



# **S ODVAHOU DONA BOSKA K NOVÝM OBZORŮM SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE**

List o komunikaci

*don Pascual CHÁVEZ Villanueva*

*přeložil: Ladislav Heryán*

Termín „sociální komunikace“ ...

## S ODVAHOU DONA BOSKA K NOVÝM OBZORŮM SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE

**Úvod. 1. Historický pohled.** Snaha o věrnost. Ocenit naši historickou paměť. Nová mentalita. Kulturní konverze. Naléhavá nutnost formace salesiánů. Organizační a institucionální odpověď. Další podněty na naší cestě. **2. Výzvy, které sociální komunikace vyvolává.** Technologický rozvoj. Mediativní novinky na technické a strukturální úrovni. Charakteristiky nové digitální kultury. Některé výzvy z hlediska výchovného. Některé výzvy z hlediska institučního. **3. Operační směrnice.** 3.1. Změna strategie. 3.2. Užitečné materiály. 3.2.1 Dopis dona Vecchiho o sociální komunikaci. 3.2.2 Salesiánský systém sociální komunikace. 3.2.3 Směrnice pro formaci salesiánů v oblasti sociální komunikace. **4. Závěr**

Řím, 24. června 2005

*Slavnost Narození sv. Jana Křtitele*

Drazí spolubratři,

píšu vám po slavnosti Panny Marie Pomocnice křesťanů, kterou jsem prožíval na Valdocco. Spolu s velkým počtem zúčastněných jsme zde provedli inauguraci doposud restaurovaných částí baziliky. Nejprve jsme slavili eucharistii, poté následoval kulturní program. Obnovená část baziliky nyní září světlem a všemi barvami. Mnozí z nás nikdy nemohli spatřit krásu její struktury a výzdoby, jež byly pohlceny časem. Jak jsem již učinil během oslav, chci využít tohoto dopisu a poděkovat všem provinciím, salesiánské rodině, občanským institucím, komunitám a mnohým dobrodincům za to, že lásku k Panně Marii projeví svým finančním příspěvkem.

V období po posledním okružníku jsem měl mnoho úkolů, zejména se uskutečnilo několik oblastních vizitací (*visita d'insieme*). Především jsme však prožili dvě události světového významu, které si zasluhují další komentář: nemoc, smrt a pohřeb Jana Pavla II. a konkláve, volbu a inauguraci pontifikátu Benedikta XVI.

V mém písemném svědectví den po smrti *Jana Pavla II.* jsem vyjádřil vděčnost a obdiv k některým rysům, které podle mého názoru učinily papeže Wojtylu jednou z nejdůležitějších postav XX. století a jednoho z největších papežů, takže jej již nyní můžeme titulovat přívlastkem „Veliký“. Jeho smrt se dotkla tolika osob, že to překonalo veškerá očekávání. Nebylo to vytvořeno médii, nýbrž média o tom podala zprávu. Opravdová záplava mužů a žen celého světa, různých vyznání, společenských tříd i věku zaplnila svatopetrské náměstí i přilehlé ulice, aby tak nepředstavitelným způsobem dosvědčila úžas, vděčnost, víru i církev. K tomu je třeba připočíst miliony lidí ve všech částech světa, kteří se účastnili obřadů a dalších událostí prostřednictvím médií.

Je paradoxem, že teprve smrt Jana Pavla II. vyjevila jeho velikost jako člověka, věřícího a pastýře. Jak prozradil jeho osobní sekretář poté, co bylo papeži ozná-

meno, že náměstí je plné mladých lidí, Jan Pavel II. jim na konci svého života vzkázal: „Navštěvoval jsem vás ve všech částech světa. Nyní jste vy přišli za mnou, a já vám za to děkuji.“ Tato slova by mohla platit pro všechny.

Zdálo se, že tělesná křehkost a nemoc, které ho sice zbavily slova, nikoli však pevné vůle dokončit Pánem svěřené poslání, ho učinily krásnějším, přitažlivějším a výmluvnějším. Přicházejí mi na mysl slova svatého Pavla Korint'ánům: „Víme přece, že bude-li stan našeho pozemského života stržen, čeká nás příbytek od Boha, věčný dům v nebesích, který nebyl zbudován rukama. Pokud jsme totiž v tomto stanu, sténáme pod těžkým břemenem, neboť nechceme, aby z nás bylo svlečeno naše pozemské tělo, nýbrž aby přes ně bylo oblečeno nebeské, aby to, co je smrtelné, bylo pohlaceno životem“ (2K 5,1.4).

Nyní žije v plnosti u Boha. Nezanechává nám pouze památku plnou vzpomínek, ale duchovní závěť svého svědectví lásky k Pánu Ježíši, církvi a člověku až do konce. Nám a zejména mladým zanechává poselství, které jsme si vzali jako program animace a řízení stávajícího šestiletí: „Drazí salesiáni, buďte svatí!“

Ve dnech opuštěného papežského stolce církev zintenzívnila své modlitby. Konkláve jako obvykle vzbudilo mnohá očekávání. Je to přirozené. Tentokrát však čekání bylo mnohem silnější než kdy jindy, a to již díky masivní přítomnosti médií a jejich vlivu skrze noviny, časopisy, televizní síť a internet. Mediální komunikace dokonce určovala program, priority a činnost nového papeže. Zúčastnění kardinálové nakonec zvolili toho, koho předem vybral Pán. Kardinál Josef Ratzinger si dal programové jméno *Benedikt XVI.*

Jeho první veřejné projevy a zejména homilie při inaugurační slavnosti nám umožnily spatřit papeže jasnozřivého, s hlubokou humanitní formací a širokým teologickým a kulturním rozhledem, který jde bez zbytečných řečí k podstatě věci a který je především člověkem a věřícím. Nelze se tedy divit, že necítil „potřebu předložit program svého řízení“, a že jeho základním postojem je „naslouchání Božímu slovu a jeho vůli“, že se chce nechat vést Pánem tak, aby „v této hodině našich dějin vedl církev sám Pán“<sup>1</sup>.

Presto však při vysvětlování symbolů petrovské služby – pallia a prstenu – jasně vyznačil výzvy dnešní doby: „vyvést lidi ven z pouště – z pouště chudoby, hladu a žízně, opuštěnosti, samoty, zničené lásky, zatmění Boha, prázdnoty duše bez žádného vědomí o důstojnosti a cestě člověka – do prostoru pro život, k přátelství s Bohem, k tomu, který daruje život v plnosti“; a „pomocí sítě evangelia lidi vyvést z mrtvého moře veškerého odcizení do země života, do světla Božího“. V tom spočívá služba pastýře a rybáře. A pokud se jako papež cítí být povolán uskutečňovat tento úkol v církvi, připomněl všem výzvu Jana Pavla II. před 26 lety: „Otevřete dokořán brány Kristu!“; a dodal: „Kdo nechá vstoupit Krista, neztratí nic, absolutně a opravdu nic z toho, co činí život svobodným, krásným a velikým.“

<sup>1</sup> BENEDETTO XVI, *Omelia per il solenne inizio del Ministero Petrino*, OR, 25.04.2005.

A tak tedy papeže Benedikta XVI. vítáme, přijímáme s láskou a doprovázíme jeho službu modlitbou. A podobně, jako by to učinil Don Bosco, mu slibujeme věrnost a spolupráci.

A nyní přistoupím k **tématu tohoto dopisu: „S odvahou Dona Boska k novým obzorům sociální komunikace“**. Někdo by se mohl zeptat, jak dopis o sociální komunikaci souvisí s myšlenkami a podněty, o kterých jsem ve svých dopisech psal doposud. K volbě mě přivedly různé důvody. Prvním a nejpodstatnějším byla skutečnost, že sociální komunikace je jednou z priorit salesiánského poslání (srov. S 6). Je tak důležitá, že poslední generální kapitula konečně rozhodla ustavit pro tuto oblast hlavního rádce. Dalším důvodem je 120 let od napsání dopisu Dona Boska z 19. března 1885 o „*Šíření dobrých knih*“<sup>2</sup>, který se pro kongregaci stal manifestem sociální komunikace. Posledním, spíše programovým důvodem, byl apoštolský list Jana Pavla II. *Rychlý rozvoj* (Rapido Sviluppo) z 24. ledna 2005. Jeho cílem bylo připomenout dekret II. ekumenického vatikánského koncilu *Inter mirifica*, který byl promulgován Pavlem VI. před více než čtyřiceti lety. Souhrn těchto faktorů mne tedy přiměl k pojednání o uvedeném tématu.

Vyjdou-li z toho, co jsem napsal v předešlých listech, mohl bych znovu dodat: svatost, která není viditelná, dosvědčovaná a čitelná, není k ničemu. Pokud by zasvěcený salesiánský život nebyl komunikován a nabízen druhým, byl by téměř zbytečný. Bezvýznamným by se dokonce stalo i setkání Dona Boska s Kristem, pokud by tuto jeho zkušenost nikdo neznal a předal dál. Naslouchání Bohu je vlastně autentické jedině tehdy, pokud je přetvořeno ve svědectví. Každé hlásání totiž přináší povolání k určitému životu a poslání k určité službě.

Vzpomínkou na dopis Dona Boska o dobrém tisku chceme vyvolat v mysli a nechat zaznít v srdci naléhavou výzvu našeho otce, kterou nám svěřuje „velice důležitou součást našeho poslání“, „jeden z hlavních cílů naší kongregace“, „jeden z naléhavých počinů“, který mu svěřila Boží prozřetelnost, jeden z nejlepších, a dokonce „božských“ prostředků k tomu, aby naše služba přinesla plody.

Tímto autentickým „odkazem“ svého pastoračního ducha chce Don Bosco probudit naše uvědomění, že pro splnění salesiánského poslání je úsilí na poli sociální komunikace nezbytně nutné. Jeho slova jsou mimo jakoukoli pochybnost a zužující interpretace. Hovoří k nám o „velice důležité součásti“, „hlavním cíli“, „naléhavém počinu“. Tím nejpřekvapivějším prvkem je však právě jeho jasné pochopení významu sociální komunikace v procesech obnovy jeho doby a jeho geniální rozhodnutí stát ve středu dění tohoto nového procesu. Tímto způsobem může poskytovat kulturní potravu mládeži a lidovým vrstvám, které jsou více než kdokoli jiný vystaveny riziku novot. Činit kulturní osvětu, nabízet hodnotné nástroje poznání a formace, dát příležitost k využívání volného času – to vše se mu zároveň stává příležitostí

<sup>2</sup> *Epistolario di S. Giovanni Bosco* (a cura di E. CERIA), vol. IV, pp. 318-321.

k účinné výchově a evangelizaci a k zapojení samotných mladých lidí jako apoštolů v šíření dobrých knih.

