščanska skupnost rodila, da bi po svetu oznanjala velikonočno izkušnjo (Apd 1,6–8; prim. Mt 28,16–20) in se svetu predstavila z oznanjevanjem vstajenja (Apd 2,14–36): novo Božje ljudstvo je predano oznanjevanju evangelija. Zato ni naključje, da je bilo oznanjevanje skupne vere tudi na začetku procesa nastajanja Svetega pisma. Cerkevno izročilo je dalo življenje pisani besedi: sam obstoj Svetega pisma je dokumentarni dokaz o predhodnem obstoju oznanjevanja. Bog je govoril takrat in govori tudi danes prek izkušnje svojih prič, ki svojo vero slavijo pri bogoslužju in so poklicane, da je javno dostopna.
- ➔ **Cerkev, ki jo je ustvarila Beseda, živi, da bi jo poslušala.** Svetopisemski Bog, Bog, ki govori kot prijatelj, rešuje tako, da združuje ljudi: svoje poslušalce naredi za svoje ljudstvo. Bog nima drugega načina za odrešenje, kot da zbere skupaj tiste, ki ga poslušajo. Vrednost življenja v skupnosti kot načina življenja Božjega odrešenja je odvisna od sposobnosti poslušanja vernika in ne toliko od Božje volje po komunikaciji.
- ➔ **Cerkev, glasnica evangelija in učiteljica človeštva, postavlja človeka in njegovo skupnost v središče svojega poslanstva.** Zato je verodostojna glasnica Božjega načrta. Cerkev komunicira, ker je biti znamenje Božje skrivnosti v človekovem življenju in zgodovini njeno poslanstvo in poklicanost v svetu. To nam omogoča, da potrdimo, kar uči *Dogmatična konstitucija o Cerkvi*: »Prišel je torej Sin, poslan od Očeta, ki nas je v njem izvolil pred stvarjenjem sveta in nas naprej določil za božje posinovljence, ker je v njem hotel zbrati vse stvari (prim. Ef 1,4–5.10). Zato je Kristus, da bi izpolnil Očetovo voljo, začel na zemlji nebeško kraljestvo in nam razodel njegovo skrivnost ter s svojo pokorščino izvršil odrešenje. Cerkev, to je v skrivnosti že pričujoče Kristusovo kraljestvo, iz božje moči na viden način raste na svetu«. ²⁵

²⁵ *Dogmatična konstitucija o Cerkvi*, Nadškofijski ordinariat, Ljubljana, 1966, št. 3.

- ➔ **Cerkev komunicira, razsvetljena s Svetim Duhom**, ki je vodil apostole in Marijo na poti oznanjevanja evangelija. Isti Duh vodi Cerkev v vseh časih in krajih, da bi bila skupnost, rojena iz binkošti, kjer je trinitarična komunikacija zgled za vsako vrsto komunikacije. Ko je Sin dokončal delo, ki mu ga je Oče zaupal na zemlji (Jn 17,4), je bil na binkoštni dan poslan Sveti Duh, da bi nenehno posvečeval Cerkev, da bi tako verniki po Kristusu imeli dostop do Očeta v enem Duhu (Ef 2,18). To je Duh, ki daje življenje, izvir žive vode, ki teče v večno življenje (Jn 4,14; 7,38–39); po njem Oče vrača življenje ljudem, mrtvim zaradi greha, dokler nekega dne ne bo obudil njihovih umrljivih teles v Kristusu (Rim 8,10–11).
- ➔ **Evangelij oznanjajo tisti, ki so ga sprejeli**. Vsebina krščanskega evangelija je torej izkušnja, ki jo ima apostol sam o Kristusu: »To, kar vam razodevam, ni moja last. Kar vi jeste, jem tudi jaz; kar vi živite, živim tudi jaz. V nebesih imamo skupno shrambo, kajti od tam prihaja Božja beseda.«²⁶ Evangelizira tisti, ki je evangeliziran. Ta zakon apostolskega oznanjevanja je posebej viden pri apostolu Pavlu.
- ➔ **»Po prepričanju Cerkve je zgodovina človeške komunikacije podobna dolgemu potovanju**, ki vodi človeštvo 'od ošabnega načrta babilonskega stolpa, ki konča v zmešnjavi in nerazumevanju (prim 1 Mz 11, 1–9), pa vse do binkošti z darom jezikov: obnovev komunikacije se osredotoči v Jezusu po delovanju Svetega Duha'. V Kristusovem življenju, njegovi smrti in vstajenju je komunikacija dobila najvišji ideal in 'prvi vzor povezanosti med ljudmi v Bogu, ki je postal človeški brat'.«²⁷

²⁶ AVGUŠTIN, *Govor* 95, št. 1.

²⁷ PAPEŠKI SVET ZA DRUŽBENO OBVEŠČANJE, *Cerkev in internet. Etika na internetu*, Družina, CD 96, Ljubljana, 2002, št. 2.

7

MARIJA, ZGLED KOMUNIKATORJA

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Devica Marija je bila skupaj z učlovečenjem božje Besede od vekomaj vnaprej določena za božjo Mater in je po sklepu božje previdnosti postala na tej zemlji vzvišena mati božjega Odrešenika, na docela edinstven način velikodušna družica in ponižna Gospodova dekla. Ko je Kristusa spočela, rodila, hranila, ga v templju darovala Očetu in ko je trpela skupaj s svojim na križu umirajočim Sinom, je s pokorščino, vero, upanjem in gorečo ljubeznijo na popolnoma edinstven način sodelovala pri Odrešenikovem delu za obnovev nadnaravnega življenja v dušah. S tem nam je postala mati v redu milosti.«

Dogmatična konstitucija o Cerkvi, št. 61

Devica Marija, Jezusova mati in mati Cerkve, je vzor komunikacije. Postavi se v službo svojega Sina in ga spremlja skozi celotno pot njegovega življenja, vse do smrti in vstajenja.

V Kani Galilejski je Marija komunikatorka medčloveških odnosov.

Ob vznožju križa je komunikatorka vere v Božji načrt za vsakega izmed nas.

V dvorani zadnje večerje, po vstajenju, jo vidimo tiho navzočo med Jezusovimi učenci.

- ➔ **Devica Marija, Jezusova mati in mati Cerkve, je zgled komunikacije.**
 Marija je komunikatorka Božje milosti že od njenega brezpogojnega in ljubečega »da« tistemu, ki jo je izbral za svojo izvoljenko.
 Marija oznani Elizabeti, da je bila izbrana za mater Jezusa, Odrešenika (Lk 1,39–56). Odnos med njima je srečanje dveh žensk, ki sta globoko vpeti v Božjo ljubezen. Gre za medsebojno izmenjavo med sestrama, sporočanje pozornosti in skrbi, ki jo ima ena do druge.

- ➔ **V Kani, v Galileji, je Marija komunikatorka medčloveških odnosov, empatije, občutljivosti in odprtosti.** Nastalo zadrego si razlaga z vero, izhaja iz sebe in se usmeri k drugim: »Ko je vino pošlo, je rekla Jezusu njegova mati: 'Vina nimajo.'« (Jn 2,3). Ceniti zna skupino, saj zna živeti v skupnosti, se udeležuje njenih obredov in se pridružuje veselju gostov. Za njeno komunikacijo z Jezusom in z gosti na gostiji je značilna ljubeča, dejavna, trdna in ustvarjalna avtoriteta: »Njegova mati je rekla strežnikom: 'Kar koli vam reče, storite'.« (Jn 2,5).
 Marija prevzame pobudo, naredi prvi korak, se pogovarja, sprašuje, posluša in ukrepa, da bi našla rešitev za pomanjkanje vina. Marija, vzorna komunikatorka, pokaže posebno občutljivost za druge in takojšnjo dejavno držo, zakoreninjeno v razumskem redu stvari.

- ➔ **Ob vznožju križa (Jn 19,25–27) je komunikatorka vere v Božji načrt za vsakega izmed nas.** Zvesta ljubezni, ki se daruje onkraj vsake človeške logike, nas uči posredovati Božje odrešenje v zgodovini in deliti upanje, ki se nikoli ne bo končalo, saj svoj vir svetlobe črpa iz vstalega Kristusa.

- ➔ **V dvorani zadnje večerje je Marija tiho navzoča med Jezusovimi učenci.** V Apostolskih delih (1,14) Luka omenja Marijino ponižno navzočnost med izlitjem Svetega Duha. Je žena občestva, integracije v skupnost; med učence se vključi kot ženska in kot Jezusova mati. Marija sodeluje, posluša, moli, spremlja, sodeluje v skupnosti, ki se rojeva. Čeprav je Jezusova mati, se ne postavlja nad učence. Komunicira s svojo prijazno in ponižno navzočnostjo, s svojim globokim čutom za skupnost.

8

SVETI FRANČIŠEK SALEŠKI: VSE ZA LJUBEZEN

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Navsezadnje je ena njegovih najbolj znanih izjav 'srce govori srcu' navdihovala generacije vernikov (...). Dokazuje, da se zanj komunikacija ne bi smela skrčiti na spretnost, na – danes bi rekli – strategijo marketin-ga, ampak je bila odsev duše, vidna površina očesu nevidnega jedra ljubezni.«

Poslanica papeža Frančiška ob 57. svetovnem dnevu sredstev družbenega obveščanja

Frančišek Saleški, ki si ga je don Bosko izbral za zgled komunikatorja, uči, da je komunikacija stvar srca.

V njegovem izreku »V Cerkvi vse pripada ljubezni: živi v ljubezni, dela iz ljubezni in izhaja iz ljubezni,« dojemamo njegovo revolucijo v načinu komuniciranja in kako komunikacija postane plodna, ko omogoča občestvo in izmenjavo izkušenj na poti spremljanja in sodelovanja z Božjim načrtom.

S tem pogledom ki je zakoreninjen v izkušnji daru in zastonjskosti Božje ljubezni, je Frančišek Saleški odprl izvirno pot duhovnosti, komunikativ-ne umetnosti in pastoralnega delovanja.

- ➔ »V Cerkvi vse pripada ljubezni: živi v ljubezni, dela iz ljubezen in izhaja iz ljubezni.«²⁸ S to izjavo je sveti Frančišek Saleški, edinstven v svojem času, začel pravo revolucijo v načinu komuniciranja. Beseda komuniciranje je ključ do teologije in duhovnosti svetnika, ki je opravil notranje romanje v modrem in ljubečem iskanju Boga.²⁹
- ➔ **Komunikacija kot ključ za razlago življenja in nauka svetega Frančiška Saleškega** kaže na bogastvo in mnogoterost vidikov, ki svojo osnovo najdejo v teologiji trinitarične skrivnosti, v kateri je človek po milosti in poklicanosti poklican sodelovati. Frančišek Saleški uteleša model komunikacije, ki se navdihuje v evangeliju. Zanj komuniciranje pomeni darovati samega sebe drugemu, ga narediti za del svojega življenja in vzpostaviti pristne prijateljske odnose. Komunikacija je namreč učinkovita le takrat, ko znamo ustvariti vezi, priložnosti za srečanje, bližino. Komunikacija je plodna, kadar omogoča občestvo, izmenjavo osebnih izkušenj. Frančišek izhaja iz temeljnega načela: Bog komunicira iz ljubezni. Ta ljubezen je Božji dar njegovemu stvarstvu, ki se svobodno odziva s sinovskim duhom, ljubečo predanostjo in veselo zavzetostjo, kar se kaže v poti svetosti pri sodelovanju z Božjim načrtom v svetu.
- ➔ **S to vizijo, ki izvira iz izkušnje daru in zastojnosti Božje ljubezni**, je Frančišek Saleški odprl izvirno pot duhovnosti, komunikacijske spretnosti in pastoralnega delovanja. Sveti Frančišek je bil komunikator, ki je svoje življenje in dela izpolnjeval z ustvarjalnostjo in intenzivnostjo. To kaže na njegov pomemben in odločen način komuniciranja, ki je aktualen tudi danes: živeti duhovno življenje, odprto za notranje energije srca in duše, v povezanosti z Bogom in v služenju drugim.³⁰

²⁸ FRANČIŠEK SALEŠKI, *Il Trattato dell'amore di Dio*, Prefazione, Città Nuova, Rim, 2011, str. 84.

²⁹ Zgodovino človeštva zaznamuje nenehno iskanje. Izraelski modrec je rekel: »Jaz, Pridigar, sem bil kralj nad Izraelom, v Jeruzalemu. Svoje srce sem usmeril v to, da v modrosti preiščem in poizvem, kaj se godi pod nebom. Mučno opravilo je dal Bog ljudem, da se ubadajo z njim.« (Prd 1,12-13). »Želja po spoznavanju je brez dvoma ena od človeških lastnosti, ki so jo prepoznali in cenili že stari filozofi. Zaradi nje je samo bivanje ustvarjalno, koristno in boljše« (PAPEŠKA BIBLIČNA KOMISIJA, »Kaj je človek?« (Ps 8,5). Pot po svetopisemski antropologiji, Družina, CD 174, Ljubljana, 2024).

³⁰ VINCENZO MARINELLI, *Francesco di Sales comunicatore. Ricostruzione della teologia della comunicazione salesiana e suo contributo per la prassi pastorale contemporanea*, PUL, Rim, 2019, str. 26–28.

9

PRIJATELJSKO ŽIVLJENJE V DANAŠNJI DIGITALNI KULTURI

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Medtem ko svet postaja vse bolj digitalen in virtualen, smo vsi odgovorni, da skupaj z našimi vzgojitelji poglobimo smernice za vzpostavitev zdravega odnosa med človekom in tehnologijo, s posebno pozornostjo v skrbi za stvarstvo, dostojanstvo in pravice, etiki ekonomije in politike. Cilj je varovati naš skupni dom z bratstvom, kot ga je predlagal papež Francišek v encikliki Hvaljen, moj Gospod in v Svetovnem vzgojnem zavezništvu.«

Na poti z mladimi v digitalni kulturi, št. 13

Živeti v digitalni kulturi v salezijanskem duhu je primarna naloga in srce vseh naših komunikacijskih dejavnosti. Dosegamo ga predvsem tako, da sledimo modelu Božje pedagogike: prijateljstvo, bližina, sprejemanje, poslušanje, bratsko občestvo in soodgovornost.

Zgled don Boska, ki se je dobro znašel ob spremembah, zahteva od salezijancev, da znajo iti v korak s časom, so pozorni na družbene in kulturne spremembe, pozorno spremljajo razvoj mladih, so odprti za znanost in tehnologijo v razvoju.

Večinoma so najstniki tisti, ki živijo digitalno resničnost z njenimi velikimi izzivi in priložnostmi ter v njej odraščajo kot ključni akterji z značilno novo miselnostjo in vedenjem. So prvi, na katere vpliva zapleten gospodarski, politični in družbeni scenarij, ki ogroža sedanost in prihodnost, ter živijo duhovnost in odnos z Bogom, ne da bi bili nujno vezani na obrede ali pripadali določeni religiji. Zato je naša naloga, da jih poiščemo v različnih okoljih, kjer živijo.

- ➔ **Mladi so v središču salezijanskega poslanstva komunikacije.** Don Bosko je oblikoval preventivni sistem, ki močno poudarja to vrednoto. »Don Bosko je svoje delo odločno usmeril k mladim. Zavestno je sklenil, da se bo razpoložljiv za sprejem otrok in mladih, 'ki so ogroženi': izbira, ki je postala kriterij postavitve evangelizacije za njihovo celostno osvoboditev. Posebna pozornost do 'mladih, posebno najrevnejših' – te besede so don Boskove – je tudi naša odločilna izbira.«³¹
- ➔ **Don Bosko je dobro poznal dinamično stvarnost mladih.** Prosil je salezijance, naj bodo sposobni iti v korak s časom. Salezijanska družba, pozorna na družbene in kulturne spremembe v različnih družbah, podrobno spremlja razvoj mladih z organizacijsko vizijo mladinske pastoralne, s sposobnostjo razlagati mladinsko stvarnost, spreminjati paradigme in stopiti na pot pastoralnega spreobrnjenja in sinodalnosti. Komunikacija je del te dinamike poslušanja znamenj časa, raziskovanja jezika mladih, komunikacijskih kod, oblikovanja skupin in sodobne uporabe komunikacije.
- ➔ **Družbene vede, dokumenti Cerkve in salezijanske družbe potrjujejo dejstvo,** da danes živimo v prostrani in kompleksni komunikacijski resničnosti, v informacijski dobi, obdobju interneta, družbenih omrežjih in umetne inteligence.³²

Cerkev se zaveda, da te resničnosti vendarle ne zadevajo vseh ljudi v vseh delih sveta. V številnih revnih krajih je dostop do interneta in družbenih omrežij zelo negotov ali pa ga sploh ni. Digitalni razkorak je še vedno prisoten v številnih državah sveta.

Potrebno je upoštevati splošni in globalni kontekst razvoja digitalne komunikacije. Upoštevati se mora tudi, da komunikacija ni omejena samo na tehnologijo, ampak se kaže v ritualih, kulturi, umetnosti in običajnih izrazih, ki jih ljudje uporabljajo za sporazumevanje z drugimi v skupnosti. Ceniti je treba tudi uporabo tradicionalnih sredstev komuniciranja (radio, televizija, časopisi, multimedija), ki delujejo digitalno ali ki prehajajo na digitalno. Na svetu so regije, ki nimajo ustrezne infrastrukture za informacijske tehnologije in kakovostnih povezav, čeprav so mobilni telefoni in internet prisotni.

³¹ FABIO ATTARD, *Salezijanska mladinska pastoralna: referenčni okvir: dikasterij za mladinsko pastoralno: [tretja izdaja]*, Salezijanski inšpektorat, Ljubljana, 2014, str. 72.

³² Sklepni dokument škofovske sinode o mladih »*I giovani, la fede e il discernimento vocazionale*« [Mladi, vera in razločevanje poklicanosti], Vatikan, 2021.

Ne nazadnje, v nekaterih državah komunikacijo, spletna mesta in družbena omrežja nadzorujejo zatiralske in nelegalne vlade. Z drugimi besedami, pravičnost in svoboda v svetu se izražata tudi z dostopom do komunikacijske tehnologije.

- ➔ **Tehnologija gre z roko v roki z napredkom človeštva, ima pomembno vlogo pri razvoju znanosti,** znanja in velikih odkritij ter ogromno prispeva k izobraževanju, zdravju, demokraciji, pravičnosti in miru. Zato je digitalnemu svetu usojeno, da raste, postaja vse bolj izpopolnjen in hitrejši, zlasti z umetno inteligenco. Toda odgovornost vsakega državljanca in kristjana je, da se etično izobrazi in dejavno sodeluje pri uporabi tehnologije za blaginjo in varnost svojih otrok, družine, skupnosti in družbe na splošno.

Zaradi vseh teh razlogov in ob upoštevanju komunikacijskega konteksta, v katerem živijo naši mladi, poudarjamo pomen razumevanja dinamike digitalne kulture za učinkovito in poglobljeno vzgojo ter evangelizacijo.

- ➔ **Mladostniki in mladi odrasli živijo digitalno resničnost z njenimi velikimi izzivi in priložnostmi,** odraščajo z značilno novo miselnostjo in vedenjem, uporabljajo digitalni jezik in logiko, počnejo več stvari hkrati, se čustveno in socialno odzivajo na hitrost in neposrednost interneta ter so pod vplivom zapletenega gospodarskega, političnega in družbenega položaja, ki ogroža sedanost in prihodnost.

Vendar smo vsi potopljani v to resničnost na telesni, čustveni in družbeni ravni. V tem digitalnem habitatu živimo dan in noč. Pogovarjamo se z ljudmi po telefonu, snemamo in pošiljamo videoposnetke, nakupujemo, upravljamo svoje bančne račune, dokumente, potujemo, organiziramo delovne projekte, poslovne načrte, izobraževanje in zabavo.

Praktično živimo v pravi digitalni resničnosti. In resničnega sveta nikaikor ne moremo ločiti od virtualnega.

Mladi v digitalni kulturi oblikujejo mrežo slik, zvokov in interaktivnosti. So domačini resničnosti, v kateri sta »realno« in »virtualno« eno in v kateri domišljija govori večdimenzionalni jezik. Internet in družbena omrežja so zanje kraji za študij, raziskovanje, osebno in poklicno napredovanje, prijateljstva in zabavo.

Nove generacije znotraj tega ekosistema gradijo digitalno kulturo z vsemi njenimi možnostmi in izzivi na osebni ravni in ravni skupnosti.³³ Soočiti se morajo z grožnjami, kot sta individualizem in relativizem; izražajo slabosti, ki dobivajo značilnosti samoreferenčnosti, brezbržnosti, nespoštovanja narave in različnih oblik odvisnosti od algoritmov, ki upravljajo delovanje interneta; trpijo zaradi problema zasebnosti, varnosti in nasilja.

Poleg tega se na tem prizorišču pojavljajo tudi veliki izzivi. Digitalni svet odraža zapleten gospodarski, politični in družbeni položaj, v katerem revščina, nasilje, vojne, brezbržnost do drugih, individualizem, krivice, pomanjkanje dela in podnebna kriza ogrožajo sedanost in prihodnost. V tem kontekstu velikih družbenih in kulturnih sprememb zaradi informacijskih tehnologij evangelij ostaja vir vrednot za razvoj humane, bratske in zdrave komunikacije. Zato je pomembno, da v središče vsake oblike komuniciranja postavimo občestvo in bratstvo ter pri tem ohranjamo etiko, ki zagotavlja spoštovanje človeške osebe in celotne skupnosti. To je bistveno za zagotovitev, da je komunikacija vedno sredstvo in nikoli cilj.

➔ **Mladi so protagonisti digitalne kulture.** So digitalni domorodci. Pri našajo občutljivost in dojemanje človeških odnosov kot interakcije; obvladajo kode kulture za takojšen in hiter vstop v svet slike in zvoka; poznajo slovnico besed in simbolov, da ustvarijo svoja sporočila in jih delijo; imajo jezik z veliko čustveno, vizualno in simbolno izraznostjo ter komunicirajo s pravo enciklopedijo besed, ki jim omogočajo pogovor z resničnostjo ter osmišljajo njihove občutke in zaznave. Obvladajo tudi osnovna tehnološka orodja, ki združujejo fotografijo, video, zvok in besede ter sporočila objavljajo v obsežnem in zapletenem kontekstu družbenih omrežij.

Virtualni svet uporabljajo za navigacijo po kanalih kjer najdejo izobraževalne vsebine, informacije o umetnosti, zdravju, politiki, modi, hrani in čustvih; informacijske tehnologije uporabljajo za študij, delo, raziskave, ustvarjanje svojih odnosov in delovnih politik; krmarijo in ustvarjajo veselje, v katerem delijo svoje sanje, strahove, upanja in vizijo prihodnosti.

³³ Sklepni dokument predsinalnega zasedanja v pripravi na škofovsko sinodo o mladih »*I giovani, la fede e il discernimento vocazionale*« [Mladi, vera in razločevanje poklicanosti], Vatikan, 2018, št. 4.

Mladi v naših izobraževalnih in pastoralnih okoljih so pravi komunikatorji, tako prek človeških odnosov in prijateljstev kot z ustvarjalno uporabo tehnologije in omrežij za študij, raziskovanje, izmenjavo čustvenih vezi ali svoje vizije sveta.

