

COMUNICARE CRISTO OGGI: CONNETTERSI ALLA MENTALITÀ DEI MILLENNIALS E DELLA “GENERAZIONE Z”

Don Alfred Maravilla SDB
Consigliere Generale per le Missioni

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

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

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

I MILLENNIALS

Oggi i millennials hanno tra i 20 e i 41 anni circa. Hanno imparato ad usare la tecnologia e ne sono diventati dipendenti in un'età più precoce rispetto alle generazioni precedenti. I più giovani millennials non potrebbero nemmeno immaginare la vita senza smartphone e internet. Appartengono a una generazione che è estremamente connessa attraverso i social media. Vivono in un'epoca in cui un post può raggiungere innumerevoli persone e attraversare barriere linguistiche, culturali e geografiche. Questo ha creato in loro il desiderio di avere tutte le informazioni che vogliono e che forniscano risposte e feedback istantanei.

I millennials vogliono essere coinvolti avendo l'opportunità di condividere i loro pensieri poiché amano condividere le idee e scegliere la migliore. Vogliono essere parte della conversazione ascoltando e parlando. Quando le loro opinioni vengono ascoltate, si sentono apprezzati e saranno pronti ad impegnarsi in qualcosa di cui si sentono parte. I millennials vogliono che la loro fede sia olisticamente integrata nella loro vita, compreso l'ambito della tecnologia.



I millennials sono la generazione delle *app*. Le *app* sono diventate per loro uno strumento per comunicare,



COMUNICARE CRISTO OGGI: CONNETTERSI ALLA MENTALITÀ DEI MILLENNIALS E DELLA “GENERAZIONE Z”

Don Alfred Maravilla SDB

Consigliere Generale per le Missioni

elaborare informazioni, acquistare beni o anche leggere le Scritture e pregare. Sono esperti di tecnologia e usano le app fino a due ore al giorno. Desiderano essere scoperti. Sono ottimisti e vogliono condividere, preferendo comunicare con testi. Sono concentrati sull'“adesso” ma tendono ad essere idealisti.

LA GENERAZIONE Z

Oggi quelli della Generazione Z sono quelli che hanno 21 anni o meno. Sono i primi ad avere internet a portata di mano. Sono nativi digitali perché sono stati esposti a internet, ai social network e ai cellulari fin dalla più tenera età. Usano internet per socializzare senza distinguere gli amici che incontrano online da quelli del mondo fisico. Per loro, il mondo virtuale è tanto reale quanto il mondo in presenza. Sono sempre connessi; per loro non esiste più l'offline. Sono vigorosi contributori e grandi consumatori di contenuti online. Preferiscono i siti internet per comunicare e interagire con le persone, specialmente usando le immagini. Preferiscono partecipare e rimanere connessi tramite la tecnologia a portata di mano. Sono creativi, realistici e concentrati sul futuro. Hanno un'ampia consapevolezza su questioni ed eventi importanti e hanno un grande desiderio di cercare la verità. Ma vogliono scegliere e scoprire la verità da soli. Infatti, la ricerca della verità è al centro del loro comportamento tipico e dei loro modelli di consumo.



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

I SOCIAL MEDIA

È vero che i social media potrebbero in qualche modo ostacolare le relazioni interpersonali autentiche. Potrebbero anche essere usati come piattaforma per la distribuzione e l'accesso a materiali che potrebbero causare danni morali, sociali e spirituali. La verità della questione è che qualsiasi mezzo ha il potenziale per essere usato per il male. È vero che i social media sono stati usati, per esempio, per globalizzare populismi e per scatenare rivoluzioni come la primavera araba e le proteste dei gilet gialli in Francia. Eppure, i social media hanno anche permesso alle persone di rimanere connesse a livello globale, hanno dato a ciascuno di noi la capacità di aggiornarsi a vicenda su ciò che sta accadendo nelle nostre vite, di condividere idee potenti e di invitare le persone a conoscere Gesù Cristo. I social media sono diventati il nostro cortile virtuale. Perciò, è importante che passiamo dalla demonizzazione del mezzo, all'educazione dei giovani al suo uso corretto e allo sviluppo delle sue potenzialità per evangelizzare.