## 1. HISTORICKÝ POHLED

### Snaha o věrnost

Don Bosco psal se záplem pro spásu mládeže, který jej neustále hnal vpřed. Máme-li zachovat tohoto jeho ducha, před 120 lety nám nesvěřil pouze „šíření dobrých knih“, nýbrž nás vyzval k „věrnosti“, kterou musíme umět interpretovat a učinit ji „koordinovanou“ a „po všech stránkách komplexní“, abychom v naší době a v jakémkoli prostředí mohli účinně realizovat salesiánské poslání. Nemůžeme vychovávat a spolupracovat na uskutečňování Božího království bez vážného úsilí o *šíření křesťanský inspirované kultury* mezi mládeží i ostatními lidmi. Je třeba hledat účinné způsoby, jak zasévat a nechat kvasit „Boží myšlení“ mezi těmi, kdož jsou zasaženi „bezbožností a herezí“.

Don Boskova genialita v jeho úsilí o vydávání tiskovin je vyjádřena strategií vytvořit za pomoci publikací „uspořádaný systém“. Co to pro něj znamená? Nezanedbat žádnou stránku života a nikoho: vést ke ctnosti dobrou četbou, vštěpovat ducha zbožnosti, chránit před omyly, doprovázet ve šťastných obdobích života, dělat z mladých apoštolů mladých.

V dopise nacházíme velmi přesná rozhodnutí, které Don Bosco na poli tisku činil. Víme, jak mu záleželo na tom, aby byl v této oblasti „neustále na špici“. Žádá, abychom se i my snažili „koordinovat“ tento jeho plán, aby se stal „po všech stránkách komplexním“. Jedná se o náročný úkol a my musíme být schopni jej interpretovat s genialitou a účinností podle požadavků doby a místa, kde pracujeme.

Právě o to se kongregace svým úsilím o zachování věrnosti svému otci snažila. I my dnes jsme povoláni kreativně a účinně uskutečňovat tento úkol. Vodítkem k tomu je nám dopis z roku 1885, který vždy usměrňoval salesiánskou výchovu a pastorační a který Mimořádná generální kapitula nazvala „*velkou chartou* salesiánského působení na tomto poli“ (MGK 450).

Náš postoj byl v minulosti někdy poněkud obranný; snažili jsme se chránit před škodami, které by prostředky sociální komunikace mohly způsobit, a místo abychom je využívali, spíše jsme proti nim bojovali. To však přesto nezabránilo odvážným a dopředu hledícím hlavním představeným v zakládání knižních nakladatelství, které umožnily dílu Dona Boska pokračovat: stačí vzpomenout na založení SEI (Società Editrice Salesiana – Salesiánské nakladatelské společnosti) donem Rinaldim (1908) a LDC (ElleDiCi) donem Ricaldonem (1941). Jejich snahou nebylo pouze rozjet nakladatelství, ale také „připravovat spisovatele, formovat techniky, zdokonalovat a množit naše tiskárny a knihkupectví“. Stalo se tak nejen v Itálii, ale v celé kongregaci.

## Ocenit naši historickou paměť

Koncilní jaro a podněty dekretu *Inter Mirifica*, schváleného 4. prosince 1963, přivedly 19. generální kapitolu v roce 1965 k reflexi o prostředcích sociální komunikace, jejich důležitosti v našem apoštolátu, o jejich používání a fungování. Ukázalo se nezbytným připravit salesiány a specializované laiky tak, aby se mohla naše produkce v této oblasti zlepšit, mohla se účinněji realizovat pastorece mládeže a lidových vrstev, dalo se lépe spolupracovat s institucemi, asociacemi a dalšími subjekty zabývajícími se sociální komunikací (srov. GK 19, str. 171). Na generální kapitule v roce 1965, tedy před čtyřiceti lety, vyšlo najevo, že si kongregace doposud plně neuvědomovala dopad, který úsilí o používání prostředků sociální komunikace má, a bylo to vidět především na nedostatečném počtu kvalifikovaných odborníků na tomto poli. Ve smyslu koncilního dekretu se tedy dospělo k uvědomění nesmírné důležitosti prostředků sociální komunikace a nezbytnosti kvalifikovaného personálu pro jejich využívání na výchovné a pastorační úrovni. Od té doby jsme již urazili kus cesty, třebaže někdy zůstalo u odvážných slov bez uskutečnění v praxi.

20. mimořádná generální kapitula v letech 1971–72, ve světle nových pokynů církevního dokumentu *Communio et Progressio* s jejich pozitivním viděním nové éry médií, zdůrazňuje důležitost neobyčejného fenoménu prostředků sociální komunikace a ukazuje jejich velký vliv v dějinách a životě člověka. Aby se této jejich nesmírné moci nad člověkem nepodlehlo, kapitula vyžaduje silné angažmá na poli kultury a výchovy. Je třeba mladým lidem napomáhat, aby si této moci byli vědomi, dokázali se osvobodit od jejího vlivu a byli schopni svobodných a odpovědných rozhodnutí. Je nutno je na této cestě doprovázet k tomu, aby se i vzhledem k sociální komunikaci dovedli zralým způsobem rozhodovat a rozvíjet své osobní vlohy (MGK 458).

Nová perspektiva interpretace a chápání, pozorná reflexe církevního učení, zkušenost a pokyny Dona Boska v dopise z roku 1885 jsou základem směrnic v obnovených Stanovách, které byly definitivně schváleny 22. generální kapitulou v roce 1984. Podle nich je sociální komunikace privilegovanou cestou našeho poslání „vychovatelů k víře mezi prostými lidmi“ (S 6). Článek 43, s využitím hlubší reflexe 21.GK, označuje obor sociální komunikace za jeden z „prvořadých apoštolátních úkolů salesiánského poslání“.

21. generální kapitula z roku 1978 již pochopila a zdůraznila význam sociální komunikace (21.GK 148). V obnovených Stanovách, inspirovaných rovněž církevní reflexí dokumentu *Evangelii Nuntiandi* (45), se znovu účinným a Donu Boskovi věrným způsobem potvrzuje jeho naléhavá výzva. Stanovy zde kongregaci svěčují neobyčejně účinné „pole působnosti“ ve službě výchovy a evangelizace. Nejedná se o pouhý „prostředek“ nebo „souhrn nástrojů“, nejde o pouhou apoštolickou aktivitu

nebo jeden z jejích prvků, nýbrž o „hlavní cestu, kterou je třeba kráčet k plnému uskutečnění našeho úkolu jako vychovatelé – pastýři – hlasatelé (komunikátoři)“<sup>3</sup>.

Na této cestě kongregace k novému úsilí o uskutečňování odkazu, který proroky předznamenal a realizoval náš otec Don Bosco, nesmíme opomenout dva dokumenty, které podstatně přispěly k obohacení pozornosti a pozitivních snah na této cestě: jedná se o listy dona Viganò a dona Vecchiho o sociální komunikaci.

Již v roce 1977, ku příležitosti stoletého výročí založení Bollettino Salesiano, napsal hlavní představený don Luigi Ricceri list o významu a důležitosti salesiánských informací: *Le notizie di famiglia* (Rodinné zprávy). Upozorňoval zde na nezbytnost úsilí v oblasti informovanosti a všeho, co se vztahuje k sociální komunikaci. Péče o rozšiřování rodinných zpráv napomáhá k vytváření smyslu pro příslušnost a „radosti z vědomí, že jsme syny Dona Boska“. Uváděním ve známost toho, co se dělá, se vytváří pozitivní obraz a vzrůstá – jak říkával Don Bosco – počet dobrodinců lidstva. Byly to však především zmiňované listy dona Viganò a dona Vecchiho o sociální komunikaci, které reflexi a činnosti na tomto poli dodaly impuls, hloubku a systematičnost. K problematice pak rovněž podstatně přispěly 23. a 24.GK.

## Nová mentalita

List dona Egidia Viganò z roku 1981 *La comunicazione sociale ci interpella* (Sociální komunikace nás vyzývá)<sup>4</sup> interpretuje význam dlouhé reflexe 21.GK a staví před salesiány v činnosti na poli sociální komunikace silné provokace. Don Viganò zde salesiány vzhledem k sociální komunikaci vyzývá ke *změně mentality*. Sociální komunikaci nemůžeme ocenit, pokud se do této nové skutečnosti neponoříme. Nesmíme ji považovat pouze za něco, před čím je třeba se bránit. Musíme ji poznat a především využít. Musíme si to stále více uvědomovat; sociální komunikaci je třeba chápat jako skutečnost, která vychovává masy, utváří mentalitu a tvoří kulturu. Naše výchovné a evangelizační poslání je nutně zakořeněno v určité kultuře. Musíme tedy být pozorní k dynamismům současných kulturních proměn, aby naše přítomnost mohla být natolik silná, že bude schopna šířit naše životní vzory a hodnoty.

23. *generální kapitula* v roce 1990 si plně uvědomuje nové společenské a kulturní podmínky, ve kterých mají salesiánské komunity plnit své poslání. Musíme se naučit pozornosti k různým prostředím ve světě, ve kterém, díky snadné dopravě a komunikaci, mizí vzdálenosti, slévají se kulturní tendence i životní styly. Znamená to vnímat problémy a dokázat je přijímat, abychom byli solidární s podmínkami života mládeže (č.7). Zejména mládež je totiž silně ovlivňována jazykem a životní-

<sup>3</sup> *Il Progetto di Vita dei Salesiani di Don Bosco - Guida alla lettura delle Costituzioni*, Roma 1986, str. 363.

<sup>4</sup> Publikován v ACS 302, 1. října 1981.



mi styly médií. Dokáže je snadným způsobem využívat, třebaže toto jejich využití není vždy jednoznačně pozitivní (č. 63).

Abychom mohli mladé lidi doprovázet na jejich cestě víry a vstupovat s nimi do souladu, musíme hledat nové a účinné způsoby komunikace. Jako Don Bosco musíme být schopni „originálních způsobů apoštolátní práce pro obranu a utvrzování víry“ (S 43; 23.GK, 256). Na základě těchto situací a požadavků kapitula poukazuje na nutnost nového úsilí o používání sociální komunikace (SK) pro výchovu mladých lidí k víře. Je zapotřebí rozlišovat: na místní úrovni pečovat o schopnost používání SK v komunitách; na provinciální úrovni ustanovit osobu, která by komunitám v oblasti SK pomáhala; na ústřední úrovni je důležitá animace rádce pro SK ve formaci salesiánů a pro uskutečňování projektů schopných odpovídat na současné požadavky.

## Kulturní konverze

Opakované zdůrazňování důležitosti sociální komunikace y 24. *generální kapitulou* je jistě spjata s novou perspektivou charismatického sdílení mezi salesiány a laiky. Zapojení laiků do ducha a poslání Dona Boska vyžaduje zvláštní úsilí o komunikaci, jejímž cílem jsou lepší schopnost navazovat vztahy, aktivní přítomnost mezi mladými a kulturní a duchovní postoje nezbytné pro účinnou komunikaci. Přesto se však nejedná o reflexi pouze funkční. Kapitula si uvědomuje, že kulturní a společenská situace prochází hlubokými změnami, a že silný vliv sociální komunikace je něčím naprosto novým. Laici mohou v této oblasti být velkým přínosem.