Mnogi mladi uporabljajo digitalne tehnologije za ustvarjanje lastnega podjetja, oblikujejo omrežje za promocijo, trženje, organizirajo skupine za izmenjavo idej in projektov na področju glasbe, filma, plesa, športa; vzpostavljajo solidarnostna omrežja in spodbujajo socialne dejavnosti v službi najbolj potrebnih; promovirajo ekologijo in mir ter se vključujejo v družbene, politične in kulturne zadeve.

Mnogi mladi uporabljajo digitalne tehnologije za širjenje Božje besede, liturgije, pobožnosti do svetnikov, poznavanja cerkvenih dokumentov ter širjenje novic iz skupnosti in skupin.

➡ **Komunikacijska slovnica mladih v digitalnem svetu ne sledi linearosti** ali hierarhiji pojmov; nasprotno, gre za razdrobljen jezik, v katerem imajo vrednost tudi simboli in rituali.

Večplastna in čustvena inteligenca mladih razkriva slog komuniciranja, željo po stalni povezanosti, občutek pripadnosti skupini, potrebo po ustvarjanju kod za izražanje občutkov, čustev in načinov zaznavanja sveta. Jeziki umetnosti, glasbe, videov, filmov itn. govorijo o interaktivnosti, imerziji in instantnosti ter se vedno razvijajo v okolju, v ekosistemu odnosov.

Telesnost izražena skozi pet čutov je za mlade privilegiran kanal komunikacije in oblikovanja lastnih sporočil. V tem kontekstu telo postane nosilec sporočila, kar se odraža v pogosti uporabi tetovaž, pozornosti do mode, estetike in zunanjih vizualnih izrazov. Tako telesnost postane način izražanja komunikacijske politike vsakega mladega človeka.

Mladi živijo duhovnost, odnos z Bogom, ne da bi bili nujno vezani na obrede ali pripadali določeni religiji. Prav zato mora komunikacija spodbujati proces, v katerem lahko mladi ubesedijo svoje izkušnje nadnaravnega in se tako bolje zavedajo svoje poti vere.

Mladi so izjemno dovzetni za kulinariko, modo in zabavo. Njihova domišljija je bogata, želje pa izražajo skozi simbole, ki zanje pridobijo poseben pomen. Zato jih moramo iskati v različnih okoljih njihovega vsakdana, v načinu prehranjevanja, v priljubljeni hrani, glasbi, ki jo poslušajo, in drugih interesih.

Jezik mladih sledi digitalni logiki, saj je digitalni svet prepleten z enciklopedijo simbolov, ki jih uporabljajo za komunikacijo (npr. aplikacije).

- ➡ **Ta jezik jim odpira vrata do neizmernega obsega informacij in vsebin, do katerih vedno dostopajo na integriran, takojšen in interaktiven način** (npr. ob gledanju filmov, poslušanju glasbe, spletnem nakupu hrane itn.). Mladi dostopajo do neizmernih količin informacij (znanstvenih, izobraževalnih, raziskovalnih ... prek platform, kot je Google). Poleg tega digitalne tehnologije uporabljajo za izmenjavo informacij s prijatelji, učitelji, s čimer ustvarjajo mreže za izmenjavo informacij in znanja. Tako ostajajo na tekočem z najnovejšimi dogodki na politični, družbeni, gospodarski, verski in zabavni sceni.

10

ODNOS MED KOMUNIKACIJO TER VZGOJNO IN EVANGELIZACIJSKO DEJAVNOSTJO

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Naše poslanstvo je del poslanstva Cerkve, ki uresničuje Božji odrešenijski načrt, prihod njegovega Kraljestva, in prinaša ljudem evangeljsko sporočilo, tesno združeno z razvojem časnega reda. Vzgajamo in oznanjamo evangelij po načrtu celostnega človekovega napredka, ki je usmerjen h Kristusu, popolnemu človeku. Zvesti ustanoviteljevim namenom imamo za cilj vzgajati 'poštene državljane in dobre kristjane'.«

K 31

Pred nami je ključno in obsežno poglavje, kjer so predstavljeni temelji komunikacije v skladu s salezijansko evangelizacijsko in vzgojno perspektivo.

Odkar človek živi razpet med iskanjem smisla življenja in svojega mesta v svetu, ki je vse bolj medijsko usmerjen in povezan v omrežja, ima komunikacija ključno vlogo pri evangelizaciji in vzgoji. Obsega več medsebojno povezanih vidikov – temelji na vrednotah evangelija, a hkrati vstopa v dialog s kulturo in kulturami z vzgojnim pristopom ter ponuja načela za celostno komunikacijo. Odprta je za mrežno sodelovanje ter skupno delo z laiki in s salezijansko družino.

Poglavje poleg tega analizira metodologijo salezijanske komunikacije, pomen vzgojno pastoralne skupnosti, pastoralnega načrta in dela, ki se opravlja z vzgojno pastoralno miselnostjo v skladu s smernicami Referenčnega okvira mladinske pastorale.

- ➔ **Človek nenehno išče smisel življenja in svoje mesto v medijskem in omrežnem svetu.** Njegova poklicanost je izpolnitev in sreča. Zato so vsi poklicani, da odgovorno odgovorijo na svojo poklicanost k življenju, ljubezni in služenju drugim ter s tem prispevajo k celostnemu razvoju posameznika in skupnosti.

Oblikovanje človeka zahteva prizadevanje, utemeljeno na človeških in krščanskih vrednotah, kot so resnica, bratstvo, sodelovanje in odgovornost do življenja, soljudi ter okolja. Vendar resničnost, v kateri mnogi živijo, pogosto ne spodbuja napredka človekovega dostojanstva ter osebne in celostnega razvoja družbe. Digitalno okolje, tradicionalni mediji in prikrite ideologije včasih ponekod ustvarjajo dezinformacije, lažne novice ter manipulirajo z ljudmi in jih instrumentalizirajo. V tem komunikacijskem univerzumu se krepijo revščina, individualizem, etični relativizem, indiferentnost do soljudi in okolja, kar ustvarja neko obliko spiralo spusta v pekel: nasilje, politično korupcijo, pohlep gošpodarskih združb itn.

- ➔ **V teh razmerah oslabitve institucij, kot je družina, ter družbenega in kulturnega razkroja** so mladi prvi, ki se soočajo z eksistencialno, ekonomsko in etično krizom pri čemer pogosto izgubijo smisel življenja in postanejo zgolj potrošniki komercialnih ideologij, ki prevladujejo zlasti v medijih in družbenih omrežjih.

Eksistencialna in etična fragmentacija ter sekularizacija uničujejo temeljne vrednote, kot so družina, medosebni odnosi, kulturne tradicije in verske prakse, ter povečujejo razkorak med vero in kulturo, s čimer se krepí tako imenovani svet brez Boga ali post-krščanstvo.

- ➔ **Človek pa kljub vsem v srcu nosi željo, da bi bil srečen, da bi svojemu življenju dal smisel** in našel razloge za življenje, ljubezen, delo in prihodnost.

Popolnoma vključeni v svet komunikacije mladi iščejo jezike, simbole, načine, kako izraziti sebe, svoje veselje in upanje, strahove in negotovost. Na svoji poti po neizmernem veselju družbenih omrežij in interneta iščejo prijateljstvo, bratsko srečanje, spremljanje pri odkrivanju in življenju vere, poklicanost k ljubezni in predanost eksistencialnemu projektu, ki prinaša veselje in smisel življenju.

- ➔ **Evangelizacija je vir in počelo salezijanske komunikacije.** Preko vere se ljudje odprejo novi resničnosti in se podajo na pot odkrivanja pomenov, ki jim dajejo razloge za življenje in ljubezen. Zgodovinsko gle-

dano pot vere zahteva odprtost do Boga, do osebe, do skrivnosti. Jezus Kristus in njegovo sporočilo sta središče predloga in komunikacije za mlade vseh časov: privlačnost njegove osebe, globina njegovega sporočila, pristnost njegovega življenja, zvestoba Očetovemu načrtu. Njegova ljubezen do ubogih in grešnikov ne pozna meja. Njegova smrt in vstajenje sta vedno temelj in novost, ki hranita evangelizacijo in razsvetljujejo salezijansko komunikacijo. Na podlagi izkušnje s Kristusom mladi najdejo svojo človeško globino, razvijajo svoje darove v služenju drugim, zorijo v bratskem občestvu, v srečanju, v poslušanju in v smislu služenja v družini in skupnosti. Ob izkušnji bolečine, trpljenja in tesnobe mladi v veri v Kristusa najdejo obzorje upanja in odrešenja za človeštvo.

➔ **Don Bosko uresniči globoko kristološko evangelizacijo:** v srečanju s Kristusom si mlad človek gradi svojo pot človeške in duhovne predanosti.

Evangelij navdihuje in vodi praktično izkušnjo duhovnosti, ki se izraža v veselem, predanem in ustvarjalnem življenju v služenju drugim.

Don Bosko je v Valdoccu na osnovi trinoma *razum – vera – ljubeznivost* uresničil izkušnjo vzgojne evangelizacije, ki temelji na salezijanski karizmi, ki je merilo za komunikacijo za vse narode in vse kulture. Izhajajoč iz te krščanske antropologije, ki vidi mladega človeka kot Božji dar, avtorja lastne duhovne in vzgojne poti, je don Bosko ustvaril izvirni sistem evangelizacije in vzgoje, vzpostavil dialog s kulturo, v svoj projekt vključil laike in različne družbene skupine ter s svojimi spisi, Salezijanskim vestnikom ter umetnostjo širil evangeljsko sporočilo. V tem povzetku je opredeljen slog don Boska komunikatorja.

➔ **V središču salezijanske karizme je odločitev za mlade, zlasti za najrevnejše.** To je karizmatični dar, ki ga je don Bosko prejel po Svetem Duhu. To je temeljna izbira našega poslanstva tako vzgojiteljev kot komunikatorjev.

Papež Frančišek je v poslanici VZ leta 2020 govoril o »opciji Valdocco« in »karizmatični navzočnosti«, ki jo je opisal kot »salezijanski zakrament navzočnosti«. To najprej pomeni predvsem biti za mlade, živeti zanje in jih vzgajati s pedagogiko poslušanja, dialoga in razvojnih procesov.

Papež piše, da je »še pred stvarmi, ki jih je treba narediti, salezijanec živ spomin navzočnosti, v kateri so razpoložljivost, poslušanje, veselje in predanost bistvene značilnosti, iz katerih se razvijajo procesi. Prva pok-

licanost je vesela in zastonjska navzočnost med mladimi. To, da smo Gospodovi učenci, da smo pristni in globoki apostoli mladih, poteka najprej prek našega 'biti med ljudmi', na poseben način pa med otroki in mladimi. Z izrazom zakrament govorimo o biti Cerkve in o darovih milosti, ki so ji zaupani, da bi se v zgodovini ohranila velikonočna skrivnost, da bi bila Gospodova univerzalna daritev polna in učinkovita.«³⁴

A KOMUNIKACIJA V DIALOGU MED EVANGELIZACIJO IN VZGOJO

- ➡ **Evangelizacija obsega več medsebojno povezanih vidikov, ki so potrebni, da komunikacija v celoti in v sodelovanju z drugimi izpolnjuje svoje poslanstvo.** Evangelizacija je v bistvu eksplicitno oznanjevanje osebe Gospoda Jezusa Kristusa.

Evangelizacijo sestavljajo trije temeljni vidiki: izkušnja Kristusa, pričevanje in oznanjevanje. Vernik živi novo življenje v milosti, se hrani z besedo, evharistijo ter osebno in občestveno molitvijo; pričuje o poklicanosti in poslanstvu služenja drugim v bratski ljubezni in služenju; oznanja osebo Kristusa, kraljestvo; sodeluje pri evangelizacijskem in misijonarskem poslanstvu Cerkve.

Komunikator z življenjem, pričevanjem in oznanjevanjem evangelija veselja prenaša sporočilo Kristusa in Cerkve v svet, obsoja vsako krivico in vse, kar nasprotje življenju in dostojanstvu osebe in njenega okolja, ter oznanja prvenstvo življenja in krščanske vere: »Jaz sem prišel, da bi imeli življenje in ga imeli v obilju« (prim. Jn 10,10).

- ➡ **Salezijanska komunikacija je navdihnjena z vrednotami evangelija in utemeljena na osebi Jezusa Kristusa;** njena pedagogika temelji na načinu Jezusovega komuniciranja z ljudmi; organizira se po modelu skupnosti in načelu sodelovanja; gradi svojo komunikacijsko metodologijo z uporabo jezika, simbolov ter človeških in kulturnih odnosov. Poleg tega uporablja informacijske tehnologije, splet, družbene medije ter nove komunikacijske tehnologije in metodologije, vedno v dialogu z evangelijem in don Boskovim vzgojnim sistemom. Pri tej nalogi sta oseba

³⁴ FRANČIŠEK, *Sporočilo udeležencem VZ salezijancev*, 4. marec 2020. Pascual Chávez Villanueva v članku za revijo *Rassegna CNOS* povzema sporočilo papeža Frančiška o 'opciji Valdocco' in 'karizmi navzočnosti' ter ga povezuje s tretjim predlogom vrhovnega predstojnika o 'salezijanskem zakramentu navzočnosti'. Poudarja kristološko in cerkveno razsežnost izraza zakrament.

Jezusa Kristusa in njegovo sporočilo vodilo in načelo, ki usmerjata in osvetljujeata vzgojo. *Referenčni okvir za mladinsko pastoralo* v zvezi s tem navaja: »Evangelij je vodič pri iskanju identitete in smisla, razsvetljuje pri formaciji vesti. Je plemenit model resnične ljubezni in kaže jasnejši in zahtevnejši horizont socialne razsežnosti osebe.«³⁵

Evangelij navdihuje in usmerja merila presojanja, usmerja temeljne življenjske odločitve, razsvetljuje zasebno in javno etično vest, ureja medosebne odnose ter daje smernice za življenje in uresničevanje projektov. V interakciji z vero krepí dostojanstvo osebe.

➔ **Na ta način komunikacija v dialogu z vzgojo in evangelizacijo** postane z antropološkega vidika zelo bogata, saj ponuja načela za celovito vizijo človeške osebe, ki usmerja in utira pot k izkušnji božjega, utemeljeni na vrednotah evangelija in osebi Jezusa Kristusa.

➔ **V dialogu z vzgojo in evangelizacijo družbena komunikacija** utemeljuje svoj vzgojni predlog na eksistencialni in aktualni resničnosti mladih vseh družb in kultur.

V tem dialogu komunikacija odkriva podlago za svojo psihodinamiko: kdo komunicira, kako, zakaj, katere oblike komuniciranja in posredovanja uporablja, kakšno sporočilo želi prenesti. To pomeni, da ima komunikacija, izhajajoč iz načel in metodologije vzgoje ter s pomočjo svojih hermenevtičnih orodij poslanstvo, da črpa iz vrednot evangelija in jih prevaja v družbeno-psihološko stvarnost mladih, pri čemer upošteva psihodinamiko človekove rasti in postopnost vzgojnih procesov.

➔ **Vzgoja je torej način za razvijanje vseh darov in sposobnosti mladih**, ki jim omogoča, da so subjekti lastne formacije in da zorijo v svoji kognitivni in afektivni psihodinamiki. Vzgoja postane resnična zveza, pot dialoga, prijateljskega soočenja, ki spodbuja celostno rast mladih.

S salezijanskega vidika mora biti kulturna in pedagoška mediacija v službi osebe: »Če vzgoja postavi v središče osebo in skrbi za harmonijo različnih dimenzij, so strukture ali ustanove mediacije, kot odgovor na potrebe mladih, h katerim smo poslani (prim. K 26). Znana je zato dragocena funkcija vseh vzgojnih posegov v versko vzgojo: imajo nalogu, da sprožijo, podprejo in posredujejo proces odrešenja.«³⁶

³⁵ FABIO ATTARD, *Salezijanska mladinska pastoralo: referenčni okvir: dikasterij za mladinsko pastoralo: [tretja izdaja]*, Salezijanski inšpektorat, Ljubljana, 2014, str. 70.

³⁶ Prav tam, str. 68.

Z doslednim krščanskim antropološkim temeljem »vzgoja za človeško in krščansko zrelost zahteva bolj neposreden pedagoški pogled: je pomoč, ki ga predlaga evangelij z vzgojnim in pedagoškim realizmom«. ³⁷

➔ **V dialogu med evangelizacijo in vzgojo so procesi in dejavnosti, ki se izvajajo, povezani z mladimi.** To pomeni, da se vzgojni proces »izraža v prizadevanju, da bi ponudili evangeljski predlog na življenjsko pomenljiv način, torej, da bi ga povezali s sodelovanjem z življenjsko problematiko mladega človeka in bolj splošno z iskanjem smisla. Ker je vzgoja proces in je klic k nenehnemu prilagajanju, spreminjanju posameznika ali kulture, mora zaznati smisel postopnosti poti in pomagati pri načrtovanju poti; znati mora opravljati tudi pozitivno kritično vlogo glede določenih načinov evangelizacije, ki jim manjka preprostosti in abstrakcije; znati v pastoralnem načrtovanju spodbuditi nujno potrebno pedagoško zavest«. ³⁸ Na ta način »se zdi evangelizacija preprede na s potrebami vzgoje, kjer lahko evangelij Jezusa Kristusa odzvanja kot pogoj, ki je sprejet v resnici«. ³⁹

➔ **Teološki pastoralni temelj dialoga med salezijansko evangelizacijo in vzgojo** je temeljni vidik salezijanske identitete in metodologije družbene komunikacije.

Salezijanska mladinska pasterala predstavlja osnovo tega dialoga in usmerja odnos med vzgojno in evangelizacijsko dejavnostjo. Ta temelj sloni na »osrednjosti osebe v krščanski antropologiji z vzgojnim ozadjem«. »Vzgoja je sprejeta v njenem širokem in zgoščenem smislu: kot rast osebe in kot skupek mediacij, ki se dajo na razpolago, da bi osebo napravili zavedajočo se lastne identitete, ji pomagali, da bi objela tisto dobro, ki ga je Stvarnik položil vanjo, in ga odprla smislu in skrivnosti.« Zato je jasno izražena »osrednjost vzgoje kot prednostnega prenašanja v službi ljudi«. ⁴⁰

³⁷ Prav tam, str. 69.

³⁸ Prav tam, str. 70.

³⁹ Prav tam.

⁴⁰ Prav tam, str. 68.

B KOMUNIKACIJA V DIALOGU S KULTURO

- ➔ **Komunikacija v službi evangelizacije je sestavni del gibanja nenehne inkulturacije** krščanskega oznanila v različnih resničnostih življenja skupnosti. To pomeni, da komunikacija vodi dialog s svetopisemskimi in vzgojnimi načeli, kot je pedagogika poslušanja, dialoga, sprejemanja, razločevanja in sinodalnosti.
- ➔ V koncilskem dokumentu *Pastoralna konstitucija o Cerkvi v sedanjem svetu* Cerkev jasno izraža, kako je skozi čas in zgodovino uporabljala filozofske in antropološke kategorije velikih mislecev, da bi gradila dialog med evangelijem ter človeško in kulturno resničnostjo, s čimer je pokazala svojo dinamičnost in odprtost za dialog med vero in razumom, religijo in kulturo, Cerkvijo in družbo. Dokument poudarja, da se je Cerkev »od začetka svoje zgodovine ... naučila izražati Kristusovo oznanilo ter ga skušala osvetliti s pomočjo pojmov in modrostjo različnih filozofov; vse z namenom, da bi ob upoštevanju pravih meja prilagodila evangelij tako umevanju vsakogar kakor tudi zahtevam izobraženih.«⁴¹
- ➔ Cerkev ob upoštevanju kulturne raznolikosti, v kateri je poklicana evangelizirati, zna ceniti kulturo in zgodovino ljudi vsakega kraja ter vzpostavlja metodo evangelizacije, ki temelji na konceptu inkulturacije evangelija: »Tako se pri vsakem narodu prebuja sposobnost izražati na sebi lasten način Kristusovo oznanilo; hkrati se pospešuje živo izmenjevanje med Cerkvijo in raznimi narodnimi kulturami.«⁴²

C INTERDISCIPLINARNI PRISTOP K DIALOGU Z DIGITALNIM SVETOM

- ➔ V zadnjih tridesetih letih je bilo objavljenih veliko študij o psiholoških, filozofskih, družbenih in vzgojnih vidikih digitalnega in virtualnega. Priča smo nenehni razpravi, ki dvomi, ali res doživljamo primat tehnologij, ali virtualni svet postaja nova religija, ali lahko še naprej živimo potopljeni v digitalni habitat brez etike, ki nam ponuja varnost, svobodo, odgovornost in pravičnost.⁴³

⁴¹ *Pastoralna konstitucija o Cerkvi v sedanjem svetu* = (*Gaudium et spes*), Nadškofij-ski ordinariat, Ljubljana, 1966, št. 44.

⁴² Prav tam.

⁴³ CARLO BORDONI (ur.), *Il primato delle tecnologie. Guida per una nuova iperumanità*, Mimesis, Milano, 2020.

Pomembno je poudariti, da je eden od velikih izzivov, ki jih izpostavljajo raziskovalci digitalnega in virtualnega sveta, kako na epistemološki ravni vzpostaviti temeljit dialog z različnimi znanostmi. Obstajajo na primer poskusi dialoga med filozofijo in virtualnostjo, psihologijo in umetno inteligenco, teologijo in nevroznanostjo. Prav tu naletimo na velike ovire in velike izzive. Umetna inteligenca na primer zelo dobro vodi dialog z nevroznanostjo, saj spodbuja povezavo človeških možganov z digitalno in virtualno logiko. Ta odnos spodbuja logiko avtomatizacije, vendar naleti na zelo resno oviro glede človekove svobodne volje, vesti, svobode.

Pomembno je odkriti, kako vzpostaviti dialog med antropologijo, filozofijo, humanistično psihologijo, kognitivno psihologijo, svobodo, zavestjo, svobodno voljo, zlasti v primeru psihoanalize (vloga nezavednega), z nevroznanostjo in umetno inteligenco. To bo velik izziv za prihodnost.⁴⁴

➔ **V okviru digitalne preobrazbe in uporabe umetne inteligence tehnologija nikoli ni nevtralna.** Virtualno se pojavlja znotraj kompleksnega vesolja razvoja kapitala, politike, različnih ideologij skupin, prevlade podjetij, ki s svojimi raziskavami nadzorujejo strukturo, organizacijo in vsebino interneta in družbenih omrežij.

Skratka, vse je povezano: tehnološki sistem, gospodarski sistem, zdravje, izobraževanje, varnost, navzkrižje interesov med državo in podjetji.⁴⁵ V tem kontekstu je vprašanje etike temeljnega pomena. Tehnologija nastaja in se razvija v okviru kapitala in financ. Ogromen razkorak med gospodarsko razvitimi državami in tistimi, ki živijo v skrajni revščini, nujno vodi do vprašanj v zvezi s človekovimi pravicami, do velikega konflikta med posameznikom in sistemom.

➔ **Še posebej v zadnjem času je umetna inteligenca odprla nova obzorja, saj je povezala posameznika s tehnologijo.** Nekateri avtorji razmišljajo o nujni potrebi po etiki umetne inteligence.⁴⁶ Nadalje na svetovni ravni potekajo temeljne razprave, ki vključujejo človeški in naravni ekosistem ter njegov odnos do človeka in tehnologije. To pomeni, da

⁴⁴ BYUNG-CHUL HAN, *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*, Einaudi, Torino, 2022.

⁴⁵ SHOSHANA ZUBOFF, *Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Luiss, Rim, 2019.