COMUNICARE CRISTO OGGI: CONNETTERSI ALLA MENTALITÀ DEI MILLENNIALS E DELLA “GENERAZIONE Z”

Don Alfred Maravilla SDB
Consigliere Generale per le Missioni



COMUNICARE CRISTO

La testimonianza credibile è una condizione importante per comunicare Cristo. Nel mondo virtuale, la testimonianza implica *visibilità* (manifestiamo in maniera visibile la nostra identità cattolica), *verità* (ci assicuriamo di essere portatori della verità e non di notizie false) e *credibilità* (le immagini che presentiamo rafforzano il messaggio che vogliamo comunicare). La fede deve essere presentata ai millennials e alla Generazione Z in modi nuovi e coinvolgenti. Questo, a sua volta, aprirà loro la possibilità di condividere la fede con i propri coetanei. Dovremmo resistere alla tentazione di bombardare i social media con messaggi e immagini religiose. Questo, in realtà, allontanerà un gran numero di giovani. Il *Primo annuncio* non riguarda le dottrine cristiane da insegnare. Si tratta di promuovere un'esperienza travolgente ed entusiasmante capace di suscitare il desiderio di cercare la verità e l'interesse per la persona di Gesù. Questa, eventualmente, porta ad una prima adesione a Lui, o alla rivitalizzazione della fede in Lui. Il primo annuncio è quella scintilla che porta alla conversione. Questa scelta per Cristo è il *feedback* del *messaggio*. Ad esso segue poi il processo di evangelizzazione attraverso il catecumenato e la catechesi sistematica. Senza il primo annuncio che porta ad un'opzione personale per Cristo, qualsiasi sforzo di evangelizzazione sarà sterile. Il primo annuncio è il fondamento della nuova evangelizzazione. Perciò, la sfida per ogni pastore-educatore salesiano, per ogni animatore giovanile, è quella di aiutare gli stessi millennials e la Generazione Z a creare sui social media contenuti basati sulla fede che possano suscitare nei loro coetanei un interesse a conoscere la persona di Gesù Cristo. Non si tratta di creare contenuti per i social media. Questa è una tentazione a cui bisogna resistere con forza. Il nostro compito è quello di formare e accompagnare gli stessi millennials e la Generazione Z in modo che possano creare per se stessi e per i loro coetanei contenuti basati sulla fede sui social media che possano risvegliare l'interesse a conoscere la persona di Gesù Cristo. Davvero, oggi i social media sono una piattaforma privilegiata per comunicare Cristo ai giovani. Sta a ciascuno di noi usarli con creatività missionaria!

PER LA RIFLESSIONE E LA CONDIVISIONE

- **Qual è la mentalità dei giovani nel mio contesto?**
- **Cosa posso aggiungere all'articolo o correggere, in base alla mia esperienza personale?**
- **Condivido una buona pratica nel mio contesto**
- **sul comunicare Cristo ai giovani utilizzando i social media.**



BIBLIOGRAFIA GENERALE

- BERLER, Thomas E., "Generation Z and Spiritual maturity", in *Christian Education Journal: Research on Educational Ministry*, 2020, vol 17 (I) 75-91.
- FRANCIS, Tracy, and HOFEL, Fernanda, "'True Gen': Generation Z and its Implications for Companies", *McKinsey & Company*, n.d.
- HOWARD GARDNER, KATIE DAVIS, *The App Generation. How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy, and Imagination in a Digital World* (New Haven: Yale University Press, 2013).
- "How To Connect with Today's Millennial Mindset", e-book published in 2021 by *Custom Church Apps*.
- PRANKASH, Gyan and JYOTSNA RAI, Yadav, "The Generation Z and their Social Media Usage: A Review and a Research Outline", in *Global Journal of Enterprise Information System*, 2017 vol 9 (2) 110-116.
- SMITH, Travis J., and NICHOLAS, Tommy, "Understanding the Millennial Generation", in *Journal of Business Diversity*, 2015, vol 15(I) 39-47.
- TRIFECTA RESEARCH, "Generation Z Media Consumption Habits. True Digital Natives", n.d.