Aby bylo možno sociální komunikaci plně docenit, kapitula uvádí iniciativy na různých úrovních, které v sobě spojují požadavky na formaci, organizaci a využívání této komunikace. Klade se důraz zejména na to, aby každá provincie, doprovázena hlavním rádcem vypracovala v této oblasti svůj plán sociální komunikace. Hlavní představený se svou radou je vyzván, aby se zabýval „operačním plánem, který by zhodnotil, podpořil a koordinoval sociální komunikaci jako významnou oblast naší činnosti a jednu z apoštolátních priorit salesiánského poslání (S 43)“.<sup>5</sup>

Ke skutečné *kulturní konverzi* vyzývá list hlavního představeného dona Juana E. Vecchiho z 8. prosince 1999: *La comunicazione nella missione salesiana* (Komunikace v salesiánském poslání).<sup>6</sup> Sociální komunikace proniká všude; jsou jí poznamenána všechna salesiánská díla; musíme umět zaujmout nová hlediska a všimnout si zejména toho, jak „prostředí ovlivňuje a působí na typické hodnoty salesiánského poslání a spirituality“ (str.16). Musíme být připraveni využít prostoru, které nám moderní techniky sociální komunikace otvírají, ponořit se do nich a ocenit možnost okamžité informovanosti po celém světě.

<sup>5</sup> 24.GK, č.137.

<sup>6</sup> Publikována v ACG č. 370, 8. prosince 1999.

Don Vecchi nás vyzývá ke zvážení nových hledisek, která mohou obohatit naše úsilí na poli sociální komunikace prostřednictvím spolupráce s laiky a pozornosti k prostředí, ve kterém působíme. Spolupráce s laiky stimuluje k integraci pohledů a zkušeností, které budou účinné natolik, nakolik budou plodem skutečné vzájemnosti a spojení sil. Pozornost k prostředí dále vyžaduje schopnost komunikace i mimo salesiánskou komunitu a spolupracovníky; podněcuje k otázkám, jak zkvalitnit salesiánskou přítomnost v našem okolí co do pozornosti k problematice mládeže a lidí na okraji; interpeluje nás k tomu, aby přítomnost výchovně pastoračního společenství byla skutečně přítomností význačnou, schopnou vzbuzovat nové iniciativy a zapojovat do nich další.

### **Naléhavá nutnost formace salesiánů**

Toto postupné ujasňování dosahu a významu sociální komunikace nás rovněž přivedlo k vědomí, že ze strany salesiánů je nutná odpovídající formace.

Dokument 21.GK, po inspirujícím pojednání o významu a hodnotě sociální komunikace, přísným tónem hodnotí situaci ohledně formace salesiánů. Hovoří o diletantismu a průkopnictví jednotlivců a „povážlivém nedostatku osob a skupin salesiánů schopných zpracovávat prostřednictvím nového jazyka sociální komunikace obsahy a poselství evangelizace přiměřené člověku naší doby. Zcela scházejí nebo jsou absolutně nedostatečné skupiny, které by reflektovaly, hledaly, zkoumaly a pracovaly na seriózních vědeckých základech“ (21.GK, čl. 151).

Nutnost formace, studia, zkoumání a organického plánování za účelem poskytnutí alespoň minimální kompetence spolupratřím zdůrazňuje ve svém dopise i don Viganò. Na tomto specifickém poli formace kongregace zaujala náročná postoje, které se projeví na současné Fakultě věd o sociální komunikaci (Facoltà di Scienze della Comunicazione Sociale) Salesiánské papežské university (UPS). Byly vytvořeny animační struktury na ústřední i provinciální úrovni; vznikly mnohé další iniciativy; vybavili jsme se novými prostředky a komunikačními kanály; nejsme však zatím schopni vybudovat nový areopag v konkrétních prostředích našeho života a působení.

Musíme ještě nalézt účinný způsob, jak se konfrontovat a vstoupit do nové kultury, dokázat sladit naše myšlení a činnost v jazycích a stylech komunikace, napomáhat k vytváření zralejší kritické a tvořivé mentality vzhledem k poselstvím, jazyku, postojům, chováním atd.

Don Vecchi (stejně jako před ním don Viganò) ve svém dopise zdůrazňuje nutnost odpovídajícího formačního procesu; pokud se naše kompetence nebudou v závislosti na změnách dále rozvíjet, dříve nebo později zůstaneme mimo. Proto se požaduje:

- *základní formaci*: naučit se číst a hodnotit to, co všichni obvykle používáme; jinými slovy, formovat se k umění dobře používat nové prostředky tak, abychom sami byli schopni kritické formace;
- *druhou úroveň formace pro animátory a další osoby činné ve výchově a pastoraaci*: ve svých výchovných a pastoračních rozhodováních musí být schopni integrovat kritéria sociální komunikace; nejedná se pouze o schopnost používání prostředků sociální komunikace, nýbrž také o inkulturaci, výchovu a pastoraaci v nové kultuře médií (ACG 370, str.24);
- *třetí úroveň formace pro odborníky*: v oblasti sociální komunikace je potřeba připravovat spolubratry, využívat naši univerzitní fakultu a posílat na ni spolubratry ke studiu.

S perspektivou odpovídající formace don Vecchi rovněž nabízí velmi důležité a objasňující praktické pokyny jak na úrovni komunit (str. 29–37), tak provincií (str. 37–43).

## Organizační a institucionální odpověď

Při těchto rozhodnutích generálních kapitol a hlavních představených ohledně sociální komunikace samozřejmě nezůstalo pouze u myšlenek, pěkných prohlášení a eventuálních počinů, ale dospělo se k formulaci stále organičtější a institucionálnízované odpovědi.

Na 22. GK v roce 1984 byl zřízen Odbor sociální komunikace (Dicastero della Comunicazine Sociale), a byl svěřen jednomu z členů hlavní rady. 8. prosince 1989 byl dále při naší Papežské salesiánské universitě (UPS) založen Institut pro sociální komunikaci (Istituto di Comunicazione Sociale, ISCOS) jako závazek spojený s oslavou stoletého výročí smrti Dona Boska a jako aktualizace charismatu našeho drahého otce, který byl velkým vychovatelem a člověkem komunikace (komunikátorem). V inauguračním projevu don Egidio Viganò zdůraznil: „Jsme přesvědčeni, že zřízením ISCOS – který se řadí k dalším již zasloužilým nebo nově vznikajícím katolickým institucím – sázíme na důležitou, třebaže skromnou kartu pro evangelizaci a výchovu mládeže i dospělých: napomáhat k rozvíjení schopnosti komunikace s moderní dobou, účinného dialogu s člověkem dneška.“<sup>7</sup>

Kongregace od tohoto nového díla očekává, že bude vysoce odborně formovat vychovatele a komunikátory salesiánské rodiny, odvážně bádát v celém oboru sociální komunikace s ohledem na její teologický a pastorační rozměr, studium společenských teorií médií, zkoušet metody výchovy v používání médií, nových jazyků katecheze a náboženské komunikace, produkovat náboženské a výchovné programy.

<sup>7</sup> Srov. F. LEVER, a cura di, *I programmi religiosi alla radio e televisione*, LDC, Torino 1991, str. 138.

Dnes se již ISCOS stal fakultou, což pro kongregaci a salesiánskou rodinu představuje závazek k tomuto novému úkolu připravovat odpovídající personál. Je jasné, že podpora fakulty takového významu vyžaduje spolupráci a spoluodpovědnost celé kongregace, a já zde na to apeluji.

23.GK poukázala na nutnost provinciálních delegátů pro sociální komunikaci, 24.GK pro tuto oblast zdůraznila požadavek provinciálních plánů a posílení animace provincie ze strany delegátů. Tyto dvě směrnice byly v některých provinciích uskutečněny dobře a s úspěchem, v jiných zatím tento úkol trvá.

Nedávna 25.GK se zabývala rostoucí důležitostí sektoru sociální komunikace při aktivitách salesiánské kongregace a v duchu již citovaného 6. a 43. článku Stanov se rozhodla ustanovit hlavního rádce, určeného výlučně pro tuto oblast. Projekt animace a řízení hlavního představeného a jeho rady věnoval ihned po kapitule tomuto sektoru patřičnou pozornost. Určil obecné cíle, procesy a opatření ve čtyřech oblastech: souhrnný pohled, animace a formace, informace a díla.

## Další podněty na naší cestě

Požadavky „nové mentality“ a „kulturní konverze“, ke kterým nás vyzvali předchozí hlavní představení, ještě nedávno znovu zopakoval Svätý otec Jan Pavel II. V již citovaném apoštolském listě *Rychlý rozvoj* z 24. ledna 2005 zdůraznil, že úsilí církve dnes nespočívá pouze ve snaze o používání médií, ale vyžaduje rovněž „integraci spásonosného poselství do ‚nové kultury‘, kterou mocné nástroje sociální komunikace vytvářejí a rozšiřují“ (RS, č.2).

To nepochybně znamená, že používání současných technik a technologií sociální komunikace je součástí poslání církve dnešní doby. Týká se nejrozličnějších oblastí jejího působení: náboženské informace, evangelizace, katecheze, formace odborníků v této oblasti, výchovy.

Přesto jsme si vědomi, že se dnes pojem sociální komunikace neomezuje na prosté používání médií; stal se již mocnou agenturou, která nabízí a předává formy života a chování jednotlivců, rodin i celých společností. Z tohoto důvodu nesmíme ignorovat – říká papež – že se „tato kultura nerodí nejprve z nějakého obsahu, nýbrž ze samotné skutečnosti existence nových způsobů komunikace doposud nepoznanými technikami a jazyky“ (RS, č. 3). Lidská existence se v této naší „epoše globální komunikace“ musí vyrovnávat s „mediálními procesy“. Z této konfrontace se rodí souvislosti mezi „formací osobnosti a svědomí, interpretací a uspořádáním citových vazeb, artikulací výchovných a formačních etap, vypracováním a šířením kulturních fenoménů, rozvojem společenského, politického a ekonomického života“ (č.3).

To vše představuje skutečnou výzvu především pro ty, kdo mají odpovědnost za formaci dětí a mládeže (č.7). I proto si musíme uvědomovat naši odpovědnost v oblasti sociální komunikace a uskutečnit „takovou pastorační a kulturní revizi,

abychom byli schopni odpovídajícím způsobem zvládnout epochální proměnu, v níž žijeme“ (č.8).

Abychom dokázali v současné mediální kultuře přijmout odpovědnost, papež nás vyzývá k „*rozsáhlé formační práci*, aby se média využívala uvědomělým a vhodným způsobem“ (č.11); k „*spoluodpovědné účasti* při jejich používání“ s apelem na „*kulturu spoluodpovědnosti*“ (č.11); k využití „*velkých možností médií* ke zprostředkovávání dialogu, jelikož se stávají nástrojem vzájemného poznávání, solidarity a míru“ (č.11).