⁴⁶ PAOLO SPAVIERO, *L'etica alla prova delle neuroscienze. Sfide e opportunità per la teologia morale*, Cittadella Editrice, Assisi, 2020.

o digitalnem vprašanju ni mogoče razmišljati ločeno od človekovega razvoja in njegove povezave z ekologijo.

Temeljno vprašanje pa je – namesto da bi preprosto ugotovili, da je humanizem presežen in da vstopamo v novo dobo post-humanizma, kjer nam bo tehnologija pomagala rešiti velike probleme človeštva –, humanizacija in iskanje etike za odnos med človeško osebo in tehnologijo, skrb za stvarstvo, dostojanstvo in človekove pravice, prenova gospodarstva in politike, skrb za naš skupni dom, bratstvo in sodelovanje, tehnologija in integralna ekologija, kot je predlagal papež Frančišek v *Hvaljen moj Gospod*⁴⁷ in *Svetovnem vzgojnem zavezništvu*.⁴⁸

➔ **Glede na nenehni razvoj komunikacij se za raziskovalce in znanstvenike različnih ved pojavlja temeljna naloga:** najti skupno točko dialoga in vzpostaviti etiko za tehnologijo, zlasti informacijsko in digitalno tehnologijo, da bi bila ta stvarnost del perspektive celovitega razvoja in ne le tiste, ki temelji na kapitalu in dobičku. V zvezi s tem p. Paolo Benanti jasno pravi: »V odnosu med človekom in strojem je pravi poznavalec in nosilec vrednosti človeški del. Človekovo dostojanstvo in človekove pravice nam pravijo, da je v odnosu med človekom in strojem človek tisti, ki ga je treba zaščititi.« Zato ponovni razmislek o človeku zahteva celovitejšo interdisciplinarno obravnavo, da bi našli način, kako tehnologijo in digitalna orodja vključiti v vzgojo prihodnjih generacij.

➔ **Trenutno številni raziskovalci preučujejo odnos med antropologijo in digitalnim svetom.** Predlagajo razlago digitalnega področja, ki izhaja iz antropoloških in kulturnih pojavov, kot so jezik in njegove kode, kot temeljni elementi za virtualno komunikacijo.

Druge študije raziskujejo simbole kot metaforo za digitalni jezik, družbene rituale vsakdanjega življenja (dialog, srečanja, sestanke) kot način za vzpostavitev interaktivnosti.

V velikem mozaiku *online* okolja najdemo pravo mrežo družbeno-kulturnih elementov, ki so značilni za ljudi. Ko govorimo o modi, hrani, glasbi, igranju, govorimo o antropoloških vidikih, torej o tem, kako razumeti osebo znotraj njene kulture. Eden od rastočih segmentov raziskav na tem področju sta digitalna etnografija in netnografija.

⁴⁷ FRANČIŠEK, *Hvaljen, moj Gospod = Laudato si' : okrožnica o skrbi za skupni dom*, Družina, Ljubljana, 12015.

⁴⁸ FRANČIŠEK, Izjava Svetovno vzgojno zavezništvo, Vatikan, 12. september 2019.

- ➔ **Osnova interdisciplinarnega dialoga danes temelji na epistemologiji**, ki vključuje filozofijo, antropologijo, etiko, psihologijo ter raziskovalce digitalnega sveta in umetne inteligence. Prihodnost digitalne komunikacije, interneta in umetne inteligence bo v veliki meri odvisna od prisotnosti etike, ki bo človeku zagotavljala osebno, družbeno in globalno odgovorno povezovanje s tehnologijo.

D KOMUNIKACIJA V SALEZIJANSKI DRUŽINI IN POVEZOVANJE Z LAIKI

- ➔ **Komuniciramo kot ena velika salezijanska družina.** Don Bosko, naš oče, je imel prirojene komunikacijske sposobnosti in je komunikacijo postavil v službo vzgoje in evangelizacije. Po tej poti danes kot salezijanska družina nadaljujemo v velikem gibanju ljudi, ki jih vodi ista pastoralna in apostolska dinamika.

V naših hišah, šolah, socialnih ustanovah, univerzah in župnijah imamo obsežno in precej raznoliko medijsko vsebino, ki izraža našo ustvarjalnost in kulturo v vseh regijah Družbe.

Salezijanska družina uporablja družbene medije v kontekstu sodobnega sveta, kjer ti prežemajo vse vidike človeškega, družbenega in kulturnega življenja; pri tem potrjuje svojo zvestobo don Boskovemu preroškemu bogastvu kot odgovor zvestobe Božjemu načrtu na treh področjih, na katerih je deloval: promocija človeka, vzgoja in evangelizacija.

Člani salezijanske družine glede na svojo poklicanost in poslanstvo v različnih okoljih tvorijo komunikacijsko mrežo v službi karizme. Karizmatična enotnost salezijanske družine v svoji razgibani skladnji darov in služb priča o tem, da je komunikacija sad izkušnje občestva, bratstva ter človeške, pastoralne in strokovne priprave, ki se uresničuje na različnih področjih družbene komunikacije in v različnih kulturah.

- ➔ **Salezijanska komunikacija poteka prek mreže ljudi, ki komunicirajo na podlagi salezijanske duhovnosti** in pedagogike ter z lastno metodologijo. Mreža se vzpostavlja na podlagi skupnih vrednot, vizije, sodelovanja in skupne zavezanosti poslanstvu. Glede na to, da je komunikacija v mreži izraz skupnega dela, je temeljnega pomena, da lahko v vzgojni in pastoralni skupnosti salezijanci in laiki sodelujejo pri komunikaciji na sinergijski in sodelovalni način.

➡ **Salezijansko poslanstvo, ki se uresničuje na podlagi komunikacije med salezijanci in laiki, se zdi danes nujno potrebno.** To pomeni, da je treba z laiki najprej vzpostaviti poglobljeno znanstveno podlago med karizmatično in vzgojno-pastoralno razsežnostjo, z znanjem in vzgojnimi izkušnjami laikov na različnih področjih njihove usposobljenosti. Povedano drugače, da bi spodbudili soodgovornost pri vzgojnem poslanstvu na področju komunikacije, se morajo laiki poglobiti v antropološke, psihološke in vzgojne vidike naše pedagogike, da bodo sposobni integrirati njene vrednote.

V digitalnem svetu zahteva gradnja in kompleksni vidik vzgojnih procesov današnjega časa sodelovanje z laiki in mladimi. Ključnega pomena je, da se v tej izkušnji okrepi poklicanost in poslanstvo laikov, tako v Cerkvi kot v VPS.

Skupno delovanje z laiki mora biti motivirano z njihovo poklicanostjo in poslanstvom v svetu kulture in družbe. Še posebej danes, v dobi informatike in digitalnega komuniciranja, je veliko laikov, ki imajo zelo visoko tehnično in strokovno znanje s področja komuniciranja. Naše poslanstvo je animirati in vključiti laike k sodelovanju pri izvajanju komunikacije na visoki kakovostni in strokovni ravni.

E METODOLOGIJA SALEZIJANSKE KOMUNIKACIJE

➡ **Metodologija salezijanskega komuniciranja se hrani z evangelijem.** V bistvu gre za način, kako se komunikator povezuje z ljudmi, njihovo kulturo in svetom.

Ko si prizadevamo za komunikacijo na osnovi klica Cerkve in Družbe, ki je evangelizirati in vzgajati mlade, mora metodologija nujno slediti načinu, po katerem nas vodi Cerkev s svojim naukom in izkušnjami. To pomeni, da mora imeti komunikacija v vseh svojih izrazih in načinih ustvarjanja, izmenjave in širjenja informacij, da bi sodelovala s salezijanskim poslanstvom, svoje temelje v salezijanskem vzgojnem modelu, ki ima širok antropološki pogled na človeško osebo, ceni prilagajanje vsebine posamezniku, oblikovanje osebe, proaktivnost in psihodinamiko celostne rasti, pri čemer so temelj evangeljske in krščanske vrednote. Vzgoja zahteva človekovo posredovanje, ki se uresničuje z jezikom, uporabo medijev, komunikacijo, ki svojo metodologijo gradi na salezijanski vzgojni metodi.

- ➔ **Salezijanska pastoralna je izraz karizme in metodologije don Boskovega preventivnega sistema.** Ker se umešča v salezijansko pastoralno, je komunikacija v bistvu vzgojna. Zato je komunikacija v službi salezijanskega poslanstva, kot potrjuje *Referenčni okvir za mladinsko pastoralno*: »Znana je zato dragocena funkcija vseh vzgojnih posegov v versko vzgojo: imajo nalogo, da sprožijo, podprejo in posredujejo proces odrešenja.«⁴⁹

Na podlagi te teološke, kristološke in salezijanske vizije komunikacije komuniciramo na podlagi vzgojne pedagogike, zgrajene iz različnih procesov, da sodelujemo z ljudmi, oživljamo okolje, sistematiziramo vzgojne poti, organiziramo in ustvarjamo strukture za vzgojo.

- ➔ **Salezijanska komunikacija prinaša veliko človeško bogastvo in vsestranski pristop na področju psihodinamike,** saj vključuje tako kognitivne kot čustvene vidike v procesu vzpostavljanja odnosov in učenja. Vključuje vprašanja jezika, metodologije učenja, psihodinamike medčloveških odnosov ter načina, kako mladi izražajo svojo ustvarjalno domišljijo z vedno novimi kulturnimi in umetniškimi simboli. Zato je pedagoška in kulturna mediacija temeljnega pomena za uresničevanje socialne komunikacije.

- ➔ **Salezijanska komunikacija, ki se navdihuje pri trinomu preventivnega sistema – razum, vera in ljubeznivost –, je globoko mladostna:** mladi so prednostno poslanstvo vzgojnega delovanja; okolje je ključni element načina komuniciranja; prisotnost vzgojiteljev kot prijateljev mladih gradi odnos zaupanja in prijateljstva; protagonizem mladih se kaže kot odgovornost in ustvarjalna zavzetost; umetnost – kot so glasba, gledališče, ples, literatura, slikarstvo, filmska in glasbena produkcija, video, fotografija – in šport spodbujata praktično, preprosto in interaktivno metodiko, v kateri je komunikacija integrirana v vzgojni proces. Izkušnje mladih, kakor so študij, praznovanja, prazniki, šport, umetnost in dejavnosti služenja drugim in skupnosti, postanejo pomembni trenutki, ki se delijo na spletu in družbenih omrežjih ter s tem širijo sporočila mladinskega apostolata.

- ➔ **Kot sestavni del salezijanske pastoralne komunikacija deluje interdisciplinarno in je v službi poslanstva.** Ta vizija se uresničuje s projektno mi-

⁴⁹ FABIO ATTARD, *Salezijanska mladinska pastoralna: referenčni okvir: dikasterij za mladinsko pastoralno*: [tretja izdaja], Salezijanski inšpektorat, Ljubljana, 2014, str. 68.

selnostjo, delovanjem v sinergiji ter z razvojem in izvajanjem inšpekto-
rialnega načrta za družbeno obveščanje. Na ta način je strukturirana in
organizirana v okviru vzgojnega in pastoralnega načrta inšpektorije. »V
mladinski pastoral se različne dejavnosti in različni prijemi udejanjajo z
edinim in istim ciljem: celovit napredek mladih in njihovega sveta, tako
da se premaguje delna in fragmentarna pastoral. Ta cilj se doseže z
dejavno občestvenostjo glede velikih ciljev, glede kriterijev delovanja
in glede prednostnih izbir dejavnikov, ki so v pastoralni dejavnosti, da
bi se ustvarila med njimi povezanost in medsebojni odnos.«⁵⁰

- ➔ **Komunikacija je definirana znotraj Referenčnega okvira mladinske pastore** kot razsežnost, ki prežema celotno vzgojno-pastoralno de-
lovanje, na isti ravni kot druga salezijanske dejavnosti. Zato lahko go-
vorimo o »vzgajati s komunikacijo« in »komunicirati z vzgojo«. To je
dvojica, ki je značilna za salezijanski slog evangelizacije in vzgoje.
- ➔ **Načrt družbene komunikacije, pripravljen v skladu z usmeritvami Referenčnega okvira za mladinsko pastoralo, izraža celostno vizijo pastore**, metodologijo s projektnim pristopom, učinkovit način ure-
sničevanja poslanstva v sinergiji, torej v sodelovanju s pedagogiko in
metodologijo komunikacije ter s salezijansko pastoralo. Za učinkovi-
tost načrta je v tem smislu treba pripraviti in se o njem dogovoriti z
inšpektorjem in njegovim svetom, saj se ustanova ne more obnašati
na en način, govoriti pa na drug način. Družbena komunikacija izra-
ža kulturo inšpektorije in zato ne more biti »ohlapna«, nepovezana z
ONI in VPN inšpektorije. Gre za dejavnost, ki je del poslanstva in prek
upravljanja procesov in produktov stremi k ustvarjanju in krepitvi sale-
zijanskih komunikacijskih okolij. Vsaka inšpektorija mora, na podlagi
svoje kulture, realnosti in tradicije, načrtovati in oblikovati svoj VPN in
dokumente o družbeni komunikaciji. V okviru enotnega poslanstva se
salezijanska družbena komunikacija vedno osredotoča na usklajevanje
z drugimi sektorji salezijanskega poslanstva in na uresničevanje komu-
nikacije s projektnim načinom razmišljanja.
Družbena komunikacija v naših inšpektorijah mora prenašati 'oseb-
nost' naše ustanove in vrednote, na katerih temelji, saj je to ključno za
dosego vseh. Transparentna komunikacija, jasno izražanje identitete,

⁵⁰ FABIO ATTARD, *Salezijanska mladinska pastoral: referenčni okvir: dikasterij za mla-
dinsko pastoral: [tretja izdaja]*, Salezijanski inšpektorat, Ljubljana, 2014, str. 184.

mnenj in pobud ni le pametna odločitev, temveč dejanje velikega poguma.

Identiteta se (na novo) oblikuje v komunikacijskih procesih. To, čemur pravimo, identiteta, je stkano skozi dialog z drugimi – o naših pristopih k razumevanju resničnosti, o tem, kaj počnemo in zakaj to počnemo. To pa ne pomeni, da se obdajmo s predsodki, stereotipi ali idealiziranimi predstavami, temveč sprejemanje realnosti takšne, kot je.

- ➡ **Za uresničevanje salezijanskega poslanstva je danes nujno**, da se razmislek, načrtovanje in vzgojno-pastoralno delovanje izvajajo z vseobsegajočo, odprto in sinodalno vizijo. Ker je naš način komuniciranja sinergičen, je ključno, da si različni sektorji (sektor za družbeno komunikacijo skupaj s sektorji za mladinsko pastoralo, formacijo, misijone in ekonomijo) delijo salezijansko poslanstvo. S tem ustvarjajo kreativno in strokovno pot refleksije, v katero vključujejo laične strokovnjake s področja komunikacije in pastore, da bi ostajali v dialogu s fenomeni digitalne kulture.⁵¹
- ➡ **Pri pripravi načrta za družbeno komunikacijo**, izhajajoč iz *Referenčnega okvira mladinske pastore*, je temeljnega pomena, da dokument ponudi teološke, antropološke, psihološke, biblične, salezijanske in pastoralne temelje, ki osvetljujejo, usmerjajo in omogočajo način, slog in organizacijo projekta družbene komunikacije v različnih inšpektorijah in salezijanskih ustanovah po svetu.

⁵¹ *Na poti z mladimi v digitalni kulturi*, v: *Salezijanska družina in komunikacija v digitalni dobi*, Salezijanski inšpektorat, Ljubljana, 2024, št. 10.

11

PREVENTIVNI SISTEM – PASTORALNA IN KOMUNIKACIJSKA USMERITEV

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Uresničevanje preventivnega sistema zahteva od nas temeljno držo: simpatijo in voljo do stika z mladimi.«

K 39

Preventivni sistem je nastal iz neposredne don Boskove izkušnje in prvih salezijancev: slog in prizadevanje za komunikacijo, ki se izražata v vzgojnem okolju, prijateljski navzočnosti, protagonizmu mladih in projektu krščanskega življenja, ki združuje duhovnost s pedagogiko in pastoralo.

Ta metoda se osredotoča na preventivo pred šibkostjo mladih in temelji na določenih načelih, ki so podlaga duhovni izkušnji komunikatorja.

V tej analizi raziskujemo, kako preventivni sistem vstopa v dialog z dinamiko komunikacije v digitalnem svetu, vključno z vidiki, ki so z njo neposredno povezani, kot so interaktivnost, takojšnjost in imerzija, ter tudi z novimi izzivi, povezanimi z napredkom na področju umetne inteligence.

Na koncu poudarjamo pomen umetnosti in vseh umetniških jezikov ter izraznih načinov, ki jih uporabljajo mladi.

- ➔ **Preventivni sistem** je nastal na podlagi neposredne izkušnje don Boska in prvih salezijancev z mladimi v Valdoccu, na podlagi globoko človeške sinteze, ki temelji na vrednotah evangelija in nauku Cerkve. Na tem kraju je don Bosko kot vzgojitelj in komunikator uvedel slog komunikacije, ki je sposoben izraziti vrednote preventivnega sistema: vzgojno okolje, prijateljsko navzočnost, protagonizem mladih in projekt krščanskega življenja.
- ➔ **Salezijanska komunikacija izhaja iz temeljnega načela karizmatičnega poslanstva v službi mladih** in črpa navdih iz don Boskove vzgojne izvirnosti, ki je bila v njegovi pastoralni ljubezni, ki je dobila konkretno obliko v njegovi ljubezni in naklonjenosti do najrevnejših mladih. Don Bosko je imel zelo jasen cilj, da bi vsak mlad človek začutil, da ga Bog ima rad, se odzval na klic, naj živi v njegovi milosti in usmiljenju, delal dobro, izpolnjeval svoje dolžnosti in živel v veselju. V ta namen je ustvaril pravi salezijanski ekosistem, osredotočen na pastoralno ljubezen (ki je duhovnost, pastoralna dejavnost in pedagogika). Duhovnost se kaže v predlogu krščanskega življenja (gre za iskanje odrešenja mladih z življenjem po geslu *Da mihi animas*), v pedagogiki (ki se kaže v praktični metodi poučevanja) in v pastoralni dejavnosti (ki se uresničuje v vzgojnem projektu celostne promocije posameznika).
- ➔ **Salezijansko komunikacijo navdihuje preventivni sistem**, ki je utelešenje salezijanskega duha vključevanja in sodelovanja v vzgojni pobudi, namenjeni celostnemu razvoju v okviru predloga evangelizacije mladih v različnih družbenih in kulturnih kontekstih.
- ➔ **Don Boskova pastoralna ljubezen pri uresničevanju poslanstva za revne mlade izvira iz srca in zgleda Kristusa Dobrega pastirja** ter je aktualna referenčna točka za vse komunikatorje, tako na ravni odnosa kot na ravni komunikacijske prakse. Njegova vzgojna ljubezen se kaže v njegovi globoki občutljivosti in sposobnosti pomoči človeku. Don Bosko je razumel, da je vzgoja stvar srca, zato je ustvaril vzgojni slog, ki izvira iz ljubezni, ustvarja medosebne in skupnostne odnose ter mlade spodbuja k odprtosti do sebe in drugih. To je temelj, ki mladim omogoča, da spoznajo svoje darove in sposobnosti, da bi jih uvedel v služenje drugim, da izkusijo umetnost, poklicno učenje in liturgijo kot načine izražanja svojega notranjega življenja ter sodelujejo tako, da bi okolje zaznamovalo zaupanje, prijateljstvo in resnična bratska delitev kot sad življenja v Božji milosti.

Ta slog zagotavlja izvirnost in identiteto salezijanskega komunikatorja. Ta pristen in ustvarjalen način življenja duhovnosti in vzgojni slog opredelujeta salezijansko karizmatično identiteto in naš način komuniciranja. »Salezijanski duh, ki se navdihuje iz sloga Dobrega pastirja, označuje našo duhovnost in našo vzgojno-pastoralno dejavnost. Ta duh je utelešen najprej v don Bosku. On in poslanstvo, ki izhaja iz njega, je naše zgodovinsko-kerigmatično izhodišče.«⁵²

- ➡ **Don Bosko se kot komunikator-vzgojitelj v celoti zaveda resničnosti človeške osebe, potreb srca mladega človeka in njegove občutljivosti pri človeški in krščanski formaciji.** Don Boskova pastoralna ljubezen je pedagoška: spoštuje dinamiko človeške rasti, način biti vsake mlade osebe, njeno zgodovino, njene talente in možnosti, pomen vzpostavljanja vzgojnih norm, ki so v prid dobremu vsakega posameznika.
- ➡ **Ekosistemska komunikacijska vizija don Boska, ki si vedno prizadeva povezati duhovno, pedagoško in pastoralno razsežnost,** se odpira tipični družinski stvarnosti, v kateri prisotnost očeta (vzgojitelja), otrok (*educandi*), matere (blažene Device Marije) in vzgojiteljev (laikov) tvori zelo izviran salezijanski mozaik. Preventivni sistem vključuje vzgojitelja in skupnost v sočasno uresničevanje procesov in dejavnosti, ki omogočajo celostno pedagoško in duhovno prakso sistema.
- ➡ **Teološko-duhovna in pedagoška skladnost salezijanskega ekosistema preventivnega sistema se nenehno hrani z življenjskimi izkušnjami,** skupnimi vzgojnimi procesi, konkretnimi dejavnostmi, načrtovanjem in organizacijo. Od tod tudi potreba po VPN za komunikacijo, utemeljenem na tem primatu preventivnega sistema, ki »navdihuje vzgojni načrt za celostno napredovanje, ki je vsebovan v evangelizacijski ponudbi za mlade raznih okolij. Osvetljuje humanistično bogastvo in hkrati bistveno religiozno srce sistema v vzgonu razuma, vere in ljubeznivosti. Preventivni sistem postaja metoda delovanja, ki jo označuje osrednje mesto razuma, razumnost zahtev in pravil, gibljivost in prepričljivost ponudb; osrednje mesto religije, pojmovane kot pospeševanje čuta za Boga, ki je prirojen vsaki osebi, in kot prizadevanje, da bi ji prinesli lepoto dobre novice; osrednje mesto

⁵² FABIO ATTARD, *Salezijanska mladinska pastoralna: referenčni okvir: dikasterij za mladinsko pastoralno: [tretja izdaja]*, Salezijanski inšpektorat, Ljubljana, 2014, str. 86.

ljubeznivosti, vzgojne ljubezni, ki spodbuja k rasti in ustvarja vzajemnost.«⁵³

- ➔ **Don Bosko je, ker se je zavedal človeške resničnosti mladih, njihovih vrlin in slabosti, kulturnih vrednot** ter tudi tega, kar jih lahko instrumentalizira in oddalji od njihove vzgojne poti, opredelil preventivo kot temeljni vidik načina vzgoje mladih.

Preventiva je neposredno povezana z razumom, s pomenom prepoznavanja čustev, namenov in njihovih želja ter s tem, da znamo to človeško in družbeno stvarnost razlagati z dialogom, sprejemanjem, potrpežljivostjo, iskanjem poti zaupanja, ponovne izgradnje osebe, pozitivnega in optimističnega pogleda na vsakega mladega človeka. Ta preventivni pogled salezijanca – vzgojitelja je proaktiven, predlagalen: mladim ponuja priložnost, da rastejo, da se angažirajo, zagotavlja orodja in sredstva za njihovo človeško, umetniško in poklicno oblikovanje. Salezijanska vzgoja verjame v notranji potencial mladih.

A PREVENTIVNI SISTEM – SALEZIJANSKA DUHOVNOST IN VIR KOMUNIKACIJE

- ➔ **Preventivni sistem je izviren predlog salezijanske duhovnosti**, ki je hkrati resnično ponovno branje evangelija; sposoben je poenotiti geste in vedenje, značilne za krščansko življenje. Je vir in navdih za komunikacijo: trojček razum, vera, ljubeznivost, ki je izraz pastoralne ljubezni in duša preventivnega sistema, ne govori le o vzgojnem projektu celostne formacije in ni le praktična metoda, ki jo mora uporabljati vzgojitelj, ampak razkriva tudi temeljne značilnosti duhovnosti, ki jo je treba odkrivati, živeti in nenehno obnavljati.
- ➔ **Salezijanska duhovnost temelji na določenih načelih, ki so podlaga za duhovno izkušnjo komunikatorja.** Izstopa prvenstvo Božje zastonjskosti: v skrivnosti Božje ljubezni najdemo vir, središče in cilj krščanskega življenja. Temu sledi srečanje s Kristusom, Gospodovim evangelijem, prijateljem in odrešenikom človeštva. Nazadnje se uresniči v življenju v Duhu, na katerega se mlad človek, ki se zaveda tega daru, odzove z notranjo svobodo in zavzetostjo, da bo živel kot dober kristjan.

⁵³ Prav tam, str. 90.

- ➔ **V salezijanski duhovnosti ima komunikacija temeljno referenco v Bogu, ki usmerja njeno delovanje, začnši s krščansko poklicanostjo vsakega mladega človeka.** V izkušnji krsta, birme in čutenja, da so člani krajevne in vesoljne Cerkve, mladi izkusijo dar sebe in pripadnosti družini krščenih, ki živijo kot sol zemlje in luč sveta v vseh narodih. Sveti Duh je po Marijinem materinskem posredovanju spodbudil nastanek salezijanske družbe. Kot mati Božjega Sina in Pomočnica kristjanov Marija vodi in vzgaja za polno življenje v odrešenju svojega Sina. Življenje je dar in služenje, zato je salezijanska duhovnost v služenju drugim, zlasti najbolj potrebnim; tako kot je tudi v služenju zavzemanju za pravičnost in mir, integralno ekologijo, predanost delu, razumevanje večkulturnosti in krščanskega načina življenja v digitalni kulturi.⁵⁴
- ➔ **Preventivni sistem je nastal in dozorel iz konkretne evangeljske izkušnje, ki se je utelesila v resničnosti revnih mladih.**⁵⁵ Bistveno je, da na podlagi te vizije preventivni sistem ponuja globoke temelje duhovnosti in pedagogike ter vzgojitelju omogoča, da razvije dialog z različnimi vedami o komunikaciji. Poleg tega je preventivni sistem zaradi svoje globoke krščanske antropološke podlage prava gramatika kognitivne in afektivne psihodinamike za vstop v svet mladih: jezik, čustva, človeški odnosi.
- ➔ **Obstajajo različni vidiki preventivnega sistema, ki ponujajo salezijansko vzgojno antropologijo za komunikacijo:** brezpogojno sprejemanje drugega kot Božji dar, učinkovita prisotnost vzgojitelja med mladimi, delitev njihovega vsakdanjega življenja in interesov, don Boskova gotovost, da je »v vsakem mladem človeku točka, dostopna dobremu«, stalna uporaba razuma, ki pomeni razumnost zahtev in norm ter personalizacijo vzgojnega odnosa, sklicevanje na vero, pri čemer se mladim oznanja Jezusa in njegovo sporočilo odrešenja z dejanji, besedami in konkretnimi predlogi, lastnost ljubeznivosti, ki se izraža v pozornosti do resničnih potreb oseb in skrbi za prijazno okolje, ter vključitev mladih kot prve odgovorne osebe in protagonista lastne formacije.
- ➔ **Glede na različne kontekste verske in kulturne raznolikosti se salezijanski komunikator, voden po preventivnem sistemu, vključuje v ekuomenski dialog z mladimi drugih religij in prepričanj ter tudi s tistimi, ki**

⁵⁴ Prav tam, str. 100–107.

⁵⁵ Prav tam, str. 87.

izrecno ne izpovedujejo vere. Na osnovi vrednot preventivnega sistema, kot so prijaznost, sprejemanje, veselje, okolje, umetnost, solidarnost in strokovnost, se salezijanec komunikator zna odzvati na različne medkulturne stvarnosti z odprtim, dinamičnim in prijaznim pogledom.

B KOMUNIKACIJA V DIGITALNEM EKOSISTEMU, UTEMELJENA NA PREVENTIVNEM SISTEMU

- ➡ **Komunikacija, ki izhaja iz duhovnega, vzgojnega in pastoralnega predloga preventivnega sistema,** skuša uresničiti stalen dialog med slednjim in digitalnim svetom. Pomembno je poudariti, da se v interakciji, ki se razvija, iz vrednot don Boskovega preventivnega sistema vzpostavlja temeljni dialog z dinamiko digitalnega sveta, da bi se določila merila spremljanja in formacije mladih.

Salezijanska komunikacija ne postavlja fizične prisotnosti v nasprotje z izkušnjo prisotnosti v virtualnem okolju. Vzgoja v večdimenzionalnem okolju torej pomeni vstop v to novo logiko, ki od salezijanskega vzgojitelja zahteva sposobnost ustvarjanja odnosov zaupanja in prijateljstva, občutka pripadnosti in vzgojnega spremljanja.

Če je imerzija način vstopanja v komunikacijsko okolje s pomočjo petih čutov, bo digitalna komunikacija spodbujala širitev komunikacije tako v času kot v prostoru, saj bo osebi omogočila komunikacijo z več sto drugimi ljudmi, na primer prek družabnih omrežij.

- ➡ **V dinamiki digitalne komunikacije so neposredno povezani trije elementi:** interaktivnost, neposrednost (takojšnjost) in imerzija. Niso v nasprotju s komunikacijo »v živo«; nasprotno, so elementi, ki bogatijo komunikacijo in jo širijo v digitalno vesolje, v prepletanje realnega in virtualnega. Prav zato lahko govorimo o antropologiji komunikacije v digitalnem vesolju.
- ➡ **Za interaktivno komunikacijo je značilen horizontalni odnos,** v katerem je vsakdo subjekt in protagonist. Zahteva odprtost, dialog, empatijo, poslušanje in veliko sposobnost razumevanja raznolikosti komunikacije. Neposrednost nas uvaža v razsežnost, kjer je za komunikacijo značilno »tukaj in zdaj«, vse hkrati. Imerzija je način komunikacije, pri kateri je oseba znotraj vesolja podob, zvokov in interaktivnih prostorov.

- ➔ **Komunikacija, ki je v stiku z mladimi in v koraku s časom, zahteva nenehno pedagoško posodabljanje**, da bi izobraževali in evangelizirali z jezikom in metodo, ki sta razumljiva in zanimiva. Potrebna je tudi pozorna podpora, ki bo mlade spremljala tako po metodi kot po vsebini, da bodo lahko razumeli in živeli evangelijsko sporočilo.
- ➔ **Salezijanski vzgojni koncept predpostavlja odnos dinamičnega spremljanja**, kar pomeni »hoditi skupaj« z mladimi, ki večino svojega življenja živijo z očmi, uprtimi v zaslon svojih mobilnih telefonov. Kot bi rekel don Bosko, je nujno potrebno, da vedo, da so ljubljeni! Izziv je torej prepustiti mladim, da prevzamejo vodilno vlogo v digitalnem svetu, da so kritično in odgovorno del tega vesolja. Mladi bodo sami postali svobodnejši za učenje, razmislek, razmišljanje, boljše življenjske odločitve in razvijanje duhovnosti. Uporaba digitalne tehnologije postane ustvarjalen in zdrav način za učinkovit vstop v svet dela. Bivanje v digitalnem okolju vpliva na način izražanja idej, oživljanja lastnega načina komunikacije, izmenjave informacij, izražanja, videnja sveta in resničnosti, v kateri človek živi. Salezijanska vizija komunikacije je vedno povezana z umetnostjo vzgoje. »Namen vzgoje in prave kulturne dejavnosti je, da osvobodi mladega človeka, da ga napravi zavednega lastnih pravic in dolžnosti, da zavestno sodeluje v dogodkih svoje dobe, sposoben samoodločanja in sodelovanja za bolj človeško družbo. Vzgajanje na ta način prinaša kulturo, jo odpira in bogati. Ta proces postane resničnost, ne samo da vnaša v družbo ideje, nove spodbude in novo življenje, ampak predvsem, da pripravi pogumne osebe, nosilce kritičnega mišljenja in zdravega načina življenja.«⁵⁶
- ➔ **Vzgoja za človeške in bratske odnose je osrednja naloga komunikatorja in vzgojitelja**. Vključuje na primer poglobitev dialoga o tem, kako komunicirati na spletu in v družbenih medijih s človeškim in bratskim pogledom in odnosom do drugih, da bi lahko vedno komunicirali, ne da bi prevladovali, se povezovali, ne da bi nadzorovali ljudi, se izražali brez skušnjave posvetne moči, komunicirali digitalno, ne da bi manipulirali ali dopuščali manipulacijo s sabo.
- ➔ **Vzgoja mladih na področju digitalnega komuniciranja zahteva razumevanje njegove logike**, poglobljanje vrednot in pomena vesti pri iz-

⁵⁶ Prav tam, str. 75.

birah in odločitvah. Prav z zavedanjem se vzgajajo svoboda, spoštovanje drugih, občutek za svetost telesa in vrednoto spolnosti.

- ➔ **Trenutno umetna inteligenca (UI) pridobiva vse večji pomen.** Soočamo se z epohalno spremembo, ki zahteva naše razločevanje, da bi vzgajali za njeno inteligentno in odgovorno uporabo.

Papež Frančišek je na srečanju G7 v Apuliji v Italiji junija 2024 v svojem nagovoru dejal, da je umetna inteligenca »izredno močno orodje, ki se uporablja na številnih področjih človeškega delovanja: od medicine do sveta dela, od kulture do komunikacije, od izobraževanja do politike. Zdaj lahko z gotovostjo domnevamo, da bo njena uporaba vse bolj vplivala na naš način življenja, naše družbene odnose in v prihodnosti celo na to, kako pojmujeemo svojo identiteto kot človeška bitja«. Papež priznava njen pomen in uporabnost na različnih področjih razvoja človeškega življenja in družbe, vendar ponovno poudarja, da je treba »zagotoviti in zaščititi prostor za smiselni človeški nadzor nad procesom izbire programov umetne inteligence: od tega je odvisno človeško dostojanstvo«. Takšni programi morajo biti »orodja za gradnjo dobrega in boljšega jutri; vedno morajo biti usmerjeni v dobro vsakega človeka. Imeti morajo etični vzgib«. ⁵⁷

- ➔ **Naš pristop k umetni inteligenci je vzpostavitev vzgojnega dialoga.**

Bistveno je, da gradimo humanistično vizijo razvoja osebe in skupnosti pri njeni uporabi. Prav tako je treba v skupnostih in salezijanskih ustanovah poglobiti in izvajati srečanja in seminarje za spoznavanje različnih psiholoških, socialnih, moralnih in kulturnih vidikov, povezanih z UI. Potrebno je tudi poznati zakone in spremljati razvoj na področju regulacije UI ter njihov vpliv na gospodarstvo, politiko, kulturo, izobraževanje tako na osebni ravni kot na ravni skupnosti. Prav tako se je treba zavedati zavezujočih pravil o preglednosti in varnosti, zlasti glede biometričnega prepoznavanja, zasebnosti in varnosti, kar zagotavlja, da uporaba UI zagotavlja zaščito in obrambo vseh državljanov.

Papež Frančišek v poslanici za 57. svetovni dan miru leta 2024 na temo *Umetna inteligenca in mir* jasno opozarja na pomen UI in tveganja, ki jih lahko predstavlja za človeštvo: »Na eni strani 'vznemirljive priložnosti', kot so izboljšanje dela, življenjskih pogojev ljudi, medicinskih pripomočkov in osebnih odnosov, po drugi strani pa 'resna tveganja', kot so

⁵⁷ FRANČIŠEK, Govor na vrhu skupine G7 v kraju Borgo Egnazia, 14. junij 2024.

nenadzorovana uporaba tako imenovanega 'pametnega' orožja, posledična nevarnost terorističnih napadov, ki bi tako spodbujala 'norost vojne' ali posegi, namenjeni destabilizaciji zakonitih vladnih institucij, ki bi šli tako daleč, da bi na primer vplivali na politične volitve».⁵⁸

Zato je pomembno razumeti, kako algoritmi delujejo in kako se uporabljajo na različnih področjih človekovega in družbenega življenja (izobraževanje, zdravje, varnost, gospodarstvo, politika). Dobro je vedeti, kako se umetna inteligenca uporablja pri ustvarjanju vsebin, z vsemi posledicami glede avtorskih pravic, lažnih novic, manipulacije z informacijami, državnih ideologij in gospodarskih družb. Vse bolj bo treba razvoj in zakonske določbe spremljati s strokovnimi ekipami, ki bodo zagotavljale tehnične informacije o zavestni uporabi na različnih področjih družbe.

➡ **Umetnost je pomembna podlaga za dialog med preventivnim sistemom in digitalno metodologijo.** Spodbujanje in vrednotenje vseh oblik in izrazov komunikacije, kot so umetnost, glasba, gledališče, kino, fotografija, literatura, sta nujna za zdravo izgradnjo naše družbe.

V don Boskovem preventivnem sistemu je umetnost tradicionalno sredstvo za ustvarjanje okolja, primerne za mlade z namenom njihovega vključevanja. V digitalnem svetu je ta vloga še toliko večja, ker omogoča sporazumevanje in pri tem upošteva interaktivnost, neposrednost in imerzijo.

Vse vrste umetnosti so uporabne za ustvarjanje komunikacijske kulture. V osnovi jezik in tehnična struktura umetnosti spodbujata interakcijo z virtualnimi informacijskimi tehnologijami. Poleg tega, glede na to, da je umetnost jezik, ki se dotika kognitivnih in afektivnih razsežnosti, ki zadeva občutke, čustva in domišljijo, mladi z njo izražajo svoj način razmišljanja, čustvovanja in delovanja.

Lahko torej rečemo, da je umetnost slovnica čustev in dožemanja mladit. V tem smislu je bistvenega pomena, da komunikacija spodbuja vzgojo-evangelizacijo, ki povezuje interaktivnost, neposrednost in imerzijo, tako da lahko mladi kot protagonisti dejavno sodelujejo v vseh oblikah komunikacije. Sem spadajo zlasti osebna nega in telesni videz, zdrava in etična kuhinja, ekološko kmetovanje in integralna ekologija.

⁵⁸ FRANČIŠEK, *Umetna inteligenca in mir : poslanica za 57. svetovni dan miru*, Družina, Ljubljana, 2023.

- ➡ Laiki s svojo človeško, znanstveno, tehnično in kulturno izobrazbo pomembno sodelujejo pri vzgoji mladih v digitalnem svetu. Zaradi kulturne kompleksnosti, v kateri se digitalni svet razvija, in za ohranjanje vzgojnega dialoga v tem okolju je potreben poglobljen vzgojni odnos, ki upošteva antropološke, metodološke in tehnične vidike v zvezi z osebo in digitalnim svetom.

12

KRŠČANSKA ANTROPOLOGIJA, VIR ZA ETIKO KOMUNICIRANJA

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Etična kakovost komunikacije je sad skrbne vesti, ki ni površinska in vedno spoštuje ljudi, tako tiste, ki so predmet informacij, kot prejemnike sporočila.«

Govor papeža Frančiška pri avdienci za vodstvo in osebje Rai – Radiotelevisione Italiana, 18. januar 2014

Krščanska antropologija je vir, ki navdihuje in humanizira virtualno komunikacijo in digitalno kulturo. Na podlagi načela, da je evangelij radikalen in celovit navdih vzgojnega in evangelizacijskega delovanja, se oba vidika dopolnjujeta pri skrbi za mlade in tako stremita k cilju »ustvarjanja novega človeka«. Tako pastoralno delo deluje na človeški ravni in hkrati na področju vere, kar predstavlja celovit digitalni ekosistem, v katerem sta spoštovanje drugih in medkulturnost temelj za učinkovito in konstruktivno komunikacijo.

Poleg tega je v tem poglavju predstavljen izviren vzgojni predlog, ki izhaja iz svetopisemskih podob štirih vrtov, ki ponujajo celostno in holistično perspektivo za opis izkušnje bivanja v digitalnem svetu.

➔ **Krščanska antropologija je vir etike komuniciranja.** Vizijo Cerkve, ki temelji na humanizaciji in evangelizaciji, je večkrat opisal papež Frančišek: »Komunikacija ima moč graditi mostove, omogočati srečanja in vključevanje ter tako bogati družbo. Kako lepo je videti ljudi, ki skrbno izbirajo svoje besede, da bi premagali nesporazume, ozdravili ranjene spomine ter zgradili mir in sožitje«. ⁵⁹

Po besedah Janeza Pavla II. lahko »v nenehnem širjenju in napredku množičnih medijev prepoznamo znamenje časa, ki predstavlja neizmeren potencial za vsesplošno razumevanje in krepitev temeljev za mir in bratstvo med narodi.« ⁶⁰

Izhajajoč iz načela, da je evangelij osnovni navdih, na katerem temelji vzgojno in oznanjevalno delovanje, se obe dejavnosti dopolnjujeta pri skrbi za mlade in se tako približujeta cilju »ustvarjanja novega človeka«. Na ta način »pastorala biva na ozemlju človeškega in hkrati na ozemlju vere«. ⁶¹

➔ **Etika komuniciranja mora spodbujati življenje in dostojanstvo vsakega posameznika.** Cerkev priznava človeško osebo kot središče etike komuniciranja. V zvezi s tem Cerkev potrjuje temeljno etično načelo, ki ureja uporabo sredstev družbenega obveščanja: »Človeška oseba in človeška skupnost sta cilj in merilo sredstev družbenega obveščanja«. In ponovno poudarja, da »mora biti komunikacija v korist celostnega razvoja drugih ljudi. Njena naloga je združevati ljudi in bogatiti njihova življenja«. ⁶²

Z etično in strokovno uporabo medijev Cerkev priznava, da se komunikacijska orodja in omrežja ne uporabljajo le za obveščanje, temveč tudi za spodbujanje miru, pravičnosti in solidarnosti. Z drugimi besedami, komunikacija mora biti sinodalna, služiti drugim in ustvarjati kulturo humanizma.

⁵⁹ Poslanica papeža Frančiška za 50. svetovni dan sredstev družbenega obveščanja, *Komunikacija in usmiljenje: plodovito srečanje*, Vatikan, 2016.

⁶⁰ JANEZ PAVEL II., Poslanica za 15. svetovni dan sredstev družbenega obveščanja, *Le comunicazioni sociali al servizio della responsabile libertà dell'uomo* [Družbeno obveščanje v službi odgovorne človekove svobode], Vatikan, 1981.

⁶¹ FABIO ATTARD, *Salezijanska mladinska pastorala: referenčni okvir: dikasterij za mladinsko pastoralo: [tretja izdaja]*, Salezijanski inšpektorat, Ljubljana, 2014, str. 69.

⁶² PAPEŠKI SVET ZA DRUŽBENO OBVEŠČANJE, *Etika v družbenem obveščanju*, Družina, CD 89, Ljubljana, 2000, št. 21.

»Nravna načela, ki urejajo sredstva družbenega obveščanja, se morajo v prvi vrsti opreti na svobodo in dostojanstvo človeka, ki je poklican v občestvo božjih posinovljencev. Po drugi strani pa ta načela izhajajo iz narave sredstev družbenega obveščanja in iz značilnosti, ki so lastne vsakemu sredstvu posebej.«⁶³

A HUMANIZACIJA KOMUNIKACIJE

➡ **Za oblikovanje etike komunikacije je ključnega pomena, da izhajamo iz predpostavke, da je komunikacija ekosistem.** Teoretično izhodišče je, da je vsak človek v digitalnem svetu poklican, da je sodelavec Boga v procesu zagotavljanja kontinuitete stvarjenju sveta. To pomeni, da je vsak človek soodgovoren za naravo, kulturo, človeški razvoj in komunikacijo v širšem smislu.

Ob upoštevanju te razširjene in sistemske vizije je treba najprej poudariti, da je v komunikaciji odgovornost za druge, za vsakega človeka, ne glede na to, kateri kulturi pripada in od kod prihaja. To pomeni, da ima komunikacija temeljno vlogo pri spodbujanju družbene pravičnosti in gradnji trajnostne, bratske in solidarne družbe.

V luči medsebojne povezanosti mora komunikacija vzpostaviti tudi dialog z različnimi kulturami in religijami, da bi tako spodbudila razvoj kulturnega ustvarjanja, bogastvo vsake religije ter zgodovino in izvirnost vsake skupine in skupnosti.

V tem smislu lahko rečemo, da je človek kot nadaljevalec Božjega stvarstva v zgodovini odgovoren tako za skrb za stvarstvo, za vestno rabo naravnih virov kot tudi za varovanje kulturnih vrednot dostojanstva osebe in trajnostnega razvoja vseh izrazov družbenega, gospodarskega in političnega napredka družbe.

➡ **V digitalni kulturi so vsi ljudje in vse stvari med seboj tesno povezani.**

V tem smislu mora komunikacija, ki izhaja iz etičnega vizije, vedno služiti celostnemu razvoju osebe in družbe.

Posledično vsak komunikator s tem celostnim pristopom postane misijonar, saj je komunikacija v službi posameznika in človeštva.⁶⁴

⁶³ *Občestvo in napredek: pastoralno navodilo o sredstvih družbenega obveščanja*, Nadškofijski ordinariat, Ljubljana, 1977, št. 14.

⁶⁴ FRANČIŠEK, *Okrožnica Vsi smo bratje, Fratelli tutti : o bratstvu in družbenem prijateljstvu*, Družina, CD 165, Ljubljana, 2020.

➔ **V digitalnem svetu je komunikacija kot podaljšek človeških čutov in zaznav.** Vključuje nas kognitivno in afektivno, saj lahko digitalno pritegne tako naše čute, kot našo pozornost in čustva. Poleg tega je živeti v digitalnem svetu kot biti del razsežnosti, kjer sta čas in prostor zaznamovana z veliko hitrostjo.

Živimo v novi resničnosti in vse informacije obdelujemo v kratkem času, hitro in interaktivno. V okviru tega procesa prihaja do psiholoških posledic za človeka, kar je dobro znano iz znanstvenih dokazov: lahko pride do duševne in čustvene utrujenosti, izgube pozornosti, pomanjkanja koncentracije, težav pri branju in reševanju eksistencialnih vprašanj; tako manjka povezava z zdravim in uravnoveženim življenjskim slogom. Zato so v digitalnem svetu telesno, čustveno in duhovno zdravje bistvenega pomena.

➔ **V digitalnem svetu, kjer skupaj rasteta pšenica in plevel, sta bistvenega pomena preudarnost in razumevanje ravni odnosov.** Spričo široke palete ravni komuniciranja v današnjem digitalnem svetu moramo razločevati in jasno vedeti, kdo so prejemniki naše komunikacije in kaj jim želimo sporočiti.