Podobně jako v uplynulých desetiletích je pro nás i tento církevní dokument podnětem k tomu, abychom porozuměli novosti naší doby a rozhodovali se i v dnešní době v duchu a síle Dona Boska.

## 2. VÝZVY, KTERÉ SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE VYVOLÁVÁ

Jelikož chceme žít ve věrnosti Donu Boskovi a jeho charismatu a přijmout poslední apel Jana Pavla II. o sociální komunikaci z apoštolského listu *Rychlý rozvoj*, chtěl bych se nyní s vámi podělit o výzvy, které před nás mediální kultura v dnešní době staví. Budeme tak moci lépe definovat operační směrnice, kterými se s ohledem na uskutečnění našeho salesiánského poslání řídit.

### Technologický rozvoj<sup>8</sup>

Nahlížíme-li na komunikaci jako na komplexní systém, můžeme říct, že se zrození nové technologie neděje nikdy nezávisle na společenském kontextu, ve kterém hrají určující úlohu politické, ekonomické a kulturní faktory. Stejně tak je pravdou, že jakmile se nová technologie stane součástí obecného použití, dodává životu společnosti nový interpretační jazyk. Různá media v tomto smyslu napomáhají k nové formě interpretace života, a zároveň odhalují pojetí, které má člověk o sobě i o světě.

Například *knih* dala základ a podnět k individualitě tím, že upřednostnila logicko-lineární přístup a nadměrně zdůraznila racionalitu. I když je možné se v psaném textu pohybovat dopředu i zpět, vyprávění na sebe postupně navazuje a předpokládá spojení mezi tím, co bylo dříve a co přijde potom. Moc písma dává psanému textu primát co do přesnosti přenosu literárního, poetického, filosofického, teologického či politického obsahu. Něco, co se nedá tak snadno nahradit čistě obrazovým jazykem.

<sup>8</sup> Srov. F. PASQUALETTI, *New Media e cultura digitale. Una sfida all'educazione*, in *Orientamenti pedagogici*, vol. 51, leden – únor 2004.

*Televize* namísto analýzy upřednostňuje opakování, mýty namísto faktů. Jejím záměrem je představení. Je jako velký buben, který přivolává pozornost mnoha lidí na velké televizní náměstí, kde je spíše než souhlas jednotlivce požadován souhlas davu. Povídání a střídání obrázků pak produkuje neustálé okouzlení. Synchronizace v používání televize vytváří skupiny, které sdílejí společné emoce; mladí lidé se setkávají a diskutují o oblíbených programech, opakují v televizi slyšené fóry a průpovídky; dospělí si vyměňují názory v závislosti na tom, který program obvykle sledují. Síla televize spočívá v magii současného vidění obrazu a pohybu; všichni, kdo tomu přivyknou, jsou touto magickou krabicí očarováni.

Existují pak další *technologie s televizí související*. Ty propracovaly stále silnější a nezávislejší proces interakce zavedením operačních možností, které můžeme shrnout do slova *ovládání*.

*Analogický videorekordér* dal uživateli například možnost měnit místo a čas sledování programu, a kromě toho umožnil šíření videoprogramů do prostředí odlišných od místa výroby.

*Dálkové ovládání* umožnilo přepínání programů (*zapping*), které není pouhým blouděním mezi kanály, ale může se stát montáží kousků programů v přímém přenosu, které je často únikem před záplavou reklam.

*Videokamera* – od již zastaralé VHS až k současné digitální – proměnila uživatele v malého producenta scén každodenního života.

*Počítač* v sobě skloubil různé způsoby komunikace klasických médií: písmo, obraz, zvuk, animaci, video, grafiku atd., a položil tak základ nové formě komunikace, vyjadřované pojmy jako multimedia, interakce, interface, nelinearita, surfování, hypertext, přístup atd. Stačí poměrně malá částka a uživatel si může vybudovat studio pro montáž filmů i zvuků a sám se tímto způsobem stát producentem.

*Internet*, definován také jako síť sítí, je metaforou nové komunikace. Podobně jako telefon, internet vymazal prostor a čas. Zatímco ale telefon předává pouze zvuk, na internetu se utvořil nový způsob života a myšlení. Nelineární, obousměrná, neohraničená, interaktivní, neustále se měnící síť je místem, řečí, způsobem bytí a pojmání komunikace, která vzbuzuje veliký zájem i obavy.

Díky síti si stovky milionů uživatelů denně vyměňují jakýkoli druh zpráv, mají přístup k dokumentům, účastní se virtuálních skupin, setkávají se prostřednictvím elektronických konferencí, diskutují o všech možných tématech. Internet se stále více stává místem osobního, skupinového, podnikového i institucionálního růstu.<sup>9</sup>

Díky internetu se všechny lidské aktivity staly virtuálními. Především se však uvedl do pohybu proces decentralizace moci a kontroly komunikace způsobem, který nemá v dějinách obdoby. Z pozitivního hlediska můžeme na internet pohlížet

<sup>9</sup> Srov. G.S. JONES (a cura di), *Virtual culture: Identity & communication in cybersociety*, London, Sage, 1997.

jako na velkou příležitost intelektuálního růstu lidstva. Pokud nepřeváží čistě ekonomické zájmy, síť by se mohla stát tokem vědění, z něhož by při dobře vážených politických a ekonomických rozhodnutích mohli čerpat všichni.

Dva odborníci na tuto tematiku<sup>10</sup> tvrdí, že pokud chceme pochopit pojem *virtuální reality*, je důležité si uvědomit, jakým způsobem vnímáme každodenní skutečnost kolem nás. Virtuální realita je způsob, jak zobrazovat, manipulovat a pracovat s počítačem a extrémně složitými informacemi. Metoda, která se zabývá interakcí mezi strojem a člověkem, se obvykle nazývá *interface*.

Virtuální realita není ničím jiným než nejnovější metodou dlouhého řetězu *interface*. V jistém slova smyslu by si přála učinit počítač neviditelným tím, že by složitost dat proměnila v trojrozměrné obrazy, s nimiž by bylo možné vstoupit do interakce, aby se tak dal větší prostor svobodě a tvořivosti uživatele. To však neznamená, že by virtuální realita svobodu a tvořivost uživatele garantovala nebo zvyšovala. Lze říci, že je nepřímým uznáním složitosti, s níž člověk v určitém prostředí reaguje a jedná, aby poznal, komunikoval a reprezentoval sama sebe a svět. Možná největší službou, kterou virtuální realita může dnešní kultuře nabídnout, je znovunalezení reality.

## Mediativní novinky na technické a strukturální úrovni

Rozhlas a televize zavedly kulturní model masového konzumismu. Digitalizace vede k určité formě osobního konzumismu, a podle některých autorů i k digitální kultuře v pravém slova smyslu. Z tohoto důvodu je dobré upozornit na několik přechodů technické a strukturální povahy, které digitalizace umožnila.

1. *Od ‚jednoho k mnohým‘ k ‚mnozí – mnozí‘*. Tok vysílání masmédií probíhal ve směru jeden – mnozí. Byl jednosměrný, intransitivní a tendenčně receptivní, ne-li přímo pasivní. Tok vysílání digitálních medií je však tokem typu mnozí – mnozí, jeden – jeden, všichni – všichni. Tok je transitivity, obousměrný, ba přímo síťový. Je umožněna reciprocita a výměna: je možno zároveň přijímat a dávat.

2. *Od centralizace k decentralizaci*. Co se týče médií a zejména rozhlasu a televize, Evropa a Spojené Státy doznaly dvojího rozvoje. Evropské dějiny jsou dějinami státních monopolů, Spojené státy prošly monopolem trhu. Přesto však v Evropě v 70. letech začaly vznikat nezávislé rozhlasové a televizní vysílače; v několika letech se zvuky a obrazy v éteru rozmnožily, s postupným přechodem od mediální kultury kontrolované a ovládané několika jedinci ke kultuře kontrolované a ovládané mnohými. Nastal postupný přechod ke komunikačním formám více pluralitním a s možností větší účasti. Například na úrovni rozhlasu je dnes možné po síti poslouchat stovky stanic ze všech částí světa.

<sup>10</sup> S. AUKSTAKALNIS - D. BLATNER, *Silicon mirage. The art and science of virtual reality*, Berkeley (CA), Peachpit Press, 1992.

3. *Od komunikace místní ke komunikaci mezinárodní.* Postupné nahrazování starých antén anténami parabolickými je ukazatelem rozšíření nabídky televizních stanic, které překonávají národní i kulturní hranice. Digitalizace prostřednictvím sítě tuto tendenci ke globalizaci ještě dále zvětšuje.

4. *Od masmédií k médiím osobním.* Vyrábění přístrojů malých rozměrů spolu s postupným klesáním jejich ceny rozšířily prostor pro *osobní média*. Osobní počítače, mobilní telefony, kreditní karty a občanské průkazy – vše funguje v *bitovém* rytmu a zajišťuje neustálou a osobní kontrolu našich rozhodnutí a aktivit. Obrácenou stranou mince je skutečnost, že digitalizace umožňuje rovněž kontrolu ze strany skrytých mocností, jako jsou tajné služby nebo velká obchodní centra, která tak požívají zisk ze svých klientů. Digitalizace proto vyžaduje stále bdělejší vědomí, chce-li se uchovat právo na soukromí občanů a chránit demokracie.

5. *Od masového programování k programování osobnímu.* Stále se množící nabídka a mediální kanály, zejména na internetu, rozvíjí nové styly konzumu a nové kulturní zvyklosti. Síť svědčí o novém způsobu výměny informací a nakládání s kulturními dobry jako hudba a film; to přináší nemálo problémů na právní a morální rovině. V tomto smyslu už delší dobu existuje velká debata o skrytých jazycích, obraně autorských práv, kulturním vlastnictví, soukromí uživatele.

6. *Od vlastnického software k Open Source („otevřenému prameni“).* Ohledně software existují dvě rozdílné koncepce. Pojetí „uzavřeného pramene“, neboli vlastnického software, je založeno na převážně podnikatelských a ekonomických kritériích, nárokuje si profesionalitu a značku záruky, zajišťuje uživateli snadné použití. Pojetí „otevřeného pramene“, nazývané rovněž *Open Source*, tvrdí, že kód software má zůstat znám, aby tak byla uživateli ponechána nejen svoboda v jeho používání a přizpůsobování vlastním potřebám, ale aby mohl být i vylepšován a znovu nabízen k dispozici druhým. Pojetí sdíleného vědění je k užítku všech. Překonání „digitální propasti“ mezi severem a jihem světa je možné i díky volbě technologie, která po právu dovolí přístup k informacím všem, a nikoli pouze těm, co si to mohou dovolit. „Otevřený pramen“ je cestou k demokratizaci informace a kultury.



## Charakteristiky nové digitální kultury

Používání nových médií dalo vzniknout kultuře, která má některé důležité charakteristiky. Je třeba je zmínit, protože ukazují úkoly pro výchovu a formaci.

1. Žijeme v kultuře *rychlosti*. Komunikace dnes probíhá velice rychle, stačí pomyslet na elektronickou poštu. I když někdy paradoxně říkáme, že internet je pomalý, funguje rychlostí, která ještě před krátkou dobou byla nepředstavitelná. Technologická magie jako internet spočívá v tom, že prostřednictvím jednoduchých činností můžeme zakoušet prodloužení našeho těla kolem celého světa. Kliknu na adresu a jsem ve Vatikánu, kliknu na druhou a stáhnou si aktualizaci programu nebo dokument. Vše probíhá v mžiku. Rychlost je charakteristikou, kterou spojujeme s mnohými dalšími skutečnostmi – auty, sportem, medicínou, ekonomikou atd. Rychlost však přináší i problémy: především ti, kdo jí nejsou schopni, jsou odsunováni na okraj. Platí to dnes například pro kategorie osob jako důchodci, handicapovaní, chudí nebo ti, kdo se nezapojují do panujícího společenského modelu.
2. Metoda *interface* vytváří nové postoje a způsoby uvažování. Interface je prostředkem interakce mezi člověkem a strojem. Rozvoj interface položil důraz na nutnost jednání osoby. Tento postoj se potom odráží i ve společenské oblasti. Každý se dnes chce stát aktivním činitelem vlastního i společenského života. Interface se tedy stává metaforou prostředí, *designu*, výchovy, společenského života atd. S pojmem interface je spojen pojem komunikačního modelu. Je třeba říci, že doposud žijeme v modelech pseudo-demokratických, kde je nám nabízena iluze spoluúčasti; ve skutečnosti však je převažujícím potenciálem dnešního občana potenciál konzumu. Jsme sice svobodní v rozhodování, co si chceme koupit, ale máme mnohem méně možnosti ovlivňovat, co se má vyrábět.
3. Nová kultura představuje *polyfonické vidění* skutečnosti. Dnes je velice těžké dospět k nějakým jistotám nebo pravdám, protože jsou ponořeny v nedohledném moři všech pravd, které si nárokují absolutnost. Jestliže chce dnes nějaká instituce tvrdit, že je jedinečná, musí se konfrontovat s tisícem podobných. Sama církev má vedle sebe velké množství jiných církví, náboženství a sekt, od těch nejtradičnějších až po ty nejnovější. Žijeme v kultuře spolupřítomnosti, která je sice potenciálně kulturou dialogu, ale též nenávisti. Přírozeným důsledkem této kultury je relativismus. Internet je krásnou ukázkou toho, jak se dnes žije ve spolupřítomnosti protikladů. Samotná existence různých kultur sice dokazuje, že existují různé pohledy na život, avšak ničím neomezená nabídka všech skutečností a zároveň jejich protikladů je dnes na dosah kliknutí na myš. Je to kultura, která počítá pouze s dospělými, nerespекtuje evoluční rozvoj osobnosti a na jednotlivci ponechává veškerou odpovědnost za své volby.

4. S předchozím bodem se silně váže postoj *kočování*, který může být dále rozvíjen internetem. Po internetu se surfuje. Přecházení z jednoho místa na síti k dalšímu se někdy odráží i v životním stylu jako přecházení od zážitku k zážitku. Ve své pozitivní formě je tato kultura kulturou odpoutanosti, hledání, nabídky; na síti je však možno nalézt i zneužívání a nedovolené prohřešování. Z tohoto hlediska používání internetu nutně vyžaduje formování zodpovědných osobností. Nestačí vytvářet systémy kontroly; dnes je potřeba vychovávat ke zralosti a schopnosti rozhodování v souladu s vlastním pojetím víry a životními projekty.

5. Síť sama může být *nástrojem výchovy a formace*. Nové techniky elektronického vyučování nabízejí i vzdáleným oblastem možnosti přijít do kontaktu s programy a nabídkami výchovy, které by bez sítě byly těžko uskutečnitelné. Síť dále umožňuje kontakty, poznání i obžalobu ve světě se dějícími skutečnostmi jako války, ničení životního prostředí, rasová nenávisť atd. I sama vědecká komunita dnes spolupracuje mnohem snadněji prostřednictvím sítě. Díky síti je možný *Open Source*, stejně tak jako poznávání sdružujících organizací jako jsou nestátní a neziskové organizace: Lékaři bez hranic, Amnesty International, institucí jako FAO, UNESCO a bezpočet dobrovolnických organizací.

6. Je třeba přiznat, že toto vysoce mediatizované prostředí nás stále více nutí do téměř naprosté *technologické závislosti*. Méně viditelnou, ale o to zajímavější stránkou je to, že se počítač stále ve větší míře stává součástí prostředí. Počítači jsou stále více vybavovány úřady, ale stejně tak i naše domovy – od mikrovlnných trub v kuchyni až po hlasové ovládání osvětlení. Malými počítači na dosah ruky se stále více stávají i mobilní telefony. Po síti se provozuje veškerý elektronický obchod, stejně jako technologické inovace. Kvůli komunikaci a mnoha skutečnostem s ní spojenými vzniká nutnost stále složitějších technologií.

7. Síť je místem, na kterém se připravuje budoucnost. Právě proto však vytváří to, co dnes nazýváme *digitálním rozdělením lidstva* („digital divide“). Stačí se podívat na statistiky rozšíření internetu ve světě: Afrika 1,5 %, Střední Východ 7,5 %, Asie 8,4 %, Latinská Amerika a Karibské ostrovy 10,3 %, Evropa 35,5 %, Austrálie a Oceánie 48,6 %, USA 64,7 %. Jen v samotném New Yorku je více přístupů k internetu než v celé Africe dohromady. 15 % světové populace – té v rozvinutých zemích – využívá více než polovinu pevných telefonních linek a 70 % linek mobilních. 60% světové populace – té v rozvojových zemích – používá pouze 5 % internetových připojení. Kromě světového „jih“ existuje i „jih“ v jednotlivých národech, oblastech, městech a čtvrtích. To vše nás znovu přivádí k přemýšlení o důležitosti neoddělovat problematiku digitální kultury od vztahu k ekonomice, politice se sociální spravedlností jak na místní, tak i mezinárodní úrovni. V tomto smyslu nás nová kulturní a technologická situace staví před problém vyloučení a odstavení na okraj společnosti a světového dění.

8. Elektronická média ovlivňují způsob uskutečňování kontroly společenského života, což v mediatizované společnosti uvádí v pochybnost pojem *autority*.

V modelu společnosti založeném na tištěném papíře pro přístup k veřejnému fóru a patřičným funkcím stačily dvě věci: umět číst a psát. Kdo toho nebyl schopen, nemohl se účastnit veřejné diskuse. Dnes mohou elektronická média umožnit přístup k informačním světům každému. Tím se však destabilizuje vztah hierarchické informační kontroly, což vzbuzuje nesnadno zvládatelné situace. Instituce, které měly nad informacemi kontrolu, jsou dnes snadno překonatelné a díky tomu se dostávají do krize i samotné pojmy autority a pravdy. Na druhé straně se instituce kvůli tomuto stavu provizornosti snaží vstoupit do hry prostřednictvím různých show, mediálního jazyku typických, a prostřednictvím překotné honby za získání publika, za nebezpečného spojování pojmu pravdy s pojmem kvantity.

## Některé výzvy z hlediska výchovného

Toto nové kulturní prostředí je plodem společenských, kulturních, technologických, politických a ekonomických proměn. Má jeden základní a velice důležitý rys: schopnost umožnit spolupůsobení různých výrazových jazyků a vytvářet kulturu, která je ve stálém vývoji a napětí mezi řádem a chaosem, nebo jinými slovy, mezi tím, co již je a co ještě není. Pro lidi pracující v oblasti výchovy se z charakteristik této nové kultury mohou zrodit některé zajímavé postoje a postupy co do chápání i co do uspořádání vlastního výchovného působení.

Kultura médií je *kulturou činnosti*, účasti, interakce, budování reality a života; je tedy bližší spíše slovesům, než podstatným jménům. Více než hovory o komunikaci je naléhavě nutná komunikace samotná.

Je *kulturou procesů*, které mají sice ve svém základu složité struktury, ale které musí jednotlivce i společnost uschopnit k jednání, komunikaci, budování. Mnohem důležitější než výsledky procesu je zapojení ostatních do jeho vytváření.

Je *kulturou setkávání*. Italský pojem „deteritorializzazione“ (odteritorializování) poukazuje na to, že člověk k setkání nepotřebuje fyzický prostor; mezi účastníky setkání je důležitá aktivita. Je tedy třeba vymýšlet místa pro výchovné setkávání, ale ještě předtím komunikační způsoby při setkáních, a stejně tak důvody, pro které se setkání mají uskutečňovat.

Ve své utopické verzi je kultura *kulturou vzájemného sdílení* a zrušení intelektuálního vlastnictví, kdy všichni budou mít stejnou možnost přístupu a účasti na kulturních dobrech. Tato dobra by ve své mnohotvárnosti a historické i zeměpisné mnohovýraznosti měla být silným způsobem sdílena, interpretována, diskutována, kritizována a budována pomocí dynamických procesů a interkulturní spoluúčasti.

Kulturu nelze zbavit obvinění, že je kulturou informace a že vytváří takové množství informací, až se ztrácí jejich hodnota. Technologie sítě však ze samé své podstaty vytváří spíše *kulturu vzájemné výměny* než kulturu informace centrum – okraj. Na základě politicko-ekonomického uspořádání se sice může stát technologií vytvářející kulturu rozdělení („digital divide“), ale ve své podstatě je technologií,

jež může umožňovat setkávání, dialog a komunikaci bez ohledu na teritoriální, kulturní, náboženské, politické a ekonomické hranice.

Dnešní kultura se s obtížemi pokouší sladit logicko-racionální zákonitosti se zákonitostmi nových elektronických médií. Je *kulturou smyslů*. Pociťujeme trápení, které s sebou každá kulturní proměna přináší. Vyžaduje námahu nalézt nové pojetí osobní i kolektivní existence.

Nikoli náhodou jsme svědky paradoxu: na jedné straně globalizace a současně na druhé straně probouzení extrémních nacionalismů. Všechny změny s sebou nesou konflikty. Hledání dialogu je může mírnit a otevírat k vzájemným objevům. Proto je důležité neslouchat s pluralitním cítěním, protože zde je možno přijímat rozdílná hlediska a způsoby vyjádření. Média mohou napomáhat k rozvoji kultury pluralismu právě proto, že jsou samy pluralitou výrazových jazyků.

Proto hovoříme o „demokracii smyslů“<sup>11</sup> jako o podmínce překonání kultury silně orientované na to, co je viditelné a racionální. Umění a média jsou možná dvě oblasti, kde je tato naléhavost po harmonizaci a integraci vzájemného doplňování smyslů, a tedy i výrazových jazyků, pociťována nejsilněji.