Informativna komunikacija, za katero je značilno razširjanje sporočil splošnemu in včasih anonimnemu občinstvu, je nedoločena, doseže mnoge, vendar ni nujno, da je sprejeta in upoštevana. Seveda ima svojo vrednost in nujnost, vendar ostaja na ravni informacij, pošiljanja sporočil in prenosa vsebin.

Medosebna komunikacija, ki predvideva osebno poznavanje ljudi in sodelovanje v procesu komunikacije, ima moč ustvarjanja zaupanja, dialoga, vključenosti in sodelovanja.

Skupinska komunikacija, pri kateri se ljudje med seboj poznajo, delijo skupne vrednote, imajo občutek pripadnosti in bratskega občestva, ima možnost ustvarjati afektivne, učinkovite in plodne komunikacije.

Te ravni komuniciranja imajo seveda lahko svoje izjeme, vendar jih mora komunikator upoštevati, da bi razumel, kdo je njegovo občinstvo, kaj želi sporočiti, v čigavem imenu komunicira in katere so stopnje, ki določajo postopnost komunikacijskega procesa.

V dialogu med komunikacijo in evangelizacijo je bistveno razumeti jezik in komunikacijske kode, ki jih uporabljajo ljudje, zlasti otroci, mladostniki in mladi. Posledično je nepogrešljivo raziskovanje umetniškega, metaforičnega, pripovednega in simbolnega jezika, da bi

spoznali vsebino krščanske vere. Komunikacija namreč ne poteka le v linearnosti in racionalnosti resnic vere.

➔ **Komunikacija pomeni uresničevanje daru in odgovornosti do drugih.**

Za resnični protagonizem ljudi v interaktivni in medkulturni komunikaciji je zelo pomembno, da komunikacijski proces spodbuja vključevanje posameznika. Vse mora biti osredotočeno na njegovo svobodo, izkušnje in pogled na svet, tako da komunikacija postane priložnost za dialog, odprtost in izmenjavo pogledov, razumljenih kot skupna pot, ki temelji na vzajemnem poslušanju.

➔ **V globaliziranem svetu postaja komunikacija medkulturna.** Kot družbeni, kulturni in komunikacijski pojav medkulturnost dvema ali več kulturam omogoča dialog, interakcijo in medsebojne odnose, ne da bi ena kultura prevladovala nad drugo. Medkulturnost zahteva prizadevanje za dialog, vrednotenje drugega z njegovimi težavami, spodbujanje izmenjave, sprejemanja, sodelovanja in odprtosti.

➔ **V komunikaciji inkulturacija pomeni učenje iz okolja z vsemi njegovimi izrazi** in nato ustvarjalno vključevanje teh elementov v svoje življenje.

Inkulturacija je način, kako vsaka oseba v katerikoli kulturi ali družbi spoznava in vodi dialog s tistim, kar je novo in neznano. Primer inkulturacije v Svetem pismu najdemo v govoru svetega Pavla v Atenah.

»Tedaj pa je Pavel stopil na sredo Areopaga in spregovoril: 'Možje, Atenci, po vsem, kar vidim, ste zelo pobožni. Sprehajal sem se po vašem mestu in si ogledoval vaše svetinje. Ob tem sem našel tudi oltar z napisom: Nepoznanemu bogu. Kar vi častite, ne da bi poznali, to vam jaz oznanjam.'« (Apd 17,16-34). S temi besedami polnimi globoke občutljivosti in empatije Pavel osvoji svoje poslušalce in doseže, da postanejo nekateri od njih bolj odprti in mu prisluhnejo.

Po tem uvodu in pozitivnem odzivu poslušalcev Pavel posreduje svoje sporočilo: »Bog, ki je ustvaril vesolje in vse, kar je v njem, on, ki je neba in zemlje gospodar, ne domuje v svetiščih, ki jih je zgradila človeška roka. Njemu ne strežejo človeške roke, kakor da bi česa potreboval, temveč on sam vsem daje življenje in dih in vse. [...] Zakaj v njem živimo, se gibljemo in smo, kot so povedali tudi nekateri od vaših pesnikov: '... saj smo po rodu iz njega'« (Apd 17,24-28).

V tistem trenutku je Pavel v skupini Grkov poganskega porekla. Izbere temo, ki jo njegovi poslušalci že poznajo, in jo predstavi, pri če-

merspoštuje kulturne podobe in vrednote grškega ljudstva. S tem začetnim spoštljivim odnosom sveti Pavel zgradi prostor za pogovor o Bogu, ne da bi prizadel občutljivost svojih poslušalcev.

B SKRB ZA KOMUNICIRAJOČEGA ČLOVEKA

➡ **Na antropološki in teološki ravni je v Svetem pismu zelo zanimiva in bogata podoba**, ki ponuja podlago in horizont za opis izkušnje bivanja v digitalnem svetu: to je podoba vrta. Vrt je v Svetem pismu kraj stvarjenja, odnosa med Bogom in človekom, ekosistem, kjer sta oseba in okolje povezana, kjer se Božja skrivnost razodeva v njegovih bitjih in stvarstvu.⁶⁵ Prav tako je kraj, kjer se uresničuje človekova svoboda. S sklicevanjem na štiri svetopisemske vrtove je torej mogoče načrtovati človeško in duhovno psihodinamiko v digitalnem svetu.

➡ **Prvi vrt srečamo v 1. Mojzesovi knjigi** (2,21–24; 3,1–24), kjer Bog ustvari moškega in žensko, okolje in stvari, jim da ime, človeški in naravni ekosistem, ki ga danes imenujemo z izrazom integralna ekologija.⁶⁶ V digitalnem svetu obstaja nevarnost, da se oddaljimo od globalne vizije, ki združuje naravo, okolje, človeka in kulturo, in namesto tega živimo fragmentirano, pri čemer obstaja nevarnost, da izgubimo občutek za eksistenco in odgovornost za stvari, ki dajejo življenju smisel (pomislimo na primer na ekološko krizo z njenimi gospodarskimi, družbenimi in drugimi posledicami).

Digitalni svet postopoma postaja vzrok za okoljsko krizo. Zato vrt iz Prve Mojzesove knjige ponuja paradigmo, kako pomembno je, da na digitalni svet gledamo celostno in smo soodgovorni za stvarstvo in človeško življenje.

➡ **Če sledimo tej psihodinamiki vrta kot referenci digitalnega vesolja, je drugi vrt Getsemanski vrt** (Mt 26,36–39), ki se osredotoča na antropološko vizijo bolečine, trpljenja, zapuščenosti, osamljenosti, kjer oseba doživlja globoko osamljenost v skrivnosti meja življenja, kot je to bilo za Jezusa, ki je tam doživil izkušnjo popolne zapuščenosti.

V krščanski viziji je Getsemanski vrt povezan s prvim vrtom in nas opominja, da je komunikacija vedno neposreden pogovor z Bogom. Jezus

⁶⁵ FRANČIŠEK, *Hvaljen, moj Gospod = Laudato si' : okrožnica o skrbi za skupni dom*, Družina, Ljubljana, 2015, št. 76–83.

⁶⁶ Prav tam, št. 84–88.

Kristus nas uči, da je tudi v bolečini in trpljenju pomemben sogovornik, njegov Oče. Jezus govori, joka, kaže globoko človeško komunikacijo v zelo močnem medosebnem odnosu z Bogom, ki ga posluša. Človeška komunikacija ne odpravi trpljenja ljudi; umetna inteligenca ali kakršnakoli tehnologija nikoli ne more izbrisati skrivnosti osebe in njenih omejitev. Digitalni svet, v katerem srečujemo toliko ljudi, je ogromno svetovno omrežje. Pogosto se zgodi, da v tem omrežju živimo z ljudmi, ki doživljajo bolezni, bolečine, strah, tesnobo. V tem smislu nas Getsemanski vrt, kraj, kjer je Jezus doživel najbolj dramatičen trenutek svojega življenja, opominja, da moramo to okolje v sebi živeti kot kraj duhovnosti in pri tem razmišljati, da je naše trpljenje združeno s trpljenjem vsega človeštva.

➡ **Tretji vrt je vrt vstajenja** (Jn 20,11–18): prikazovanje Jezusa Kristusa Mariji Magdaleni v vrtu ima zelo pomemben pomen za medčloveško komunikacijo. V tem srečanju vidimo žensko, ki z bolečino in trpljenjem išče svojega ljubljenega, Kristusa.

Po drugi strani pa je Jezusovo prikazovanje Mariji Magdaleni izraz ljubezni in življenja, ki premaguje smrt. Zakaj na vrtu? Ker je vedno odprt prostor odnosa med stvarmi, naravo, Božjim stvarstvom.

Na vrtu vstajenja najdemo čudovit dialog med Jezusom in Magdaleno, ki kaže človeški in božanski izraz komunikacije, v katero so vključeni vsi. Na tem mestu lahko razumemo, da ima komunikacija razsežnost, ki presega izkušnjo čutil (vid, sluh, dotik), z značilnostmi, ki jih je doživela Marija Magdalena, obogateno s transcendentalno razsežnostjo.

Velika nevarnost digitalnega sveta je prav v empiričnosti, tehnicizmu, ob katerem ljudje pogosto izgubijo transcendentalno razsežnost, izgubijo sposobnost videti in izkusiti komunikacijo, ki je zmožna preseči človeško in sprejeti Božjo skrivnost.

Egocentrizem in samoreferencialnost sta pogosto veliki skušnjavi virtualnega sveta, saj človek tvega, da bo preveč osredotočen nase, in lahko včasih izgubi tako razsežnost drugosti, to je odnos z drugimi, kot tudi stik s svojim Bogom.

Izkušnja komunikacije vstalega Kristusa je namesto tega perspektiva odprtosti, apostolata, tako kot Marija Magdalena, ki je šla drugim oznanjat Jezusovo vstajenje. Zato je treba v digitalnem svetu živeti po Jezusovi logiki. Vstajenje je dar in hkrati odgovornost, saj moramo z drugimi deliti sporočilo o Bogu, življenju in upanju.

➡ **Četrty vrt je vrt iz Razodetja (22,1–2).** Svetopisemsko besedilo govori o trgu z izvirom, ki bruha in postane reka žive vode, ki prihaja od prestola Boga in Jagnjeta, ljudje pa se zbirajo okoli tega izvira, ki predstavlja Božje Jagnje. To je vrt odrešenja, ki nam omogoča življenjsko obzorje, hojo v novi resničnosti v Jezusu Kristusu, ne le posamezno, ampak tudi kot družina in skupnost.

V digitalnem svetu ni filozofije, ki bi človeku ponujala vizijo odrešenja; prav tako to ni naloga tehnologije. Zato je ključnega pomena, da v digitalnem svetu živimo tako, da imamo pred seboj vrt odrešenja kot nepogrešljivo obzorje, da živimo komunikacijo na ustvarjalen, radosten in upanja poln način. Človek, razsvetljen z odrešenjem: to je poslanstvo komunikacije!

13

SRCE IN IDENTITETA SALEZIJANCA KOMUNIKATORJA

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Kakor don Bosko smo vsi in ob vsaki priložnosti poklicani, da smo vzgojitelji za vero. Zato je naša najbolj vzvišena veda spoznavanje Jezusa Kristusa in najgloblja radost, ko vsem razodevamo nedoumljivo bogastvo njegove skrivnosti.«

K 34

Tu so naštet in opisani vidiki, ki opredeljujejo salezijanca komunikatorja, ter don Boskova duhovnost in pedagogika.

Svoje delo opravlja v skupnosti, v službi salezijanskega poslanstva ter v skladu z usmeritvami Družbe in sektorja za komunikacijo.

Pozoren je na pot sodelujočega vodenja, zato sodeluje z drugimi sektorji, kot so mladinska pastoralna, formacija, misijoni, ekonomija, poklici in salezijanska družina.

Hodi v korak s časom, se izobražuje in nenehno izpopolnjuje za kritično in ustvarjalno uporabo digitalnih tehnologij.

Vrednoti vse vidike in sredstva družbene komunikacije kot nov prostor združevanja mladih, kjer lahko mladi postanejo protagonisti.

- ➔ **Salezijanec komunikator opravlja svoje poslanstvo v skupnosti, v službi Družbe,** živi in pričuje o svoji ljubezni do Kristusa v okviru evangelizacijskega poslanstva Cerkve.

Po don Boskovem zgledu ljubi mlade in jih spremlja s srcem Dobrega pastirja. Kot poznavalec salezijanske pedagogike deli vzgojni projekt z vzgojitelji in komunikatorji, pri čemer deluje s sinergijsko, sodelovalno in sinodalno vizijo ter uresničuje salezijansko poslanstvo na organski in dinamičen način.

Glede na svojo projektno miselnost sodeluje tako, da komunikacijski načrt vključuje različne razsežnosti vzgojnega projekta in prevzema tipično salezijansko metodo komunikacije, pri čemer mladi postanejo protagonisti komunikacije.

- ➔ **V skladu s smernicami Družbe in sektorja za družbeno komunikacijo sodeluje v procesih** in operativnih linijah projekta Družbe in inšpektorij. Njegova vzgojna, pastoralna in tehnična usposobljenost mu omogoča, da razvija komunikacijsko miselnost in delovanje, ki temelji na evangelijski, sinodalni, salezijanski, umetniški in mrežni viziji.

- ➔ **Pozoren je na procese kooperativnega vodenja, zato sodeluje z drugimi sektorji,** kot so mladinska pastoralna, formacija, misijoni, ekonomija, poklicna pastoralna in salezijanska družina, ter se zavzema za izvajanje VPN inšpektorije in ONI.

Po drugi strani pa skladno z odgovornimi za vodenje in upravljanje inšpektorije pomaga inšpektorialnemu svetu, ravnateljem in odgovornim za salezijanske ustanove na inšpektorialni in regionalni ravni. V sinergiji s centrom Družbe sodeluje in uresničuje načela in smernice komunikacije. In, ne nazadnje, spremlja razvoj informacijske tehnologije in omrežij, se posodablja glede različnih vidikov digitalnega komuniciranja in umetne inteligence, vodi dialog z različnimi področji digitalne kulture ter pogloblja antropološke, etične, kulturne, družbene in verske vsebine mladih.

- ➔ **Vzgoja mladih danes zahteva skupna prizadevanja, da bi šli v korak s časom: usposabljanje in posodabljanje sta nepogrešljiva.** Vzgojanje mladih za kritično in ustvarjalno uporabo digitalnega sveta od nas zahteva spremembo miselnosti, saj so digitalni domorodci in poznajo

tehnično dinamiko, jezik in interaktivnost tega sveta.⁶⁷ V tem smislu se kot nujna kaže metodologija poslušanja, dialoga, čustvovanja in spremljanja. Zato moramo komunikacijo poglobiti in voditi na vzgojen in profesionalen način. To pomeni:

– *Prevzeti moramo nalogo razumevanja digitalne problematike ne le v njenem funkcionalnem in tehničnem vidiku. Potreben je razmislek, da bi razumeli, kako v kontekstu visoke tehnologije še naprej postavljati človeško osebo v središče in spodbujati bratsko občestvo.*

– *Biti moramo odgovorni za to, da skupaj z našimi vzgojitelji poglobimo smernice za vzpostavitev zdravega odnosa med človekom in tehnologijo, s poudarkom na skrbi za stvarstvo, dostojanstvu in pravicah ter etiki ekonomije in politike. Cilj je varovati skupni dom z bratstvom, kot je predlagal papež Frančišek, izhajajoč iz enciklike *Hvaljen moj Gospod in Svetovnega vzgojnega zaveznitva*.*

Za soočanje s sedanostjo in prihodnostjo je ključno razviti interdisciplinarni dialog med digitalno in krščansko antropologijo, epistemologijo, ki vključuje filozofijo, antropologijo, etiko, psihologijo ter študije o digitalnem svetu in umetni inteligenci.

– *Dobro je potrebno razumeti dinamiko in uporabo umetne inteligence. Salezijanci, laiki in mladi so poklicani k razumevanju in komuniciranju s pomočjo umetne inteligence (UI). Ob zavedanju, da noben človeški dosežek ni nikoli dokončen, je pomembno razumeti, kaj je, kako deluje in kakšen je njegov namen, ter poznati možnosti, ki jih prinaša v načine poučevanja in učenja.*

Poleg pomena, ki ga lahko imajo ta opažanja, je naša naloga vedeti, kako umetno inteligenco uporabljati z etično vizijo in vzgojno-pastoralnim namenom. Pri umetni inteligenci gre za ustvarjanje strojev, programske opreme, sistemov, ki lahko opravljajo naloge, ki jih običajno opravlja človeška inteligenca. Gre za kognitivne, afektivne in nevrološke procese, tj. kako se človek uči, razmišlja, obdeluje in procesira informacije.

Enako pomembno je vedeti, kako se ustvarja jezik UI, ki temelji na algoritmih in tehničnih modelih, ki strojem omogočajo obdelavo in predelavo podatkov ter avtonomno odločanje.

⁶⁷ DIKASTERIJ ZA DRUŽBENO OBVEŠČANJE, *Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale. Linee orientative per la Congregazione Salesiana* [Salezijanski sistem družbenega obveščanja. Smernice za salezijansko družbo], Editrice S.D.B., Rim, 2011, št. 28.

Različne oblike umetne inteligence, kot so strojno učenje, računalniški vid, obdelava naravnega jezika, načrtovanje in optimizacija, je treba raziskovati skupaj z vzgojitelji. Razumeti je treba, kako se uporablja v številnih sektorjih (medicina, finance, industrijska avtomatizacija, elektronsko poslovanje itd.), ter spoznati dinamiko in razvoj ChatGPT in drugih sistemov, ki prihajajo na trg.

Potrebno se je zavedati, da obstajajo različni gospodarski, politični in podjetniški vidiki, ki trenutno povzročajo napetosti in navzkrižja interesov, zlasti v boju za družbeno-gospodarsko-politično hegemonijo z uporabo te tehnologije.

– *Formacija za kritično in vzgojno uporabo novih tehnologij za življenje v digitalnem svetu.* Vzgojitelji in mladi so poklicani, da razumejo spremembe, ki se dogajajo, ter delovanje medijev in kulturne industrije. Kritični čut, strateški duh, samokontrola, varna in učinkovita uporaba, občutek spoštovanja, državljanski čut, avtonomnost in spretnosti reševanja problemov so elementi, ki niso nujno del darov mladostnika ali mladostnice samo zato, ker se je rodil in odraščal med monitorji in tipkovnicami ali ker jih je uporabljal.

Podobno je za uporabo medijev na digitalni celini potrebna resna usposobljenost: jasnost zastavljenih ciljev, krepitev ustvarjalnosti, pridobitev emancipiranega in kritičnega odnosa do njihovih sporočil, zavedanje njihovega vpliva, da bi se lahko z njimi izražali tako, da bi obvladali njihove jezike in tehnologije.

Pomen medijske komunikacije je neposredno povezan s tem, kar mediji izražajo z besedami in podobami, s tem, zakaj jih uporabljamo, ter z nameni sporočevalcev in prejemnikov, ki sodelujejo v komunikacijskem procesu. Zato obstaja potreba po večopravilni kritični obdelavi konceptualnih elementov in znakov, ki jih uporabljajo mediji.

– *Potrebno je vključevanje v pripravo sporočil in vsebin, namenjenih posebej mladim, z uporabo vseh sredstev, ki so nam na voljo.* Družbena komunikacija je vse bolj prisotna v izobraževanju, oblikuje miselnost in ustvarja kulturo. »Izziv za prihodnost bo vzgoja z uporabo novih medijev in tudi izvajanje vzgojno-pastoralnega dejavnosti z uporabo novih medijev, zlasti v zvezi z novimi generacijami. Zaradi svoje prodorne učinkovitosti in vedno večje prisotnosti je družbeno obveščanje

prava in pristna alternativna šola za zelo velike plasti svetovnega prebivalstva, zlasti za mlade in ljudstvo.«⁶⁸

– *Odnos med družbeno komunikacijo in evangelizacijo* ali, če želite natančneje, med uporabo jezikov in sredstev družbene komunikacije za evangelij in našim apostolskim slogom 'evangelizirati z vzgojo' močno vpliva na salezijansko dejavnost. Ne gre le za vzgojo z uporabo medijev, torej za kritično branje njihovih sporočil, ampak tudi za evangelizacijo z uporabo medijev. Na tem področju se odpira široko polje pobud za naše didaktične, izobraževalne in kulturne dejavnosti, za krščansko animacijo mladinskih skupin, za katehezo in molitev.

– *Ovrednotenje družbene komunikacije kot novega prostora za družbenje mladih*. Tehnologije komuniciranja spreminjajo občutek pripadnosti in način druženja, saj ustvarjajo več skupnosti, v katere so vključeni uporabniki z napravami, ki so vse bolj povezane z življenjem mladih.

»Dejanja, ki se nudijo in zahtevajo, so poslušanje, prepoznavanje, odzivanje, biti z in delati z v resničnosti, ki kaže na možnost izkušenj (morda novih ali drugačnih), ki ponujajo vzajemno zaupanje kot protiutež trenutni potrošnji. Ti novi prostori, kot so družbena omrežja, spodbujajo pozornost do življenjskih zgodb fantov in deklet, ki jih predstavljajo v njihovih pripovedih o sebi in ponovnih razlagah izkušenj, s čimer jim lahko pomagajo pri orientaciji in izbiri.«⁶⁹

»Spodbujanje in vrednotenje vseh oblik in izrazov komuniciranja (prim. 24. VZ, št. 129), kot so glasba, gledališče, kino, televizija, fotografija, stripi, multimedija in druge oblike umetnosti, mora določati jasen vzgojni in evangelizacijski namen. Te komunikacijske danosti je treba animirati tako, da ne bodo ponujale le vedno širšega prostora za svobodno izražanje in ustvarjalnost, temveč tudi spodbujale okus za lepoto v vseh njenih izrazih. Vzgajati za lepoto pomeni vključevati celotno področje senzibilnosti in čustvenosti, domišljije in ustvarjalnosti, sposobnost izražanja lastnih občutkov in čustev ter razumevanja izražanja drugih.«⁷⁰

⁶⁸ FABIO ATTARD, *Salezijanska mladinska pastoralna: referenčni okvir: dikasterij za mladinsko pastoralno: [tretja izdaja]*, Salezijanski inšpektorat, Ljubljana, 2014, str. 171.

⁶⁹ Prav tam, str. 172.

⁷⁰ Prav tam, str. 172–173.

14

SMERNICE ZA SALEZIJANSKO DRUŽBENO KOMUNIKACIJO

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

»Poklicani smo, da rastemo skupaj, v človečnosti in kot človeštvo. Pred nami je izziv, da naredimo kakovostni preskok, da bi zmogli živeti v kompleksni, večetnični, pluralistični, večverski in večkulturni družbi. Na nas je, da se vprašamo o teoretičnem razvoju in praktični uporabi teh novih orodij komunikacije in znanja.«

Poslanica papeža Frančiška za 58. svetovni dan sredstev družbenega obveščanja

Smernice za družbeno komunikacijo so podlaga, na kateri lahko posamezne inšpektorije in pokrajine načrtujejo svoje dejavnosti in projekte. V tem poglavju so ob upoštevanju digitalnega konteksta, umetne inteligence in različnih človeških, kulturnih in tehničnih vidikov digitalne komunikacije ter vizije Cerkve in Družbe na področju evangelizacije in vzgoje navedena nekatera področja za razmislek in temeljne teme.

Opisani so tudi organizacija, upravljanje in vodenje salezijanske družbe glede družbene komunikacije.