Draží spolubratři, máme před sebou nesmírně velké pole práce, ale zároveň také obrovský zdroj v závislosti na tom, do jaké míry tyto výzvy mediatizované kultury ovlivňují naši pedagogiku a stávají se výchovným pozváním. V opačném případě budeme pouze snášet jejich následky, aniž by v nás vyvolaly změnu, která by naše výchovné působení učinila účinnějším. Nesmíme zapomínat, že naše kongregace „evangelizuje výchovou a vychovává evangelizací“.

### ***Některé výzvy z hlediska institučního***

Sociální komunikace samozřejmě staví výzvy i před kongregaci a její život a formaci. Musíme znovu promyslet naši existenci uvnitř této mediatizované kultury, stejně jako zaměřit pozornost na to, co komunikujeme. Musíme sice přenášet obrovské množství informací a poznatků prostřednictvím nových technologií, ale zároveň je pravdou, že komunikujeme především to, co jsme. Můžeme být profesionálně připravenými odborníky, ale zároveň komunikovat buď svou povrchností a ubohostí, nebo naopak důsledností a poctivostí.

**Výzva komunikace charismatu.** Všichni bychom se měli zeptat, co svým životním stylem a institučními rozhodnutími komunikujeme jako kongregace: komunikujeme radikální volbu Boha a Pána Ježíše, bratrství komunitního života, privilegovanou volbu chudé a opuštěné mládeže, smysl života a naději, bezpodmínečnou vydanost a krásu přijatého obdarování? Nejde tedy pouze o to, jak komunikujeme: jakých prostředků a výrazových jazyků používáme, s jakou kulturou komunikujeme; musíme věnovat pozornost rovněž tomu, zda komunikujeme charisma.

<sup>11</sup> Srov. J. E. BERENDT, *The third ear. On listening to the world*, New York, Henry Holt & Company, 1992.

Jedním z prvků charakterizujících životní styl je způsob života, kterým žijeme. Výzvou dnešní doby je to, že naše rozhodnutí musí jít k podstatě. Obrazu řeholního života jako daru by měl odpovídat životní styl svědčící o tom, že Bůh sám stačí, a že mladí lidé, k nimž jsme posláni, jsou důležitější než mnoho jiných věcí. V kultuře toho, co je pomíjivé, musíme svědčit o tom, co je podstatné. Naše komunita i charisma musí být vidět. Avšak to, co na nás má být vidět, je svědectví „být znamením a nositeli Boží lásky mladým“ (S 2). To je základní výzva k naší cestě ke svatosti, k primátu duchovního života, k uskutečnění 25.GK a musí najít své vyjádření i v sociální komunikaci. V tomto smyslu nacházejí také všechny předchozí listy své vyjádření i na poli sociální komunikace, pokud byly uvedeny v život.

Je zapotřebí odvahy k vážné revizi životního stylu. Měli bychom být svědky nezištného daru Božího království, v životě a rozhodnutích být obhájci myšlenky, že tou nejdůležitější věcí je Bůh a bratři. Z komunikačního hlediska je tato skutečnost mnohem důležitější než všechny webové stránky, rádia, televize či noviny, které můžeme vlastnit. Nezměníme-li totiž mentalitu, i to, co budeme nástroji masové komunikace produkovat, bude pouze odrážet to, co jsme. Komunikace není tvořena pouze slovy a obrazem, ale také rozhodnutími a chováním, které v sobě odražejí jak to, co tvrdíme tak to, co děláme.

Novost nespočívá v povrchní kosmetické úpravě, ale v obnovené vůli vsadit sebe a všechno na řešení konkrétních problémů mladých a nově se objevujících druhů chudoby. Církev i kongregace budou věrohodné tehdy, budeme-li neustále usilovat o evangelní důslednost a radikalitu. Sociální komunikace může mladým lidem pomoci objevit kouzlo salesiánského povolání a může se stát jednou z forem pozvání k povolání.

**Výzva technologie.** Tato oblast je velice důležitá. Na úrovni sociální komunikace bychom měli přemýšlet o metafoře „Davida a Goliáše“. Aby naše kongregace stejně jako církev mohla k dominující kultuře nabídnout něco alternativního, musí tvářit v tvář komunikačním obrům a impériím volit různé terény a strategie. Jinými slovy, potřebujeme lehké komunikační struktury, silně motivované a zároveň extrémně flexibilní. Nejpřístupnější prostor samozřejmě nabízí internetová síť; výborným přínosem především v rozvojových zemích však může být i rádio, jako to ukazují rozhlasové stanice v některých z našich misí.

Nesmíme zapomenout na celou tradici salesiánské komunikace, ale znovu ji zhodnotit. Jedná se o animaci ulice, hřiště, divadlo, hudbu, liturgii. Nejurgentnějším problémem je pěstování touhy být s mládeží a s lidmi. Síla způsobů mezilidské komunikace a komunikace skupiny je nezastupitelná jakoukoli formou i té nejdokonalější technologické mediatizace; obě jsou způsoby komunikace, které je třeba rozvíjet, přičemž na první místo musíme postavit vztah a osobní setkání.

**Výzva využívání času.** V dnešní době je důležité se vychovávat k využívání času, který máme k dispozici. Podle statistik se zvyšuje čas, který mladí lidé tráví

ve společnosti médií. Jelikož žijeme v mediatické kultuře, domnívám se, že ani my salesiáni nejsme před ní imunní. Výzva je výzvou formační, a to nejen ve smyslu výchovy k používání médií. Jedná se především o formaci k odpovědnosti za vedení svého života. Léta formace jsou podstatná a měla by být dobrou investicí do pořádné kulturní a odborné přípravy. I samotné komunity by měly být spíše místem, kde se cvičíme v komunikaci a setkávání, a nikoli pouze místem výměny a využívání informací. Nadbytek informací nás vede k životu v roztržitém stavu. Musíme nalézt jednotu a syntézu života za pomoci koncentrace informací.

**Výzva sociální komunikace.** Z doposud řečeného je zřejmé, že v používání prostředků sociální komunikace se projevuje to, co jsme. Kongregace musí být v tomto světě médií přítomná. Musíme se naučit používat jeho nástroje, ale také promyšlet komunikační model, který používáme, aby i kongregace a její komunikace rostly.

Momentální rizikem je skutečnost, že se zaměříme na používání nástrojů a jejich účinnost, místo abychom se především soustředili na svou schopnost komunikovat a rozvíjet komunikaci a na obsah toho, co komunikujeme. Jedná se o napětí a zápal pro poslání, které jsou znamením toho, co jsme a co budeme komunikovat. Zdá se mi, že Don Bosco dokázal vymyslet fungující způsoby setkávání a komunikace právě díky svému zápalu pro ty nejpotřebnější mladé lidi. Pro co jsme zapáleni dnes? Kde je naše srdce? Jaké jsou naše skutečné zájmy? Kde se dokážeme skutečně nasadit?

**Výzva formace.** Prostředky sociální komunikace a kultura, kterou přenášejí, vyžadují velké formační úsilí. Prvním úkolem je nepochybně formace ke kritickému používání prostředků sociální komunikace, a tedy formace svědomí. Na jedné straně se musíme naučit oceňovat tuto „masovou školu“ (S 43) jako Boží dar, který nabízí velké možnosti výchovy a evangelizace. Na druhé straně si však musíme uvědomovat, jakým způsobem jsou média využívána k vykořisťování, manipulaci, ovládnutí a ničení. Proto je zapotřebí formace k vyváženému smyslu pro rozlišování, a v širší míře k poučenému chápání povahy masmédií, jimi využívaných technik a vlivu, které na člověka mají. Je nezbytné vštěpovat základní etický princip, že cílem a mírou používání prostředků sociální komunikace jsou lidská osoba i lidské společenství. Komunikace by měla přispívat k celkovému rozvoji lidské osobnosti.

Nestačí být dobrými „konzumenty“ prostředků sociální komunikace. Je třeba jich umět používat jako výchovných a pastoračních nástrojů. To vyžaduje kompetenci a používání nejrůznějších zařízení, ale také schopnost skloubit výchovné a evangelizační poselství se samotnou kulturou médií. Předpokládá to nejen dobrou znalost technických záležitostí, ale také umění do hloubky chápat společenskou a kulturní současnost.

Oblast sociální komunikace se nevyčerpává pouze ve sdělovacích prostředcích. Sociální komunikace vytváří kulturu, ba přímo kulturou je. Tato skutečnost před-

stavuje velkou výzvu zejména pro formaci, která nespočívá pouze v obyčejném předávání znalostí a schopností, nýbrž zejména v pomoci a vytváření hluboké přeměny v nitru člověka na úrovni citů, přesvědčení a motivací. Některé prvky moderní kultury sociální komunikace jsou pro formaci problémem, některé jí naopak napomáhají.

Kultura sociální komunikace má kupříkladu sklon k ignoranci vnitřního a transcendentního rozměru člověka a snaží se budovat jeho identitu na základě jeho odpovědi na situace, ve kterých se nachází. Jelikož je kulturou obrazu, je pomíjivá a nepřivádí ke skutečné introspekci, nýbrž směřuje naopak k povrchnosti. Kultura sociální komunikace se navíc kloní k relativismu a pravdu zaměňuje za názor; nabízí informace a názory všeho typu a nechává všechno na svobodné volbě příjemce. Je proto těžké mít věci jasné; pravda je navíc dále zatemňována průzkumy veřejného mínění. Kultura sociální komunikace pracuje především s tím, co je bezprostřední. Naproti tomu ve formaci se jedná o práci pomalou a trpělivou, vyžadující mnoho úsilí a tvrdé práce. Z tohoto pohledu sociální komunikace formaci příliš nenahrává.

Na druhé straně, kultura sociální komunikace obsahuje i stránky, které nutí ke zlepšení, zejména metodologii úkolu formace. Typickým prvkem kultury sociální komunikace je v tomto ohledu neustálé přemýšlení o reakcích adresátů, citlivost k jejich podmínkám, schopnostem, potřebám a zájmům. To je nezbytným prvkem i ve formační práci; i zde je zapotřebí začínat nikoli u věcí, které chci předat, nýbrž u osoby člověka s jeho schopnostmi, možnostmi a pravděpodobnými reakcemi.

Kultura sociální komunikace je spíše intuitivní, a nikoli analyticko-systematická; není vedena dlouhými, abstraktními a na rozum apelujícími řečmi, nýbrž používá krátkých, jednoduchých a jasných poselství, která směřují k citům člověka, a tedy k celé jeho osobě. Pokud pomyslíme na metodologii vyučování, která je používána v našich formačních domech, otevírá se nám ohromné pole k reflexi. Kultura sociální komunikace je založena spíše na obrazech, než na slovech. Obraz tváře trpícího Jana Pavla II. je výmluvnější než záplava slov, která o tomto jeho utrpení hovoří.

### 3. OPERAČNÍ SMĚRNICE

#### 3.1. Změna strategie

V této poslední části dopisu se dostáváme k operativním opatřením. Jinými slovy, máme přijmout příklad Dona Boska a zúročit bohatství a plodnost salesiánského charismatu, pokusit se novým způsobem apoštolátně a tvořivě odpovědět na výzvy kultury sociální komunikace a nové potřeby mladých, této *nejkřehčí a nejdrahocennější části lidské společnosti*.<sup>12</sup>

Mám-li předložit některé operativní směrnice vyplývající z předešlé reflexe, domnívám se, že je důležité uskutečnit *změnu strategie*, která nám může pomoci zlepšit naši reflexi i činnost. Myšlenka této strategie se rodí z dvojí konstatace. Na jedné straně máme před sebou kupu nejrůznějších bohatých a potenciálně plodných dokumentů kongregace i o sociální komunikaci, která představuje moudrou tradici analýzy a interpretace skutečnosti, soubor kritérií založených na našich charismatických pramenech a skutečný program obnoveného salesiánského poslání. Na druhé straně pocítujeme těžkosti, námahu a riziko, že nejsme natolik tvořiví, stimuluji a účinní ve schopnosti převést tuto nauku do života a reality.

Možná se to, co je napsáno, vůbec nečte; možná se čte, ale promýšlí; možná se přemýšlí, ale málo to přivádí k úsilí o proměnu skutečnosti. Jak přetrhnout tento řetěz, který spoutává tolik apoštolátní energie? Jak přemoci tento komunikační blok? Co udělat, aby se naše dokumenty staly významnými a operativními? Jak to udělat, aby se takovým stal i tento list hlavního představeného?

V rolnickém prostředí prostých lidí, kteří jsou moudří a schopní žertovat stejně jako navyklí těžce pracovat, jsem slyšel lidové rčení, kterému jsem se nejprve zasmál, ale potom nad ním začal přemýšlet. Řeknu vám je, abych vás nejprve roze-smál, ale potom nabídl další postup. Jeden starý rolník říkal: *nemůžeš jíst vaječinu, jestliže nejprve nerozbiješ vajíčka*. Velká část živin vaječiny je uzavřena ve vajíčku, to je samozřejmé. Ale pokud zde zůstane, nikdy se nebude moci stát výborným pokrmem, a dokonce se dříve nebo později zkazí, ztratí svůj výživný potenciál. Pak se jeho obsah stane nepřijemným, a dokonce možná škodlivým.

Další postup, který nabízím, tedy nespočívá ve vytváření nových operativních směrnic, ale spíše v konkrétních krocích jak osvobodit život, skrývající se v naukovém dědictví kongregace, a naplánovat způsoby, jak jej vtělit do našich výchovně pastoračních společenství a do prostředí, v nichž působíme. V návrzích našich dokumentů je tolik světla, tolik charismatické inspirace, tolik apoštolské energie! A přesto existuje nebezpečí, že se nestanou skutečnou potravou našeho života a činnosti. Proto vás vyzývám, abyste si našli čas a dokumenty znovu pročetli a abyste přemýšleli o současné kultuře; abyste přemýšleli osobně, v komunitě i ve vý-

<sup>12</sup> MB II, 45. Srov. S 1.



chovně pastoračním společenství; abyste myšlenky konfrontovali s realitou života mládeže; abyste měli odvahu a rozhodli se pro *akční plán* a převedli ho do každodenního pastoračního života.

Některé provincie již v této oblasti našeho poslání vykonaly kus práce; jiné činí odvážná a tvořivá rozhodnutí; některé jsou teprve na začátku. Chceme-li být velkorysími, ale konkrétními realisty, je třeba učinit některá rozhodnutí. Provinciál se svou radou, provinciální delegát pro sociální komunikaci se svým týmem, v koordinaci s provinciálními delegáty pro pastorační mládeže a pro formaci, ředitel se salesiánskou komunitou a s výchovně pastorační komunitou se budou snažit o nalezení praktických postupů co nejjednodušších vlastní realitě.

Proto vám jako strategii navrhuji zlepšit a uskutečnit **provinciální plán sociální komunikace**, který je součástí Výchovně pastoračního projektu provincie. Zvu vás, abyste se tvořivě a činorodě zabývali těmito třemi dokumenty: dopisem dona Vecchiho *La comunicazione nella missione salesiana* (Komunikace v salesiánském poslání, ACG 370); operativní pomůckou Odboru pro sociální komunikaci z počátku letošního roku, s názvem *Sistema Salesiano di Comunicazione Sociale* (Salesiánský systém sdělovacích prostředků); a *Orientamenti per la Formazione dei Salesiani in Comunicazione Sociale* (Směrnice pro formaci salesiánů v oblasti sociální komunikace), dokumentem vypracovaným ve spolupráci odborů pro sociální komunikaci, formaci a pastorační mládeže, který bude publikován během tohoto roku. Podníceni těmito dokumenty budeme mít v rukou diagnózu reality, zvolíme konkrétní kroky k uskutečnění prostřednictvím provinciálního projektu, budeme moci uskutečnit tyto kroky ve vzájemné spolupráci a periodicky hodnotit, co se podařilo.

V následujících kapitolách si dovoluji tyto dokumenty představit a zdůraznit přitom některé body, zejména pokud se jedná o jejich operativní prvky, a vyzvat vás k uskutečnění strategického návrhu ve prospěch mládeže. Jsem si jist vaší ochotou v pochopení důležitosti tohoto rozhodnutí.

## 3.2. Užitečné materiály

### 3.2.1 Dopis dona Vecchiho o sdělovacích prostředcích<sup>13</sup>

Don Vecchi nám ve svém dopise *Komunikace v salesiánském poslání*. „*Je obdivuhodný! Vrací sluch hluchým a řeč němým!*“ (ACG 370) zanechal soubor myšlenek a řadu operativních návrhů, které nás mohou a musí osvětlit a podnítit naše salesiánské poslání. Každý salesián, každá komunita a všechny provincie jsou povinny si uvědomit důležitost komunikace a zanést ji jako stálý bod do svého apoštolského působení. Zdůrazním dvě myšlenky a praktické směrnice tohoto dokumentu a současně vás povzbuzuji, abyste se k tomuto textu vrátili a uvedli ho do života.

Sociální komunikace se svými různými prostředky a novými technologiemi je pro náš život a poslání důležitá – psal don Vecchi a sledoval při tom učení církve – nejen proto, že nabízí možnost šířit výchovu a evangelizaci mezi milióny osob, ale především proto, že se stává „**cenrálou kultury**“, školou, jak se správně chovat, jak vnímat smysl života, jak eticky interpretovat různé hodnoty, jak vykonávat moc a řídit ekonomiku. Tato novost je význačná a rozhodující: jak jsem opakovaně uvedl v tomto listě, nestačí používat nové výrazové jazyky a nové prostředky komunikace, nýbrž je především nutné integrovat poselství do nové kultury.

Tato kulturní novost nás vyzývá ke změně mentality, ke skutečné „**kulturní konverzi**“. Nestačí konat dobro uvnitř našich domů; jsme povoláni plánovat naši činnost „zvenčí“, naslouchat očekáváním a otázkám společnosti a reagovat tak, abychom tuto společnost pozitivně proměňovali. Je třeba budovat dialog, integraci a vzájemnost s laiky a celým výchovným společenstvím; být animátory celé naší čtvrti a zapojit další společenské instituce do společné práce pro mladé; používat nové prostředky včetně internetu, a vytvářet tak prostory pro setkávání a být kvasem tohoto nového areopagu.

Don Vecchi pak navrhuje dvojí řadu praktických směrnic: první z nich se týká spíše místní komunity a naléhavosti vychovávat ke komunikaci u nás doma; druhá je svěřena celé provincii a potřebě proměnit společenskou situaci a kulturu pro dobro mládeže.

*Každá komunita* je povolána zlepšit instituční komunikaci; ve výchovně-pastoračních společenstvích plánovat a uskutečňovat výchovu ke komunikaci a výchovu s médii, *edukomunikaci*, která v sobě zahrnuje výchovu k používání výrazových jazyků a médií; využívat média při výchově a evangelizaci ve škole, farnosti, oratoři atd.; být v dialogu s komunikátory, umělci a nakladateli, zejména pokud jsou mladí;

<sup>13</sup> List nebyl přeložen do češtiny. Na provincii je k dispozici slovenský překlad v digitální podobě. Odkazy na stránky tohoto dokumentu odpovídají italskému vydání ACG 370.

napomáhat nově chudým a nově vyloučeným z komunikačních technologií; zlepšovat mediální kompetenci.

Současně je *každá provincie* povolána projektovat a vykonávat práva a povinnosti vyplývající z občanství: znát a vést k respektování zákonů a práv občanů a institucí; rozvíjet například činnost ve prospěch práv dětí, rodiny atd.; otevírat se dalším institucím pracujícím pro společné dobro. Z tohoto hlediska jsou prostředky sociální komunikace velkou možností k výchově a vytváření příležitostí pro *aktivní občanství*. Pro animaci těchto iniciativ již naše generální kapituly zřídily funkci provinciálního delegáta pro sociální komunikaci (srov. 23.GK), jeho tým a provinciální plán sociální komunikace (srov. 24.GK).

Tato práce není prací pouze pro odborníky, nýbrž je *prací pro všechny*; odborníci jsou vítáni, protože napomáhají společně sdílené práci, ale všichni zde mají svůj díl práce. Mluvíme-li o prostředcích a nových technologiích, je to z toho důvodu, že nás zajímá kultura a kvalita života, budování spravedlivější a bratrštější společnosti. Prostředky se stávají zprostředkovateli Božího království. Reflexe a operativní návrhy, které se zrodí ze čtení tohoto listu v místních komunitách, musí být sdíleny animačními a řídicími orgány provincie, aby se tak mohly stát součástí provinciálního plánu sociální komunikace ve službě výchovy a pastorece.

### 3.2.2 Salesiánský systém sociální komunikace

Všichni známe *Preventivní systém*: naučili jsme se jej díky zkušenosti života se salesiány, kteří nás vychovávali a formovali; prohloubili jsme jeho znalost odborným studiem; uskutečňujeme ho a neustále komunikujeme svědectvím, sdílením života a výchovnou praxí, ale také slovem a vyučováním. Víme rovněž, že preventivní systém, jak si jej Don Bosco vysnil a jak jej prožíval, samozřejmě nelze omezovat pouze na onen klasický spis z roku 1877, ale je spíše – jak napsal don Viganò – „organickým souborem přesvědčení, postojů, činností, zásahů, prostředků, metod a struktur, který postupně dospěl v *charakteristický všeobecný způsob osobního i komunitního bytí a jednání* Dona Boska, jednotlivých salesiánů i celé salesiánské rodiny“ (ACG 290, str.10).