Dokument upošteva nove potrebe in izzive ki se danes pojavljajo na področju komunikacij, kot so strokovnost delavcev na področju komunikacij, posodobitev institucionalne komunikacije, načini sodelovanja v mrežah, strukturna organizacija v različnih tipologijah v inšpektorijah ter vprašanja zasebnosti in varnosti.

V tem zadnjem delu so predstavljene tudi praktične smernice za družbeno komunikacijo ob upoštevanju realnosti posamezne pokrajine, pri čemer je pozornost namenjena večkulturnosti. Vse to so nove zahteve, slogi in načini uresničevanja salezijanskega poslanstva v današnjem svetu.

- ➔ **Ob upoštevanju kulturne raznolikosti pokrajin**, sprememb, ki se dogajajo na področju komunikacije, in dinamičnosti procesov, v katerih poteka v posameznih inšpektorijah, je pomembno opredeliti, posodobiti in uresničevati družbeno komunikacijo tako na vrhovni kot na inšpektorialni ravni. To novo in poglobljeno obzorje mora izhajati iz vizije, ki vključuje svetopisemsko, teološko, cerkveno, salezijansko in pastoralno razsežnost. S tem temeljem in ob upoštevanju vzgojno-pastoralne in metodološke usmeritve vsaka inšpektorija in vsaka pokrajina pripravi in organizira družbeno komunikacijo v soglasju z inšpektorjem, njegovim svetom in ekipo za mladinsko pastoralo v inšpektoriji.
- ➔ **Namen teh smernic** je posodobiti, osvetliti in razširiti družbeno komunikacijo v inšpektoriji.
- ➔ **Ob upoštevanju digitalnega konteksta**, umetne inteligence ter različnih človeških, kulturnih in tehničnih vidikov digitalne komunikacije se nam zdi pomembno, da se v projekte na področju družbene komunikacije vključijo naslednja področja, in sicer z vizijo Cerkve in Družbe na področju evangelizacije in vzgoje:

– Področje evangelizacije

Evangelizacija je osrednja in najpomembnejša zaveza v salezijanski družbi. Gre za dinamičen in večplasten proces, katerega cilj je širjenje evangeljskega sporočila s sodobnimi komunikacijskimi sredstvi, pri čemer odgovarja na izzive in priložnosti sodobnega konteksta.

Zato ima naslednje posebne naloge:

- spremljati pripravo vsebin za evangelizacijo v sodelovanju z drugimi področji, z inšpektorji in delegati za družbeno komunikacijo ter njihovimi ekipami;
- spodbujati osnove in metodologijo za evangelizacijo v digitalni kulturi.

– Področje animacije

Ta sinergijski proces temelji na salezijanskem slogu delovanja, ki temelji na sodelovanju z laiki in uporabi ustreznih ciljnih orodij, tako tehničnih kot človeških. Cilj tega pristopa ni le učinkovito notranja ali zunanja

komunikacija, temveč tudi promocija evangelijskih vrednot in salezijskega poslanstva prek sredstev družbene komunikacije, umetne in generativne inteligence ter ne nazadnje tradicionalnih medijev.

Specifične naloge, ki jih opravlja v sodelovanju in tesnem stiku z inšpektorji, so:

- usklajevanje vseh medijskih podrobnosti v zvezi z obiski vrhovnega predstojnika in vrhovnega sveta;
- spremljanje in usklajevanje delegatov za družbeno komunikacijo;
- spodbujanje in preverjanje izvajanja inšpektorialnih načrtov za družbeno komunikacijo;
- skrb za obiske delegata ali osebja sektorja v inšpektorijah;
- spodbujanje in usklajevanje pokrajinskih in svetovnih srečanj delegatov za družbeno komunikacijo;
- spodbujanje in usklajevanje pokrajinskih ali svetovnih srečanj salezijskih organizacij in podjetij za komunikacijo: založnikov, radijskih postaj, tiskarn, Salezijskega vestnika, revij, spletnih strani, ustvarjalcev vsebin, digitalnih misijonarjev, video producentov, različnih umetnikov, glasbe in gledališča, srečanj, povezanih s komunikacijo z migranti in begunci ter za njih (Voices), različnih delavnic (Mobile Journalism).

– Področje upravljanja

Salezijansko upravljanje družbene komunikacije vključuje niz procesov, človeških odnosov, metodologij dela in operativnih korakov, potrebnih za izvajanje projektov in dejavnosti v organizaciji. Cilj tega področja je uresničevanje zastavljenih nalog, ki jih opredeljuje subjekt komunikacijskega menedžmenta. Gre za sinergijo raziskav, razvoja, logistike, financ in sredstev.

Prav celostno upravljanje je prednostni cilj salezijske družbe na področju družbene komunikacije. To ne pomeni le uskladitve dejavnosti družbene komunikacije med različnimi stvarnostmi organizacije, temveč tudi razvoj jasne in skladne strategije, ki upošteva izzive in priložnosti, ki jih prinaša konvergenca medijev.

Njegove posebne naloge so usmerjene zlasti v:

- usklajevanje zunanje in notranje institucionalne komunikacije,
- spodbujanje sodelovanja z institucijami, povezanimi s področjem komunikacij,
- izvajanje celotnega nabora komunikacijskih dejavnosti v svetovnem merilu.

– Področje institucionalne komunikacije

Institucionalna komunikacija v salezijanski družbi ima za svojo glavno nalogo spremljanje dejavnosti, namenjenih ustvarjanju in posredovanju informacij posameznikom, skupinam in skupnostim. Salezijanska družba upravlja tako zunanjo kot notranjo komunikacijo. S temi dejavnostmi se širijo poslanstvo, vizija, vrednote, cilji, informacije in projekti organizacije. Komunikacijski kanali se lahko razlikujejo prav tako kot naslovniki.

Notranja komunikacija zadeva prenos sporočil znotraj organizacije in je namenjena tistim, ki so del organizacije. Zunanje komuniciranje se nanaša na prenos informacij zunaj organizacije in je zato namenjeno širšemu krogu ljudi.

Za doseganje teh ciljev so podrobneje opredeljene posebne naloge:

- razviti ustrezno strategijo zunanje in notranje komunikacije za salezijansko družbo na svetovni ravni,
- usklajevati in spodbujati službe Družbe, za odnose z javnostmi,
- upravljati ANS (Salezijanska informacijska agencija) v sodelovanju z delegati za družbeno komunikacijo in dopisniki v inšpektorijah,
- promocija Salezijanskega vestnika (tiskan in digitalen),
- usklajevanje spletnih strani sdb.org in sdl.sdb.org,
- organiziranje razširjanja inšpektorialnih glasil in raznovrstne salezijanske informacijske produkcije,
- usklajevanje družbenih medijev Družbe, sektorja in ANS na svetovni ravni,
- obvladovanje izrednih razmer in organiziranje komunikacije v kriznih razmerah,
- spremljati Mednarodno komisijo za umetno inteligenco.

– Področje dela v mreži

Salezijanski slog vključuje delo v mreži, spodbujanje karizmatične identitete, vrednotenje ljudi in človeških odnosov, deljenje vizije in poslanstva, sprejemanje projektne naravnosti in vključevanje vzgojne skupnosti.

Spodbuja tudi sodelovanje z drugimi sektorji, kot so mladinska pastoral, misijoni, formacija, ekonomija in salezijanska družina.

Za izmenjavo projektov ter spodbujanje strokovnega in sinergijskega upravljanja se uporabljajo tehnologije, internet in družbeni mediji. Vse medijske dejavnosti na mednarodni ravni predpostavljajo široko sodelovanje s centri po vsem svetu.

Konkretne naloge so:

- na ravni regije organizirati mrežo delegatov za družbeno komunikacijo,
- pripraviti projekt družbene komunikacije pokrajine v skladu s predlogi sektorja za animacijo in upravljanje,
- oblikovati smernice za izobraževanje delegatov in ekip regij v okviru Šole za komunikacijo,
- ustvarjati medsebojno povezanost in sodelovanje z drugimi salezijanskimi mrežami,
- izvajati in spremljati vzpostavitev dela mreži v vseh sektorjih komunikacije Družbe po svetu,
- zagotoviti, da se vsebine, povezane z družbeno komunikacijo na svetovni ravni, pravilno arhivirajo v dobrobit celotne Družbe.

– Področje formacije

Zagotavlja izboljšanje in krepitev formacije novih salezijancev in laikov z jasno karizmatično, etično, tehnično in pastoralno identiteto, ki razumejo dinamiko digitalnega okolja in vizijo konvergentnega, sodelovalnega in mrežnega upravljanja.

Poudariti je treba, da je razvoj digitalnih spretnosti med salezijanci in sodelavci zelo pomemben. Poleg tega se področje kompetenc tako znotraj kot zunaj Družbe razširja na laike na področju menedžmenta in različnih procesov, povezanih s komunikacijskimi projekti.

Kot specifične naloge se izpostavljajo naslednje:

- podpirati integracijo programa začetne in stalne formacije za družbeno komunikacijo v različnih fazah v skladu s Konstitucijami, novim Ratio in dokumentom o družbeni komunikaciji,
- spodbujati letna mednarodna ali inšpektorialna srečanja o družbeni komunikaciji za gojence in vzgojitelje, ki vključujejo tudi različne skupine salezijanske družine in mlade,
- spodbujati oblikovanje in zbiranje primerne gradiva za usposabljanje na področju družbene komunikacije,
- organizirati delavnice o projektu mobilnega novinarstva v inšpektorijah.

– Področje produkcije

Produkcija gradiv na področju dejavnosti, povezanih z družbeno komunikacijo v salezijanski družbi, vključuje ustvarjanje široke palete vsebin in komunikacijskih orodij, kot so članki, videoposnetki, filmi, podcasti, fotografije, knjige, glasba, revije, grafike, infografike, tečaji, delavnice, družbeni mediji, spletne strani, aplikacije, komunikacijske platforme, prenos v živo, izobraževalna gradiva in še veliko več.

Velik pomen bo imela vzpostavitev mreže za promocijo in prepoznavnost različnih pobud, dogodkov, vsebin in izdelkov.

Posebne naloge tega področja so:

- skupaj z vrhovnim ekonomom usklajevati založbe ali tiskarne kot produkcijske centre krščanske in salezijanske kulture,
- spremljati multimedijske produkcijske centre,
- animirati multimedijska središča (kino, gledališče in kulturo na splošno),
- spodbujati dejavno sodelovanje salezijancev kot evangelizatorjev, vzgojiteljev in komunikatorjev v različnih sredstvih družbene komunikacije (internet, družbeni mediji, televizija, radio, tisk in drugi),
- spodbujati ustvarjanje različnih vsebin, namenjenih predvsem internetu in družbenim medijem,

- spodbujati pripravo in prevajanje strokovnih besedil ob upoštevanju najnovejših dosežkov na področju umetne inteligence.

– Področje profesionalizacije

To vključuje uporabo specializiranega znanja in izkušenj na področju družbene komunikacije za načrtovanje, izvajanje in vrednotenje strategij komunikacije.

Primerno je izbrati ustrezne komunikacijske kanale, dvigniti kakovost vsebine, opredeliti ciljne skupine (prejemnike), zaposliti usposobljene strokovnjake ter zagotoviti ustrezne tehnologije in orodja.

Cilj profesionalizacije je povečati vpliv, doseg in učinkovitost komunikacije v salezijanski družbi na mednarodni ravni ter tako podpreti uresničevanje salezijanskega poslanstva in vrednot po vsem svetu.

Njene glavne naloge so:

- spodbujanje posebne, akademske in tehnične priprave delegatov za družbeno komunikacijo in nekaterih sobratov, da bi lahko postali trenerji za družbeno komunikacijo,
- podpirati specializacijo nekaterih sobratov v inšpektorijah na področju družbene komunikacije,
- izvajati stalno formacijo laikov na področju družbene komunikacije,
- spremljati in podpirati digitalne vidike evangelizacije v posameznih inšpektorijah,
- razvijati komunikacijske strategije, ki podpirajo poslanstvo salezijanske družbe.

15

UPRAVLJANJE IN VODENJE

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

- ➔ **Pri sodelovanju za uresničevanje salezijanskega poslanstva je temeljnega pomena**, da se družbena komunikacija uresničuje prek procesov, korakov in projektov v okviru načrtovanja institucionalne komunikacije in sektorja za družbeno komunikacijo.

Kar zadeva notranjo komunikacijo, Direktorij animacije in vodenja Družbe ter načrt sektorja za družbeno komunikacijo usmerjata različne procese in postopke v skladu s pristojnostmi tistih, ki so za to neposredno odgovorni.

Na ravni eksterne komunikacije Družbe skrbi za različne dejavnosti, kot so odnosi z javnostmi ter skrb za institucionalno podobo in oglaševanje. K temu dodajamo pomoč vrhovnemu predstojniku in njegovemu svetu na svetovni ravni ter inšpektorjem in njihovim svetom na področju inšpektorije. Sodeluje tudi pri širjenju znanja o Družbi med cerkvenimi, vladnimi in civilnimi organi, da bi pomagali pri uresničevanju salezijanskega poslanstva.

- ➔ **Merila in smernice za upravljanje salezijanske komunikacije.** Nedvomno so za spodbujanje komunikacije odgovorni vsi, pri čemer na svetovni ravni deluje svetovalec za družbeno komunikacijo, na inšpektorialni ravni pa inšpektorji in delegati. Vse mora biti s sistemsko dejavnostjo, s skupnimi politikami in načrti vključeno v projekt animacije vrhovnega predstojnika in njegovega sveta ter v ONI. »Družbeno obveščanje presega ozke meje posamezne inšpektorije. Zato jo moramo dojemati

kot mrežo. Česar ni mogoče storiti s silami ene same pokrajine, je mogoče storiti s sodelovanjem več pokrajin.« (GVS 370, 41). »Te službe [...] naj bodo v povezavi in sodelovanju s centri drugih inšpektorij ter z vrhovnim svetovalcem za [...] družbeno obveščanje.« (Splošni pravilnik, čl. 31).

V tej smeri bodo morale države, konference ali regije, kjer bo to mogoče in primerno, organizirati skupine, strukture ali službe za izmenjavo, svetovanje in povezovanje za družbeno komunikacijo, ki bodo v službi inšpektorij. Te strukture in službe bodo urejene s konvencijami ali posebnimi statuti, o katerih se bodo dogovorile pokrajine ob sodelovanju pokrajinskega svetovalca potem, ko bo slišal mnenje vrhovnega svetovalca za družbeno komunikacijo.

Komunikacija se spodbuja, ko se izboljšajo komunikacijske kompetence posameznikov in institucij. To vrednotenje bodo morali usmerjati objektivni parametri ali kazalniki, ki bodo lahko merili indeks doseganja zelenih rezultatov, njegovo izvajanje pa bo moralo biti načrtano v skladu z naštetimi merili.

Ti procesi se bodo izvajali z udeležbo sodelujočih z namenom, da se oceni učinkovitost začelih načrtov in procesov ter se tako določijo nadaljnji koraki.

Edinstvena narava salezijanskega poslanstva kaže na možnost in potrebo po medsektorskih skupinah (npr. mladinska pastoralna, družbena komunikacija, misijoni), zlasti za olajšanje skupnega delovanja.

- ➔ **Kot Družba lahko računamo na informacijska orodja in izdelke**, kot je ANS (Salezijanska informacijska agencija) z mrežo dopisnikov v pokrajinah in inšpektorijah, službe za odnose z javnostmi, tiskovne urade, tiskovne predstavnike, Salezijanski vestnik, portale in spletne strani, dokumentacijske službe in arhive, pokrajinska glasila in raznovrstno informacijsko produkcijo.
- ➔ **Potreba po Akcijskem načrtu družbene komunikacije**. Na vrhovni ravni je treba pripraviti in imeti načrt, ki bo imel korenine v načrtu *Animacija vrhovnega predstojnika in njegovega sveta* z namenom ustvarjanja sinergije med inšpektorijami ter razvijanja sodelovanja med posebnimi formacijskimi in produkcijskimi dejavnostmi.

– Na ravni inšpektorije

Družbeno komunikacijo ureja načrt inšpektorije za družbeno komunikacijo, ki je vključen v ONI in ki upošteva posebne razmere v vsaki inšpektoriji ter poskuša v njej uveljaviti smernice Družbe za družbeno komunikacijo in splošnega načrta vrhovnega predstojnika in njegovega sveta za šestletno obdobje.

– Celostni pristop

Treba bo spodbujati vitalnost, dinamiko in salezijanski slog komunikacije, ki se kaže kot prečna razsežnost vzgojno-pastoralnega delovanja, kot samostojno področje poslanstva, kot dejavnost s svojimi značilnostmi ter kot edinstven in celovit komunikacijski sistem.

– Študij in raziskave

Razvoj in uresničevanje družbene komunikacije temeljita na analizi, raziskovanju, študiju in razmišljanju, ki jih dopolnjujejo vrednotenje, svetovanje, usposabljanje ter razvojne aktivnosti.

– Stalni svetovalni sveti

Na svetovni in pokrajinski ravni so bili ustanovljeni stalni sveti [konzulte] za družbeno komunikacijo, ki jih sestavljajo salezijanski in laiški strokovnjaki z različnih področij ali sektorjev, usklajujejo pa jih vrhovni svetovalec ali pokrajinski delegati za družbeno komunikacijo. Njihova naloga je poglobiti salezijansko pastoralno metodologijo družbene komunikacije ter jo postaviti v službo Družbe, Cerkve in širše družbe.

- ➡ **Nekatere smernice za salezijansko družbeno komunikacijo.** Pri vodenju, organizaciji in izvajanju družbene komunikacije v naših inšpektorijah in ustanovah je ključno začeti z vzgojo za medije kot orodja v splošnem vzgojnem procesu, kritičnim razumevanjem medijev ne le kot instrumentov, temveč kot jezika in kulture, uporabo medijev v kontekstu strokovnega usposabljanja, spodbujanjem umetniškega izražanja, kulturnih, glasbenih, športnih in pritočasnih dejavnosti, značilnih za salezijanski slog, celostno skrbjo za okolje, odprtostjo za oblike izobraževanja in evangelizacije, ki komunikacijo prepoznavajo kot nov prostor povezovanja mladih, ter z nenehnim prizadevanjem za oblikovanje skupnosti s skupno vizijo poslanstva, salezijanskega duha in projekta v vzdušju bližine in soudeležbe med salezijanci in laiki (prim. zlasti 24. VZ), vzgojitelji in gojenci.

Za spodbujanje edinosti v vse večji raznolikosti kultur in spreminjajočih se razmer je nujno ohraniti stalen dialog med centrom in inšpektorijami, da bi razumeli in upoštevali lokalne razmere in izzive ter hkrati ohranjali širši pogled na celotno področje Družbe. Prav tako bo nujno, da bo vrhovno vodstvo tesno povezano s konferencami in skupinami inšpektorij, da bi omogočilo načrtovanje lokalnih posegov v mreži in ne od zgoraj – ob sodelovanju centrov ter pokrajinskih in inšpektorialnih delegatov.

➡ **Kar zadeva animacijo in upravljanje komunikacije z zunanjimi**, je potrebno upoštevati nekatere pomembne, če ne celo ključne dejavnike:

- skrb za podobo in institucionalno promocijo Družbe,
- upravljanje podobe Družbe in institucionalnega oglaševanja,
- pomoč vrhovnemu predstojniku in njegovemu svetu na vrhovnem področju, inšpektorjem in njihovem svetu na inšpektorialnem področju pri obveznostih v odnosih z osebami, skupnostmi, ustanovami, mediji, javnimi dejavnostmi,
- spodbujanje prepoznavnosti Družbe med cerkvenimi, vladnimi in civilnimi organi, da bi podprli uresničevanje salezijanskega poslanstva,
- usklajevanje komunikacijskih sredstev za njihovo uporabo v podporo vzgoji mladih in širjenju Vesele novice,
- priložnost za izkoriščanje potencialnih področji za vstop v svet medijev, spoznavanje sredstev za komunikacijo, njihovo uporabo ter pozitiven vpliv na njihove vsebine,
- povezovanje in sodelovanje v cerkvenih in civilnih organizacijah, ki delujejo in se usklajujejo na področju družbene komunikacije,
- sodelovanje pri cerkvenih in družbenih dogodkih ter gibanjih na področju družbene komunikacije, ki so povezani z vzgojo in pastoralo.

➡ **Formacija salezijancev.** Pri formaciji salezijancev se upošteva, kar je zapisano v nekaterih temeljnih dokumentih, med drugim v 82. členu Splošnega pravilnika: »Salezijansko poslanstvo na lasten in izviren način usmerja in označuje izobraževanje sobratov na vseh stopnjah. Zato naj učni načrt uskladi zahteve znanstvene resnosti z zahtevami redovniško-apostolske razsežnosti našega življenjskega načrta. Posebno zavzeto naj se gojijo študij in stroke, ki obravnavajo vzgojo, mla-

dinskopastoralo, katehezo in družbeno obveščanje.« Nato smernice novega *Ratia* (*Oblikovanje don Boskovih salezijancev. Načela in določbe*), ozaveščanje in priprava sobratov, da bi lahko strokovno vstopili na področje družbene komunikacije, skupni dokument Dikasterija za formacijo in Dikasterija za družbeno obveščanje (2006) z usmeritvami za formacijo salezijancev na področju družbene komunikacije, vsebinami in metodologijo za različne faze formacije.

- ➔ **Pridobivanje podatkov in analiza podatkov o mladih.** Poleg osebne stika in poznavanja mladih pri lastnem delu ali na delovnem področju si prizadevamo za temeljito in dobro dokumentirano razumevanje njihovega nenehno spreminjajočega se sveta. Za izboljšanje poznavanja, večjo vključenost in boljšo usposobljenost služb je treba zbirati, analizirati in vključevati širok spekter informacij o mladih.

Hkrati si prizadevamo te informacije širiti v družbi, da bi oblikovali javno mnenje in ozaveščenost, ki bosta prispevali k politikam in ukrepom v korist mladih.

Za učinkovito animacijo in nemoteno delovanje Družbe kot organizacije je nujno zagotoviti stalno posodobljeno podatkovno bazo, ki omogoča hiter, praktičen in varen vpogled v stanje osebja, del in dejavnosti.

- ➔ **Postopki sistematizacije in digitalnega arhiviranja.** Informacije imajo pomembno vlogo pri digitalni hrambi, zato je treba razviti postopke na različnih ravneh, ki zagotavljajo dragoceno digitalno gradivo in omogočajo njegovo enostavno in varno shranjevanje. Poskrbeti je treba za različne digitalne procese za sistematizacijo in arhiviranje zgodovinskih ter kulturnih dokumentov Družbe, vključno s spisi, slikami (mirujočimi ali gibljivimi), zvočnimi pričevanji in predmeti. Ključnega pomena je tudi vzpostavitev učinkovitega upravljanja arhivov, knjižnic, muzejev in spomenikov.

- ➔ **Institucionalna podoba.** Institucionalno podobo je treba negovati z natančnimi in celovitimi informacijami, ki jasno izražajo družbeni pomen don Boskovega dela. Delamo na revnih območjih in za revne mlade. »Delamo med preprostim ljudstvom in za revno mladino. Vzgajamo jih za nravno, strokovno in družbeno odgovornost, tako da sodelujemo z njimi. S tem prispevamo k napredku skupine in okolja.« (K 33).

Kot redovniki aktivno sodelujemo pri pričevanju in prizadevanju Cerkve za pravičnost in mir. Ostajamo neodvisni od vseh ideologij in strankarskih politik, zavračamo vse oblike revščine, nepravičnosti in nasilja ter se povezujemo s tistimi, ki gradijo družbo, ki spoštuje dostojanstvo in vrednost vsakega človeka.

»Napredek, ki se mu posvečamo v evangelijskem duhu, uresničuje osvobajajočo Kristusovo ljubezen in je znamenje navzočnosti Božjega kraljestva.« (K 33).

- ➔ **Upravljanje komunikacije v kriznih razmerah zahteva visoko stopnjo profesionalnosti in strateški pristop.** Ta ne vključuje le reagiranja na neugodne dogodke, temveč se osredotoča na predvidevanje možnih scenarijev, vzpostavitev jasnih protokolov in analizo tveganj. Ključno je namreč predvideti različne scenarije, oblikovati jasne protokole ter zagotavljati pregledno in dosledno komunikacijo skozi celoten proces. Eden od ključnih elementov upravljanja komunikacije v kriznih razmerah je hitrost in učinkovitost odziva. Pravočasno ukrepanje in preglednost informacij sta ključna za uspešno obvladovanje krize. To pomeni, da je treba biti pripravljen na takojšnje ukrepanje ob soočanju s kritičnimi situacijami ter zagotoviti točne in posodobljene informacije. Nemotena komunikacija pomaga ohranjati zaupanje in verodostojnost organizacije tudi v najbolj zahtevnih trenutkih.

Upravljanje komunikacije v kriznih razmerah zahteva temeljito razumevanje organizacijskih vrednot in kulture. V tem kontekstu mora biti komunikacija empatična in takojšnja, kar vključuje uskladitev sporočil in ukrepov z temeljnimi načeli in vrednotami organizacije.

- ➔ **Usposobljenost in strokovnost.** Nujno je okrepiti in strokovno usposobiti informacijske strukture, orodja in izdelke. Posebno je treba izpostaviti:
- ANS (Salezijanska informacijska agencija) z mrežo dopisnikov v pokrajinah in inšpektorijah,
 - službe za odnose z javnostmi, tiskovne urade, tiskovne predstavnike,
 - salezijanski vestnik,
 - portale in spletne strani,
 - dokumentacijske službe in arhive,
 - inšpektorialna glasila in raznovrstno salezijansko informacijsko produkcijo,

- platforme in tehnološka komunikacijska sredstva, ki omogočajo večjo hitrost, ekonomski in energetski prihranek ter stalen in osebni dostop do informacij.

➡ **Uredniška politika.** Vzgojno delo don Boska nosi pečat njegove pisateljske in založniške dejavnosti. Kot avtor je ustvarjal nabožna, vzgojna, izobraževalna in šolska besedila. V podporo svojim založniškim dejavnostim je ustanovil Družbo za širjenje dobrega tiska ter odprl Tiskarno Oratorij v Valdoccu.

Salezijanske založbe so podjetja, ki so tesno povezana s kulturnim, družbenim in političnim življenjem ljudi, zlasti mladih iz preprostega ljudstva. Odprte so za kulture dežel, v katerih delujejo, da bi jih dojele in v njih utelešale evangeljsko sporočilo (prim. K 7).

S svojim delovanjem omogočajo prisotnost kongregacije v družbi, šolah in kulturi, pri čemer prevzemajo aktivno vlogo v procesu evangelizacije in kateheze. Svojo uredniško politiko oblikujejo v skladu z odnosi med vero in kulturo, kakor jih razlaga cerkveno učiteljstvo. Priznavajo pristnost človeških vrednot, njihovo avtonomijo in njihov pomen za vero; hkrati zavračajo vse oblike integralizma.

Predstavljajo vzgojno navzočnost in ustvarjalce kulture, pri čemer posebno pozornost namenjajo ljudski in humanistični razsežnosti v skladu z don Boskovo ter salezijansko vzgojno in pedagoško tradicijo.

Salezijanske založbe delujejo na področju vzgoje, evangelizacije, kateheze, duhovne formacije in izobraževanja. Poudarjajo pomen širjenja evangeljskega sporočila, podpirajo proces odkrivanja in rasti vere, omogočajo povezovanje vere in kulture ter razvijajo kritično, estetsko in moralno občutljivost; hkrati spodbujajo odprtost do vere.

➡ **Podjetniške strukture komunikacije.** Po don Boskovem zgledu, ki je svoji založniški dejavnosti zagotovil podjetniško stabilnost, in v skladu z zahtevami Splošnega pravilnika 31, so salezijanske založbe ustanovljene na varni pravni in ekonomski podlagi. Tako kot za vsako drugo delo inšpektorije inšpektor s svojim svetom določi: pravno strukturo založbe v skladu z zakoni, ki veljajo v državi, pravno osebo, ki je lastnik založbe, predmet njene dejavnosti, njeno organizacijsko strukturo, pri čemer natančno opredeli vloge, pristojnosti in naloge.

Inšpektorija opravlja tudi svoje stalne dolžnosti nadzora in usmerjanja. Upravni odbor založbe v uradnem dokumentu opredeli temeljne vrednote, smernice za odločanje, politike, ukrepe, namen, tj. temeljni

razlog za obstoj založbe, poslanstvo in cilje, ki jih je treba uresničevati. Podjetje razvija premišljeno in smiselno strategijo, ki omogoča uresničevanje zaupanega poslanstva. Z analizo svojih prednosti, slabosti, finančnih in človeških virov ter inovacijske sposobnosti določi svoj ciljni in tržni prostor, opredeli osnovno dejavnost ter pripravi strateški, finančni in marketinški načrt. Prav tako določi svojo organizacijsko shemo in opis delovnih mest, ki vključuje jasna vprašanja: kdo, kaj, kdaj in kako opravlja naloge.

➔ **Salezijanske spletne strani.** Za salezijansko spletno stran lahko določimo tri osnovna jedra: identiteto, namen in naravo spletne strani. Identiteta salezijanske spletne strani je karizmatična in institucionalna ter jo lahko opredelimo na naslednji način:

- poslanstvo (odrešenje mladih), sklicevanje na don Boska in njegov lik, izraz salezijanski, določen slog, navdihnjen s preventivnim sistemom, občutek za skupnost in način njihovega oblikovanja. Raven pripadnosti institucionalni identiteti se razlikuje glede na značaj spletnega mesta: lahko gre za uradno stran Družbe, pokrajine ali inšpektorije ali pa za spletno stran ustanove, področja ali tipično salezijanske dejavnosti.
- Konkretni elementi, kot so logotip in različne povezave (linki), prispevajo k izražanju te pripadnosti. Uradna spletna stran naj vključuje povezavo na portal Družbe, pri čemer je njen temeljni cilj vedno pričevati o svoji krščanski in evangelizacijski identiteti. Njen namen je animirati, oblikovati, izobraževati, obveščati (novice, videoposnetki ...), ohranjati (dokumenti, slike, zvoki ...), oglaševati (izogiba se pretirani samoreferenčnosti). Nenehen razvoj zahteva celostni pristop, ki vključuje oblikovanje, ikonografijo, tehnične spretnosti, interaktivnost, dostopnost ter sposobnost enostavnega upravljanja vse bolj kompleksnih spletnih strani z uporabo sodobnih digitalnih orodij.

➔ **Salezijanske radijske in televizijske postaje.** To so radijske ali televizijske postaje, ki v salezijanskem slogu evangelizirajo mladinsko in ljudsko kulturo, vzgajajo, usmerjajo, obveščajo in vključujejo. Med njihovimi ključnimi cilji izstopajo: spodbujanje društvenega delovanja ter vključevanje mladih in širših družbenih slojev, razvijanje kritičnega razmišljanja za boljše razumevanje in vrednotenje družbene stvarnosti, širjenje človeških in krščanskih vrednot v družbi, izvajanje vzgojnih, kul-

turnih in pastoralnih programov, ki skozi etično in kakovostno vsebino krepijo kulturo, izobraževanje in vero, produkcija specializiranih programov s salezijansko identiteto, utemeljenih v preventivnem sistemu z ustvarjalnim pristopom in uporabo ustreznih virov, ter spodbujanje salezijanske poklicnosti v vseh njenih izraznih oblikah.

Zato je treba:

- informirati, vzgajati in evangelizirati mlade ter preprosto ljudstvo z uporabo radijskega jezika, pripravljati in podpirati mladinske oddaje, radijske in televizijske postaje s salezijanskim vzgojnim slogom, pri čemer je ključno spodbujati in vključevati mlade, širiti verodostojno informacije, ki ponujajo temelje za konstruktivno kritiko družbe, v sporočilih dati prostor temam socialne pravičnosti ter kampanjam za zaščito in spodbujanje človekovih pravic. Za doseg te ciljev je bistveno zagotavljanje ekonomske vzdržnosti radijskih in televizijskih postaj s skrbnim upravljanjem, lokalno podporo in mrežnimi projekti, profesionalna priprava in usposabljanje radijskega in televizijskega osebja v salezijanski karizmi, da se zagotovi evangelizacijska kakovost sporočila. V ta namen je potrebno načrtovati redna usposabljanja ter na vseh lokalnih ravneh in v okviru inšpektorije spodbujati sodelovanje v mreži s salezijansko družbo in Cerkvijo.

➡ **Družbena omrežja.** Družbena omrežja predstavljajo novo obliko komunikacije. Uporabljajo se predvsem za izmenjavo izkušenj in mnenj, vzpostavljanje stikov s prijatelji ter ohranjanje povezav z znanci v vse bolj digitalno povezanem svetu.

Imajo ključno vlogo v življenju mnogih ljudi, saj omogočajo spoznavanje novih oseb in krajev, takojšnje obveščanje o dogodkih, vzpostavljanje dialoga ter oblikovanje skupin z različnimi cilji in nameni.

Prek Facebooka, X, YouTube, WhatsAppa in številnih drugih družbenih medijev se med ljudmi po vsem svetu vzpostavljajo povezave, ki so bile še pred nekaj leti nepredstavljive. Z enim klikom lahko v trenutku izvemo, kaj se dogaja na tisoče kilometrov stran.

Poleg tega spletne platforme prinašajo velike prednosti uporabnikom, ki postanejo tako potrošniki kot tudi proizvajalci informacij, saj so praktično dostopne vsem. Na družbenih omrežjih so vsi uporabniki hkrati ustvarjalci in akterji, stalno in sočasno vidni.

- ➔ **Usposabljanje salezijanskih in laičnih strokovnjakov.** Zavedati se je treba prednostne naloge usposabljanja salezijanskih in laičnih strokovnjakov na področju komunikacije. Za učinkovito komunikacijo v službi salezijanskega poslanstva je nujno začeti, podpirati in krepiti področja delovanja, animacije, formacije, informiranja ter produkcije.
- ➔ **Izvajanje salezijanske komunikacije na ravni Družbe in inšpektorije** zahteva premislek o ključnih področjih pozornosti in zavezanosti, da bi animacija in vodenje družbene komunikacije lahko celostno, konvergentno in strokovno izpolnjevala svoje poslanstvo.

16

ORGANIZACIJA SALEZIJANSKE KOMUNIKACIJE

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

➡ **Splošna koordinacija.** Za usklajevanje, organizacijo in spodbujanje komunikacije na vrhovni ravni skrbi svetovalec za družbeno komunikacijo, na ravni inšpektorije pa delegat za družbeno komunikacijo. Organiziranje vključuje opredelitev in strukturiranje dela, ki ga je treba opraviti, določitev ter dodelitev pripadajočih nalog in pooblastil ter vzpostavitev ustreznih medsebojnih odnosov za učinkovito skupinsko delo z namenom doseganja pričakovanih rezultatov.

V skladu z določili 23. VZ je inšpektor dolžan imenovati delegata za družbeno komunikacijo, katerega naloga je podpirati posamezne skupnosti pri razvoju različnih komunikacijskih stvarnosti, nuditi svojo strokovno podporo različnim sektorjem dejavnosti ter vzdrževati odnose z lokalnimi, cerkvenimi in civilnimi organizacijami (23. VZ, št. 259).

➡ **Podporne dejavnosti in njihove politike.** Zagotoviti je treba razpoložljivost in ustrezno vodenje osebja, virov in storitev, nujnih za delovanje družbene komunikacije v inšpektoriji. Podporne dejavnosti je treba izvajati v dogovoru z vrhovnim in/ali inšpektorialnim ekonomatom.

Pri vodenju osebja je treba upoštevati:

- podporo in razvoj človeških virov, ki omogoča usposobljeno, zanesljivo in motivirano osebje,
- stalno usposabljanje osebja za razvoj njihovih potencialov in njihovo ustrezno umestitev v delovno strukturo.

Upravljanje finančnih sredstev in premoženja:

- razpoložljivost, ustrezna uporaba in nadzor potrebnih sredstev,
- zaposlitev v skladu z zakonskimi zahtevami in veljavnimi pravnimi predpisi civilne družbe in Družbe,
- strokovnost postopkov,
- proračun, ki ustreza vsakemu načrtu.

Upravljanje storitev zadeva:

- organizacijo in metode dela tako, da se organizacijske strukture stalno posodablja in prilagajajo pričakovanim rezultatom v okviru, ki ga določajo konstitucije in predpisi Družbe,
- izmenjavo izkušenj in rezultatov med sektorji in področji Družbe,
- zagotovitev ustreznega delovanja računalniških sistemov, ki omogočajo varno in hitro podporo pri sprejemanju upravljavskih odločitev, ključnih za doseganje zastavljenih ciljev komunikacije,
- zagotovitev pravne podpore za zagotavljanje skladnosti z veljavno zakonodajo ter zaščito interesov Družbe na področju komunikacije.

Pri upravljanju jezikovnih virov in prevajanju je treba upoštevati:

- ohranjanje in zaščita salezijanske terminologije tako znotraj kot zunaj Družbe;
- zagotavljanje zvestega in razumljivega prevoda sporočil vrhovnega predstojnika in njegovega sveta ter drugih organov za animacijo, formacijo in obveščanje. Izraz zvest pomeni ohranitev pomena izvirnega jezika in konteksta, pri čemer se upošteva tudi razumljivost za bralce v njihovem kulturnem okolju;
- spodbujanje ustreznih standardov za besedila, ki jih objavlja vrhovno vodstvo, z namenom zagotavljanja jasnosti, doslednosti in razumljivosti sporočil.

➡ **Upravljanje dokumentarne dediščine.** Sektor za družbeno komunikacijo v sodelovanju s Centralnim salezijanskim arhivom upravlja dokumentarno premoženje Družbe z digitalizacijo in shranjevanjem besedil (TM) ter drugimi arhivskimi postopki.

Delegat za družbeno komunikacijo zagotavlja strokovno znanje in svetovanje centralnemu salezijanskemu arhivu ter drugim odgovornim za upravljanje dokumentarne dediščine Družbe.

Sektor za družbeno komunikacijo v tesnem sodelovanju z vrhovnim tajnikom in/ali vikarjem vrhovnega predstojnika skrbi za koordinacijo skupine prevajalcev ter nudi podporne storitve za učinkovito izvedbo njihove naloge.

Sektor za družbeno komunikacijo oblikuje in spodbuja smernice za slog, ki so primerne za različne situacije, na primer za vrhovno vodstvo ali za prevajalce, ki prevajajo v različne jezike.

17

VLOGE IN ODGOVORNOSTI ZA SALEZIJANSKO KOMUNIKACIJO

USMERITVE ZA RAZISKOVANJE IN DELOVANJE

➔ Vrhovni svetovalec za družbeno komunikacijo

TEMELJNA NALOGA

»Svetovalec za družbeno komunikacijo ima nalogo poživljati Družbo na tem področju. Pospešuje salezijansko delo na področju družbene komunikacije in zlasti na svetovni ravni usklajuje tovrstne centre in ustanove« (K 137).

Sektor za družbeno komunikacijo svoje vrednote utemeljuje v evangeliju, osebnosti svetega Janeza Boska in virih navdiha njegovega preventivnega sistema; hkrati se tesno povezuje z učiteljstvom salezijanske Družbe.

Da bi se ustrezno odzvali na vse večji pritisk medijev, je treba poudariti spremembe, ki se dogajajo. Te nove družbeno-kulturne zahteve, ki jih narekujejo očitni in konkretni znaki našega časa, morajo spodbujati način podajanja, ki je bogat z nauki in moralnimi načeli, zlasti s poudarkom na:

- zvestobi salezijanski karizmi v službi mladih;
- osebi, ki je vedno v središču komunikacije;
- povabilu Cerkve in Družbe, naj biva, evangelizira in vzgajata v digitalni kulturi s salezijansko identiteto;

- pomen konvergence pri skupnem upravljanju in vodenju, strokovnosti vodenja in organizacijski kulturi;
- dejavnem sodelovanju laikov pri skupnem vzgojnem, pastoralnem in upravnem vodenju komunikacije;
- mrežni miselnosti, etični in vzgojni uporabi umetne inteligence z vidika timskega dela ter večopravnosti, načrtovanje in konvergentno miselnost.

SPECIFIČNE NALOGE

- **Animirati in usmerjati institucionalno-informacijsko, izobraževalno in pastoralno komunikacijo** na sinodalen, celosten in vključujoč način z izvajanjem jasnih politik, učinkovitih procesov, načrtovanjem, implementacijo in preverjanjem projektov.
- **Širiti vrednote in vizijo salezijanske družbene komunikacije:** v središče postaviti osebo in njeno formacijo pred sredstvi, spodbujati pozitivno vizijo človeka, ceniti bratsko občestvo med posamezniki kot poklicanost, vzpostaviti pristnost v osebnem in skupnostnem življenju kot verodostojen temelj za komunikacijo.
- **Spremljati in podpirati salezijansko družbo na področju družbene komunikacije,** ob upoštevanju digitalne preobrazbe, v službi poslanstva, kot je navedeno v Splošnem pravilniku 31–34.
- **Spodbujati zavedanje, da je treba biti komunikator salezijanske identitete in karizmatične zvestobe.** Ta kompetenca se mora praviloma uresničevati v redovnih skupnostih, v krajih poslanstva, s tradicionalnimi in digitalnimi komunikacijskimi sredstvi (K 43).
- **Animirati ravnatelje in odgovorne za centre in strukture za družbeno komunikacijo,** da bi delovali z vzgojno, strokovno in mrežno vizijo, in sicer z uporabo družbenih omrežij in medijev.
- **Usklajevanje področij, iz katerih je sestavljen sektor za družbeno komunikacijo:** evangelizacija, animacija, upravljanje, institucionalna komunikacija, formacija, produkcija, profesionalizacija, mreženje.
- **Spodbujati komunikacijske in marketinške dejavnosti,** da bi zagotovili prepoznavnost in kohezijo, ki se dejansko osredotoča v celotno institucionalno komunikacijo in produkcijo vsebin v salezijanski družbi.

- Spremljati usposabljanje in animacijo delegatov za družbeno komunikacijo, ravnateljev centrov za družbeno komunikacijo, založb, Salezijanskega vestnika, radia in drugih ustanov.

➔ Ekipa sektorja za družbeno komunikacijo

Ekipa, ki sestavlja ta sektor, ima specifične naloge sodelovanja z vrhovnim svetovalcem.

Zlasti mora:

- sodelovati z vrhovnim svetovalcem pri spodbujanju družbene komunikacije,
- stalno sodelovati pri vsem, kar zadeva cilje sektorja za družbeno komunikacijo,
- opravljati naloge, ki jih dodeli svetovalec v službi sektorja, kot so ANS, tiskovni urad, italijanski Salezijanski vestnik, salezijanski vestniki, spletni portal, dokumentacija in arhiv, fotografske storitve.

➔ Svetovna konzulta za družbeno komunikacijo

Člani ekipe, različni salezijanci in laiki, strokovnjaki na različnih področjih animacije in usposabljanja, informiranja in poslovanja, stalno sodelujejo s sektorjem s svojimi študijami in nasveti, odgovarjajo na prošnje, vendar s proaktivno držo ponujajo tudi spontane predloge.

Njihov prispevek je zlasti:

- spremljati razvoj komunikacije Družbe,
- nuditi stalno svetovanje na področju komunikacije Družbe, zlasti sektorju za družbeno komunikacijo,
- nuditi smernice in pripomočke za stalno posodabljanje,
- stalno svetovanje v zvezi s komunikacijo Družbe, zlasti sektorju za družbeno komunikacijo.

• Pokrajinski, narodni delegati in/ali konference

V tesnem sodelovanju s centralo in v skladu z načelom subsidiarnosti se pokrajinski, narodni delegati in/ali konference zavezujejo, da bodo:

- spodbujali sinergijo in sodelovanje med inšpektorijami na področju družbene komunikacije in njegovih različnih dejavnosti, z odprto strateško vizijo celotnega poslanstva in Družbe,
- opravljali naloge, ki so jim zaupane z ustanovnimi akti ali konvencijami pokrajinske delegacije ali konference,
- vzdrževali tesno povezavo in sodelovali z vrhovnim svetovalcem za družbeno komunikacijo in s sektorjem,
- spodbujali pripravo in izvajanje skupnega načrta delovanja in sodelovanja v sektorju za družbeno komunikacijo v skladu s splošnim programom pokrajine ali konference.

➡ Inšpektor s svojim svetom

Znotraj posameznih inšpektorij se inšpektor s svojim svetom zavezuje, da bo:

- spodbujal družbeno komunikacijo v inšpektoriji,
- skrbel za kakovost družbene komunikacije, jo preverjal znotraj in zunaj inšpektorije, med sobrati, s skupinami salezijanske družine, s cerkvenimi skupnostmi ter civilnimi in družbenimi institucijami, med skupinami inšpektorij in z vrhovnim svetom,
- imenoval inšpektorialnega delegata za družbeno komunikacijo,
- skrbel za organizacijo, vloge in naloge skupine ali komisije za družbeno komunikacijo,
- pripravljaj sobrate na vstop na področje tiska, kinematografije, radia in televizije,
- ustanavljal in krepil založniške centre za izdajanje in distribucijo knjig, pripomočkov in revij ter oddajniške in produkcijske centre za avdio-vizualne, radijske in televizijske programe,
- določil recenzente za publikacije, ki zahtevajo cerkveno presojlo.

➡ Inšpektorialni delegat za družbeno komunikacijo

Delegat je lahko salezijanec ali laik (moški ali ženska) in ima nalogo spodbujati družbeno komunikacijo v inšpektoriji v imenu inšpektorja:

- vlogo delegata naj bi opravljal za polni delovni čas;
- delati mora v sodelovanju z različnimi skupinami, ki sestavljajo strukturo v korist salezijanski mladinski pastorali za njeno izvajanje v inšpektoriji;
- posebej se usklajuje z delegati drugih sektorjev;
- v dogovoru z inšpektorialnim ekonomom najde ustrezno predstavniško funkcijo pri upravljanju podjetij za družbeno komunikacijo v inšpektoriji;
- delegat sodeluje pri pripravi in izvajanju inšpektorialnega načrta za družbeno komunikacijo;
- glede na možnosti animira in spremlja tiste, ki sodelujejo pri družbeni komunikaciji inšpektorije: inšpektorialni svet, salezijanske skupnosti, lokalne stike za družbeno komunikacijo, različna področja delovanja na področju družbene komunikacije;
- pomaga pri permanentni formaciji sobratov na področju družbene komunikacije;
- sodeluje v mreži z različnimi odgovornimi osebami na vseh ravneh v inšpektoriji, da bi uskladi dejavnosti, pri čemer poudarja salezijanske kriterije, navedene v prvem delu tega pripomočka: pri pripravi in izvajanju načrtov na različnih inšpektorialnih in lokalnih ravneh, pri spodbujanju procesov ter pri izvajanju programov in dejavnosti formacije, informacije in produkcije, pri čemer sodeluje z ekipo ali inšpektorialno komisijo za mladinsko pastoralo;
- prisoten je v organih za animacijo del, povezanih s produkcijo družbene komunikacije;
- bistveno je, da ima delegat pregled, ki mu omogoča dobro usmerjene posege za zagotavljanje ravnovesja in skladnosti med lokalno salezijansko komunikacijo in svetovno komunikacijo na naslednjih področjih: ANS (Salezijanska informacijska agencija), lokalne informacije (dopisniki), produkcija in razširjanje informacij v inšpektoriji in salezijanski družini.

➡ Skupina za družbeno komunikacijo (inšpektorialna komisija ali drugi organi)

Da bi spodbudili in prispevali k razvoju ter učinkovitemu delovanju družbene komunikacije v vsaki pokrajini, je smiselno oblikovati ekipo, ki bo:

- skupaj z delegatom in inšpektorijo aktivno prispevala k spodbujanju in razvoju družbene komunikacije,
- delovala kot usklajena ekipa v organiziranem sistemu ter kontinuirano sodelovala pri vseh vidikih poslanstva sektorja za družbeno komunikacijo,
- sodelovala pri oblikovanju in izvajanju načrta inšpektorije za animacijo, formacijo in posvetovanje na področju družbene komunikacije,
- podpirala delo delegata z zagotavljanjem informacij, analiz, izmenjave izkušenj, strateškega načrtovanja in preizkušanja novih pristopov,
- opravljala naloge, ki ji jih zaupa inšpektor ali delegat za vodenje različnih dejavnosti, ter sodelovala pri dogodkih in organizacijah na področju družbene komunikacije,
- spodbujala družbeno komunikacijo kot sredstvo za vzgojo in evangelizacijo mladih ter delavskega razreda.

➡ Tiskovni urad, ekipa in produkcija

Pomembno je organizirati tiskovni urad, ki skrbi za:

- vzpostavljanje in vzdrževanje aktivnih ter konstruktivnih odnosov s strukturami, posamezniki in mediji na lokalni ravni,
- oblikovanje salezijanske podobe z vidika kakovosti in obsega prisotnosti v medijih ter v javnem prostoru,
- sodelovanje na srečanjih različnih ravni – regionalnih, pokrajinskih in svetovnih – z namenom krepitev sinergij znotraj Družbe,
- usklajevanje dejavnosti z organizacijami na cerkveni, redovni, vladni in civilni ravni, ki delujejo na področju družbene komunikacije.

➡ Lokalni koordinator za družbeno komunikacijo

Vsaka skupnost in lokalna ustanova morata skrbno načrtovati, organizirati in usklajevati svoje dejavnosti na področju družbene komunikacije. Posebno pozornost je treba nameniti:

- spodbujanju učinkovite komunikacije znotraj lokalnega okolja,
- operativnemu vključevanju v skupino za mladinsko pastoralo pri vseh dejavnostih, povezanih z vzgojo mladih,
- sodelovanju z odgovornimi v drugih sektorjih za zagotavljanje usklajenega delovanja lokalne ustanove,
- sodelovanju k pripravi in izvajanju lokalnega načrta družbene komunikacije,
- animiranju vseh, ki sodelujejo pri družbeni komunikaciji ustanove – sveta VPS, salezijanske skupnosti, lokalne komisije za družbeno komunikacijo in različnih področij delovanja v tem sektorju,
- spremljanju načrtovanja in izvajanja procesov ter programov za usposabljanje, informiranje in produkcijo,
- vodenju lokalnega salezijanskega informacijskega centra, ki spodbuja produkcijo in širjenje informacij znotraj salezijanske ustanove in družine ter skrbi za sredstva, kot so lokalne novice in drugi posebni informativni izdelki,
- spremljanju delovanja lokalnih dopisnikov,
- upravljanju spletne strani in koordinaciji dejavnosti tiskovnega urada,
- vzdrževanju aktivnih in pozitivnih stikov s strukturami, posamezniki in sredstvi družbene komunikacije, ki delujejo na območju,
- spodbujanju salezijanske prepoznavnosti s poudarkom na kakovosti in obsegu prisotnosti v medijih ter tiskovnem prostoru,
- zagotavljanju lokalnih informacij ANS na ravni inšpektorije in širše ter strateškemu umeščanju informacij, ki nastajajo na tem območju.

➔ Agencija ANS (Salezijanska informacijska agencija)

Glavni cilji ANS, zadolžene za obveščanje in komuniciranje v imenu salezijancev, so:

- priprava salezijanskih informacij za oskrbo sredstev družbene komunikacije Družbe in postavitev lastnih medijskih izdelkov v službo salezijanskega poslanstva,
- podpora različnim organom Družbe (vrhovnemu predstojniku, vrhovnemu svetu, sektorjem, inšpektorijam itd.) pri učinkoviti uporabi informacij in komunikacijskih sredstev za doseg ciljev animacije in upravljanja,
- povezovanje članov Družbe, razpršenih po vsem svetu, in različnih skupin salezijanske družine z obveščanjem o njihovih stvarnostih,
- zaznavanje izzivov sodobne družbe ter pomoč Družbi, salezijanski družini in širši javnosti pri njihovem razumevanju in interpretaciji v skladu s salezijanskim poslanstvom,
- prispevanje h kakovosti informacijskih sredstev Družbe in salezijanske družine z izboljšanjem vsebin in njihove predstavitve,
- seznanjanje medijev, zlasti tistih, ki so blizu Cerkvi, in širše javnosti s stanjem Družbe in salezijanske družine v svetu ter posredovanje informacij o pomembnih dogodkih,
- ozaveščanje o problematikah mladih in vzgoje v svetu ter priprava in širjenje vsebin, ki nagovarjajo te izzive,
- komunikacija, ki sledi novim znanstvenim in metodološkim pristopom digitalne kulture in informacijskih tehnologij.

ANS deluje na dveh ravneh:

Svetovna raven: v Rimu in v tesnem sodelovanju z vodstvenimi organi Družbe ter salezijanske družine center agencije vzpostavlja ključne stike z mednarodnimi agencijami, svetovnimi podatkovnimi bazami, Vatikanom in vsemi salezijanskimi skupnostmi. V centru nastajajo vsi izdelki globalnega pomena, tako za notranjo kot zunanjo uporabo. Ti se nato bodisi neposredno distribuirajo končnim naslovnikom bodisi posredujejo inšpektorialnim delegatom, ki jih umeščajo v narodne informacijske medije.

Inšpektorialna raven: inšpektorialni delegat (inšpektorialni dopisnik) za družbeno komunikacijo v polnem sodelovanju z organi upravljanja inšpektorije vzpostavi stike z nacionalnimi agencijami in mediji, s tiskovnim uradom škofovske konference in s salezijanskimi skupnostmi v inšpektoriji.

Delegat (osebno ali prek drugega dopisnika) posreduje agencijskemu središču vse relevantne informacije iz inšpektorije ter v skladu z informacijsko politiko in po lastni presoji umešča v nacionalne agencije in medije informativne vsebine ali izdelke, ki jih posreduje agencija.

Poleg tega delegat, ki je odgovoren agenciji, pripravlja in razpošilja obstoječim medijem na svojem območju salezijanske informacije lokalnega pomena. Pri tem sodeluje z informatorji – salezijanci ali člani salezijanske družine – iz različnih ustanov, ki delujejo kot lokalni dopisniki.

Delegat prav tako skrbi za pripravo in distribucijo izdelkov ANS, kot so ANSfoto, tiskani mesečnik, spletna stran ANS ter drugi materiali, odvisno od potreb.

➡ Tiskovni urad ANS

Tiskovni urad ANS mora zlasti:

- ohranjati in gojiti stike z agencijami za obveščanje, mediji ter širšo javnostjo, delovati kot glasnik pri vprašanjih, povezanih z mladimi in vzgojo;
- skrbeti za prepoznavnost in zaščito imena Družbe ter salezijanskih dejavnosti ter jih po potrebi zagovarjati. Urad za stike z javnostmi je opredeljen kot služba znotraj ANS;
- organizirati in redno posodabljeni bazo podatkov o salezijanski stvarnosti, položaju mladih in vzgoji;
- spremljati tekoče informacije v medijih v zvezi s salezijanskim poslanstvom, jih interno posredovati neposredno zainteresiranim stranem ter pri teh vprašanjih sodelovati z mediji;
- vzpostaviti stike z agencijami in predvsem z novinarji, da bi jih obveščali o salezijanskem poslanstvu ter jih spodbujali k sodelovanju pri promociji vzgoje mladih;

- skrbeti za organizacijo vlog in funkcij;
- voditi načrt komunikacije in trženja podobe Družbe ali inšpektorije;
- vzpostaviti učinkovite kanale komunikacije med vodstvom Družbe ter medijskimi predstavniki in obratno.

Posebno pozornost je treba nameniti odnosom z javnostmi. Za to je treba:

- usklajevati uradne zadeve vrhovnega predstojnika in njegovega sveta z Družbo ter Družbe z zunanjim svetom na splošni ravni ter prav tako zadeve inšpektorja in njegovega sveta na inšpektorialni ravni. Vrhovni predstojnik ohrani odgovornost, ki jo lahko v posebnih primerih prenese na svojega vikarja, vrhovnega tajnika, uradnega tiskovnega predstavnika ali druge osebe – za uradne odnose vrhovnega sveta Družbe in njene stike z zunanjim svetom. To vključuje odnose z Apostolskim sedežem, Zvezo vrhovnih predstojnikov (USG), drugimi inštituti in kongregacijami, različnimi ustanovami in organizacijami tako na cerkvenem kot civilnem področju, zlasti pa za izjave ali stališča, ki jih Družba sprejme.
- Inšpektor s svojim svetom opredeli delovanje tega organa na ravni inšpektorije v sodelovanju s tiskovnim uradom.

➡ Salezijanski vestnik (revija Don Bosko)

Salezijanski vestnik je revija, ki deluje znotraj okvirov salezijanskega poslanstva, vendar je predvsem usmerjena k širši javnosti, ne zgolj k ustanovi sami. To pomeni, da izhaja iz resničnosti, ki jo danes živijo ljudje in Cerkev, ter ponuja salezijanski pogled na aktualna vprašanja, še posebej tista, ki se tičejo mladine in vzgoje.

Salezijanski vestnik izhaja v skladu s smernicami vrhovnega predstojnika in njegovega sveta v različnih izdajah in jezikih kot organ celotne salezijanske družbe, ne pa kot ločen organ za vsako deželo. Številne narodne ali pokrajinske izdaje so zasnovane tako, da na različnih kulturnih območjih utelešajo vrednote edinstvene salezijanske poklicačnosti.

Glavni cilji Salezijanskega vestnika so:

- širiti don Boskovega duha,

- seznanjati o salezijanskem delu in njegovih potrebah,
- povezovati in animirati različne skupine salezijanske družine,
- spodbujati poklice,
- omogočati rast salezijanskega gibanja in spodbujati sodelovanje v poslanstvu.

➡ Spletni portal

Spletni portal vrhovnega vodstva je »platforma«, ki omogoča brskanje po internetu in ponuja različne strani z določenimi nameni, orodji in storitvami, kot so izbira jezikov, iskalnik, zaščiteni prostor [intranet], povezave, klepet in druge specializirane vsebine, namenjene vzgoji mladih in evangelizaciji. Jasno se kaže potreba po učinkovitem upravljanju spletnih virov kot prostora za informacije, formacijo in izmenjavo, ki služi projektu animacije in vodenja Družbe, ki predstavlja vir informacij o salezijanski karizmi ter kot orodje za mobilizacijo Družbe v podporo mladim.

Kar zadeva upravljanje in razvoj spletnega portala, je za njegovo vodenje in vzdrževanje odgovoren sektor za družbeno komunikacijo:

- omogoča sodelovanje med centrom in inšpektorijami ter redno posodablja različna salezijanska spletišča,
- vzdržuje ustrezno strukturo ljudi in tehnoloških virov za interaktivno delovanje,
- usposablja ljudi za interakcijo,
- prevzema animatorsko vlogo v sodelovanju z drugimi salezijanskimi spletnimi skrbniki po vsem svetu,
- zagotavlja povezave z družbenimi omrežji in integracijo umetne inteligence.

➡ Dokumentacija in arhivi

Arhiv hrani 'zgodovinsko' dokumentacijo, torej gradivo, ki ni več v redni uporabi ali neposredno dostopno, vendar je na voljo na zahtevo. Pomembno je opozoriti, da:

- je glavni namen arhiva zbiranje, ohranjanje in zagotavljanje dostopa do dokumentacije, ki se nanaša na salezijansko karizmo, izkušnje in delo;
- na vrhovni ravni je odgovornost za Centralni salezijanski arhiv (CSA) dodeljena vrhovnemu tajniku;
- arhiv deluje v skladu s predpisi Centralnega arhiva.

➡ Fotografski arhiv

V zvezi s fotografskim arhivom velja spomniti, da:

- gre za prostor (fizičen in digitalni), kjer se hranijo fotografije, filmi ter zgodovinska in aktualna dokumentacija;
- oseba, odgovorna za ta arhiv, omogoča dostop do gradiva za publikacije, obveščanje in različno dokumentacijo;
- sektor za družbeno komunikacijo upravlja arhiv tega sektorja in njegovih različnih služb (ANS, Salezijanski vestnik, portal), in sicer kot podatkovno zbirko in tekočo referenčno dokumentacijo;
- sektor za družbeno komunikacijo lahko nudi svoje posebne pristojnosti vrhovnemu tajniku in odgovornim za različne oddelke Centralnega salezijanskega arhiva v zvezi s politikami in strategijami ohranjanja, zlasti tistimi, ki vključujejo tehnične in digitalne vidike.

➡ Inšpektorialno glasilo

Pomembno je, da se inšpektorialna glasila še naprej pripravljajo na različne načine in se prilagajajo specifičnim razmeram z namenom:

- širiti salezijanske informacije med salezijanskimi skupnostmi, vzgojnimi skupnostmi in v širši salezijanski družini s ciljem spodbujanja občestva, izmenjave izkušenj, krepitve občutka pripadnosti ter spodbujanja prenove;
- pripravljati informacije, ki služijo animacijskemu načrtu inšpektorije ter se nanašajo na različne sektorje vzgojno-pastoralne dejavnosti.

➡ Centri za formacijo

Centri za formacijo na področju komunikacij, ki so prisotni in vodeni v okviru Družbe, imajo različne profile: univerzitetni (akademski) ali neformalni (s programi usposabljanja, ki se prilagajajo glede na obliko in časovni razpored).

Njihove naloge so:

- prispevati k salezijanskemu poslanstvu z izobraževanjem profesorjev, raziskovalcev, strokovnjakov in izvajalcev na področju družbene komunikacije, pri čemer je ključna harmonična povezava teoretičnega znanja in operativnih veščin;
- usmerjati se v skladu s posebnim salezijanskim VPN ter akcijskimi načrti, ki odgovarjajo na konkretne potrebe vseh uporabnikov, obenem pa se vključujejo v ONI.

➡ Sektor za družbeno komunikacijo spodbuja usposabljanje na področju komunikacij

Sektor za družbeno komunikacijo spodbuja medsebojno sodelovanje centrov za usposabljanje na področju komunikacij z naslednjimi usmeritvami in strategijami:

- sodelovanje s sektorjema za formacijo in mladinsko pastoralo;
- iskanje skupnih znanj in sodelovanja med fakultetami za komunikacijo v salezijanskih univerzitetnih ustanovah ter različnimi centri za usposabljanje;
- zagotavljanje formativnega odgovora na povpraševanje po izobraževanju in usposabljanju za družbeno komunikacijo tako za salezijance

BIBLIOGRAFIA

- BORDONI CARLO (ur.), *Il primato delle tecnologie. Guida per una nuova iperumanità*, Mimesis, Milano, 2020.
- BOZZOLO ANDREA, *I sogni di Don Bosco. Esperienza spirituale e sapienza educativa*, LAS, Rim, 2017.
- BRAIDO PIETRO, *Janez Bosko, duhovnik mladih, v stoletju svoboščin*, I – II, Salve, Ljubljana, 2019–2024.
- BRAIDO PIETRO, *Prevenire non reprimere. Il sistema preventivo di Don Bosco*, Istituto Storico Salesiano - Saggi 11, LAS, Roma, 1999.
- BROCARDI PIETRO, *Don Bosco profondamente umano, profondamente santo*, LAS, Rim, 2001.
- CARUSO LUCA, COSTA GIUSEPPE, MEROLA GIUSEPPE, *Giornalismo e religione. Storia, metodo e testi*, Libreria Editrice Vaticana, Vatikan, 2012.
- CASOLO FRANCESCO IN MELICA STEFANIA, *NEUROSCIENZE, CORPOREITÀ ED ESPRESSIVITÀ*, Vita e Pensiero, Milano, 2022.
- CENSIS, *XVI Rapporto sulla Comunicazione. I media e la costruzione dell'identità*, Franco Angeli, Milano, 2020.
- CERIA EUGENIO (ur.), *Biografski spomini sv. Janeza Boska*, Salve, Ljubljana, 2012–2023.
- CHALMERS DAVID J., *Più realtà. I mondi virtuali e i problemi della filosofia*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2023.
- COMMISSIONE INTERNAZIONALE DI STUDIO SUI PROBLEMI DELLA COMUNICAZIONE NEL MONDO, *Comunicazione e società oggi e domani. Il rapporto MacBride sui problemi della comunicazione nel mondo*, ERI, Torino, 1982.
- COSTA GIUSEPPE (ur.), *Editoria, media e religione*, Libreria Editrice Vaticana, Vatikan, 2009.
- COSTA GIUSEPPE, *Parole attorno ai media. Saggi, cronache e provocazioni*, Sciascia Editore, Caltanissetta, 2002.
- COSTA GIUSEPPE, PAOLUZI ANGELO, *Giornalismo. Teoria e pratica*, LAS, Rim, 2006.
- CUDDY AMY, *Presence. Bringing your boldest self to your biggest challenges*, Little Brown and Company, New York, 2015.
- DAL BEN PAOLO, *Nuovi media e identità digitale*, Pazzini, Rimini, 2022.
- DAMASIO ANTONIO R., *Descarte's Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*, Grosset/Putnam, New York, 1994.
- ESPOSITO ELENA, *Comunicazione artificiale. Come gli algoritmi producono intelligenza sociale*, EGEA S.p.A, Milano, 2022.
- FRANCESCO DI SALES, *Il Trattato dell'amore di Dio*, Prefazione, Città Nuova, Rim, 2011.
- GARDNER HOWARD, *Multiple Intelligences. The Theory in Practice*, Basic Books, New York, 1993.
- GOLEMAN DANIEL, *Emotional Intelligence*, Bantom Books, New York, 1995.

- GREGORY RICHARD L., COLMAN ANDREW M., *The senses in communication*, Longman Essential Psychology, London, 1995.
- GREGORY RICHARD L., *Eye and Brain, the Psychology of Seeing*, McGraw-Hill Book Company, New York-Toronto, 1996.
- HAN BYUNG-CHUL, *La crisis de la narración*, Herder, Barcelona, 2023.
- HAN BYUNG-CHUL, *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*, Einaudi, Torino, 2022.
- LAFUENTE JUAN JOSÉ BARTOLOMÉ, *Dios y su pueblo necesitan mediadores*, Editorial CCS, Madrid, 2023.
- LENTI ARTHUR J., *Don Bosco, storia e spirito*, I., LAS, Rim, 2017.
- LEVER FRANCO, RIVOLTELLA PIER CESARE, ZANACCHI ADRIANO, *La comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, Elledici-RaiEri-Pontificio Ateneo Salesiano, Rim, 2002.
- MARINELLI VINCENZO, *Francesco di Sales comunicatore. Ricostruzione della teologia della comunicazione salesiana e suo contributo per la prassi pastorale contemporanea*, PUL, Rim, 2019.
- MARTÍNEZ DÍEZ FELICÍSIMO, *Teología de la Comunicación*, BAC, Madrid, 1994.
- MENDES DOS SANTOS GILDÁSIO, *Don Bosco e la realtà digitale*, Elledici, Torino, 2023.
- PACCAGNELLA LUCIANO, *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino, Bologna, 2004.
- PASQUALETTI FABIO, AVATI COSIMO (ur.), *Reti Sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione*, LAS, Rim, 2014.
- PREDOTI ROCCO, *Identità dell'uomo digitale. Antropologia del linguaggio digitale e implicazioni catechetiche*, Cittadella Editrice, Assisi, 2022.
- RIVOLTELLA PIER CESARE, *Teoria della Comunicazione*, Editrice la Scuola, Brescia, 1998.
- SCHMUCKI ALBERT IN FORLANI DONATELLA (ur.), *La vita consacrata e il nuovo ambiente digitale. Sfide e opportunità formative*, EDB, Bologna, 2015.
- SIGMAN MARIANO, *El poder de las palabras*, 3. izd., Penguin Random House Grupo Editorial, Barcelona, 2022.
- SOLDÀ GIUSEPPE, *Don Bosco nella fotografia dell'800 (1861–1888)*, Società Editrice Internazionale, Torino, 1987.
- SPAVIERO PAOLO, *L'etica alla prova delle neuroscienze. Sfide e opportunità per la teologia morale*, Cittadella Editrice, Assisi, 2020.
- TALIA DOMENICO, *La società calcolabile e i big data. Algoritmi e persone nel mondo digitale*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2018.
- ZUBOFF SHOSHANA, *Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Luiss, Rim, 2019.

VSEBINA

Predstavitev	5
Uvod v novi dokument	9
1. Geneza komunikacije pri don Bosku	13
2. Komunikacija kot človeški in kulturni pojav	17
A Človeška in tehnološka dinamika v digitalnem svetu	19
3. Komunikacija z razločevanjem in sinodalnostjo	25
4. Prijateljska komunikacija, ki izhaja iz Božje ljubezni do nas.....	29
5. Jezus Kristus prijateljsko komunicira v Očetovem imenu.....	35
6. Bog še naprej komunicira z ljudmi prek Cerkve	39
7. Marija, zgled komunikatorja.....	43
8. Sveti Frančišek Saleški: vse za ljubezen	45
9. Prijateljsko življenje v današnji digitalni kulturi.....	47
10. Odnos med komunikacijo ter vzgojno in evangelizacijsko dejavnostjo	53
A Komunikacija v dialogu med evangelizacijo in vzgojo	56
B Komunikacija v dialogu s kulturo	59
C Interdisciplinarni pristop k dialogu z digitalnim svetom	59
D Komunikacija v salezijanski družini in povezovanje z laiki.....	62
E Metodologija salezijanske komunikacije	63

11.	Preventivni sistem – pastoralna in komunikacijska usmeritev	67
A	Preventivni sistem – salezijanska duhovnost in vir komunikacije	70
B	Komunikacija v digitalnem ekosistemu, utemeljena na preventivnem sistemu	72
12.	Krščanska antropologija, vir za etiko komuniciranja	77
A	Humanizacija komunikacije	79
B	Skrb za komunicirajočega človeka	82
13.	Srce in identiteta salezijanca komunikatorja.....	85
14.	Smernice za salezijansko družbeno komunikacijo	91
15.	Upravljanje in vodenje	99
16.	Organizacija salezijanske komunikacije	109
17.	Vloge in odgovornosti za salezijansko komunikacijo.....	113
	 Bibliografija	 127



salve

Nekomercialna izdaja



9 789612 892463