Podobný sen – a nikoli náhodou bylo zvoleno slovo „systém“ – je konkretizován ve stránkách *Salesiánského systému sociální komunikace* (SSCS), který představuje některé orientační směry pro salesiánskou kongregaci. Odbor sociální komunikace shromáždil doktrinální a operační tradici tohoto sektoru salesiánského života a poslání a po plodných konzultacích vytvořil tento pracovní nástroj. Doufám, že tyto stránky přinesou světlo a své ovoce. Jedná se o *pracovní nástroj*, s východiskem v dějinách, nauce a politických liniích kongregace v oblasti realizace prostředků sociální komunikace, aby se tak mohl vytvářet a stále aktualizovat provinciální plán sociální komunikace a jeho uskutečňování. Je určen zejména

provinciálůvi a jeho radě, provinciálnímu delegátovi pro sociální komunikaci a jeho týmu, aby ho studovali.

Sám hlavní radce pro sociální komunikaci představuje Salesiánský systém sociální komunikace „jako organický a jednotící projekt, se sdílným viděním hodnot a čistě salesiánského poslání, s plánovanými činnostmi a záměry v oblasti animace a formace, informace, produkce, a s řízením organizačních struktur a komunikačních a artikulacních procesů v součinnosti s různými sektory kongregace a salesiánské rodiny, a navenek s organizacemi církve, obvodu a společnosti v širším slova smyslu“ (SSCS 19). V tomto pracovním nástroji nacházíme vytyčenu *identity* (jeho adresáty, cíle, přesvědčení, poslání, politiky a kritéria činnosti, činitele), *fungování a organizaci* Salesiánského systému sociální komunikace.

Mým úmyslem není podrobná presentace tohoto pracovního nástroje; musíme si text přečíst, nechat se jím vést a pohnuti jeho duchem dát odpovědi odpovídající skutečným potřebám našich výchovně pastoračních společenství. Chtěl bych upozornit na některé stránky, které díky své jednoduchosti a praktičnosti mohou uniknout naší pozornosti. K dokumentu SSCS jsou připojeny dvě přílohy: první je stručným seznamem hlavních *kongregačních pramenů*: stanovy, pravidla, generální kapituly, akta hlavní rady atd., které představují sociální komunikaci ze salesiánského pohledu; druhou je synoptické srovnání, *mapa* pro vytvoření **provinciálního plánu sociální komunikace**.

Tyto přílohy jsou výmluvným symbolem a naléhavým programem. Jsou *symbolem*, který nás nutí ke stálému návratu k pramenům, k našim kořenům. Například, znovu přečíst 6. a 43. článek Stanov a přijmout výzvu současné komunikace, která obnovuje naše vědomí, že jsme animováni Duchem svatým. Ten pohnul Dona Boska k tomu, aby stál na špičce tehdejšího používání prostředků sociální komunikace pro výchovu a evangelizaci chudé mládeže a lidových vrstev. Stejný Duch svatý podněcuje i nás, abychom byli tvořiví, odvážní a organizovaní. Tyto přílohy vyjadřují rovněž *program*; podle prvků a směrnic vyjmenovaných v této mapě máme diagnosticovat, plánovat, uskutečňovat a systematicky ověřovat sociální komunikace v našich provinciích. Pomáhají nám plánovat a řídit animaci a formaci v sociální komunikaci, informace a vztahy s veřejností, i naše díla v oblasti sociální komunikace se stejnou pastorační láskou, jakou měl Don Bosco.

Připojím ještě dvě metodické poznámky. Provinciální plán sociální komunikace musí být vytvořen a realizován s největší a nejlepší možnou *účástí* na nejrůznějších úrovních, a musí být neustále animován a periodicky ověřován orgány animace a řízení provincie. Nejde ani tak o plán dobře strukturovaný, jako spíše o plán sdílený, který napomůže v cestě a ve službě mladým a lidem vůbec, který bude kvásem kultury k proměně společnosti. Toto zdůrazňování se možná někomu může zdát přehnané; ale je velký rozdíl v tom, dospějeme-li k cíli sami, nebo budeme-li společně s druhými na cestě. Čím více se cítíme být a čím více jsme součástí

společného projektu, tím více se stáváme schopni vytvářet komunitu a kvalitu života.

Druhá poznámka se týká různosti situací našich provincií. Mapa nabízená dokumentem nepředpokládá, že všichni musíme udělat všechno a hned; je však zapotřebí realisticky a velkoryse zvolit kroky, které můžeme vykonat podle nutnosti a našich sil. V sociální komunikaci nemáme *moc Goliášů*, ale v našich výchovných komunitách a skupinách, s našimi alternativními prostředky máme mnoho *možností Davida* k evangelizaci, výchově a budování spravedlivější a bratrštější společnosti. Musíme uznat naše hodnoty, prostředky a kompetence, dát se dohromady, spojit síly, přizvat druhé lidi dobré vůle mimo náš dům a spolupracovat s nimi. To je moudrost a politika, která nám umožní se rukama dotýkat „dobrotы holubic spojené s chytrostí hadů“, abychom tak vtělili Boží království do nejrůznějších prostředí, ve kterých žijeme. Provinciální plán sociální komunikace chce být výrazem naší naděje v dynamiku evangelia, které Ježíš přirovnal k energii kvasu v těstě (srov. Mt 13,33).

### 3.2.3 Směrnice pro formaci salesiánů v oblasti sociální komunikace

Neexistuje komunikativnější salesiánská komunita nebo výchovně pastorační společenství než to, které svědčí o následování Krista ve službě chudé mládeže. Svědectví o Kristu a jeho evangeliu je tedy základním poselstvím každé komunikace. Pokud schází, neexistuje žádná teorie, technika nebo prostředek komunikace, který by je mohl nahradit. Věrnost Donu Boskovi a chudé mládeži vyžaduje, abychom komunikovali skrze svědectví, sdílení, naprostou odevzdanost poslání „až do posledního dechu“. Právě z tohoto důvodu Don Bosco nešetřil slovy, prostředky a nástroji, tradičními i pokrokovými, s nimiž by mohl mladým a lidovým vrstvám svědčit a ohlašovat radostnou zvěst, aby se mohli stát čestnými občany a dobrými křesťany. Čteme-li slova dona Viganò o *Donu Boskovi jako geniálním společenském komunikátorovi*, zůstaneme bez dechu (srov. ACG 302, str.8-12). Věrnost Donu Boskovi a mladým nás nutí k tomu, abychom byli transparentními svědky, a tedy i dobrými komunikátory, při současném rozvíjení našich přirozených darů dobrou formací.

Již v roce 1981 don Viganò představil syntetický návrh formace pro salesiány v oblasti sociální komunikace, rozpracovaný ve třech úrovních: úroveň základní; úroveň animátorů a výchovných a pastoračních pracovníků; úroveň speciální přípravy (srov. ACG 302). Don Vecchi tento návrh přejal ve shora prezentovaném listě z roku 2000 a hovořil k nám o naléhavosti kvalifikace: „Jedinou užitečnou cestou, po níž máme kráčet, je cesta formace. Nová alfabetizace, neboli schopnost číst a psát v kultuře médií, se týká všech, a pokud jde o víru, tedy i všech věřících. Tím více se o ni musí zajímat vychovatelé a evangelizátoři!“ (ACG 370, str.22).

Odbor sociální komunikace toto téma přijal v obnovené formě v roce 2004: studoval historii různých programů kongregace pro formaci v oblasti sociální komunikace; shromáždil údaje o tom, jaká formace je v této oblasti nabízena v počáteční formaci v celé kongregaci; svolal světovou radu pro sociální komunikaci, jejíž zasedání se uskutečnilo v Římě v červenci 2004. Rada přemýšlela o projektu formačního itineráře v oblasti sociální komunikace a předala odboru analýzu a interpretaci údajů ohledně stavu formace v této oblasti v kongregaci, spolu s několika kritérii, které by měly tuto formaci řídit, stejně jako několik možných operativních směrnic ohledně tohoto itineráře.

Odbor pro sociální komunikaci spolu s odborem pro formaci na základě reflexe rady vypracoval několik **Směrnic pro formaci salesiánů v oblasti** sociální komunikace, které budou v krátké době publikovány. Jedná se o jeden podniků zamýšlených Projektem animace a řízení pro šestiletí (srov. ACG 380, str.48). Již nyní zvou formátory, aby tuto pomůcku přijali. Snaží se stále lépe garantovat formaci salesiána jako vychovatele a pastýře – a tedy jako komunikátora.

Provinciální delegát pro formaci se svým týmem, spolu s provinciálním delegátem pro sociální komunikaci s jeho týmem se budou ve světle těchto směrnic snažit nalézt obsah i způsob jejich uskutečnění. Týkají se jak počáteční, tak stálé formace. V počáteční formaci se nejedná o pouhé zavedení nové disciplíny komunikace do každé z fází formačního procesu podle *Ratio*, nýbrž o mnohotvárnou pozornost: opakované zdůrazňování komunikativního stylu; animace zkušeností a reflexí ohledně salesiánského života a práce, hluboce svázaných s kulturou mládeže a lidových vrstev, a tedy silně komunikativních; rozvoj komunikativního rozměru předmětů již v *Ratio* přítomných; vytváření cvičného prostředí pro komunikaci pro toho, kdo neměl tuto možnost ve vlastní předchozí výchově před počáteční formací; vytváření prostorů pro formaci v sociální komunikaci pro formátory a učitele formovaných; uskutečňování stáží pro výrazové jazyky, umění a média, nové technologie, zejména ty, které jsou nejvhodnější pro výchovnou interakci, pro hlásání a slavení víry, pro vyprávění a sdělování hodnot, pro symbolickou a rituální komunikaci; učení se a zlepšování lidové komunikační kompetence s tradičními výrazovými jazyky a „chudými“ prostředky; učení se gramatice digitálního jazyka a jeho mnohostranného použití pro poznávání, komunikaci a vytváření prostorů pro setkávání atd.

I v tomto případě platí skutečnost, že čím více dokážeme zapojit formátory, učitele a formované do vytváření osnov „šitých na míru“ formační komunity a do jeho uskutečňování, tím plněji dosáhneme cílů těchto směrnic. Žádný učitel nemůže naučit žáka tomu, co se žák nechce naučit sám, a to především co se týká moudrosti a umění komunikovat, které jsou součástí života a jeho sdílením. Totéž platí pro stálou formaci.

#### 4. ZÁVĚR

Končím tento svůj list s datem slavnosti Narození sv. Jana Křtitele, „největšího z těch, kteří se narodili z ženy“ (Mt 11,11), člověka asketického a jdoucího na podstatu věci, přímých slov a otevřeného pro nové, milujícího pravdu a autenticitu, člověka silného a transparentního svědectví. „Hlas volajícího na poušti“, ohlašující Slovo, které přichází. Mistr, který ukazuje svým učedníkům Božího Beránka, přítomného mezi nimi. Nádherná ikona komunikace!

Náš drahý Don Bosco právě tento den slavil svůj svátek, opravdovou slavnost rodiny, mladých, salesiánů, spolupracovníků, exalievů. Ti všichni se předháněli v tom, jak svému „otci“ vyjádřit lásku a vděčnost. Člověk, který pochopil, že nestačí pouze konat dobro, ale je potřeba, aby vešlo ve známost, že výchova je záležitostí srdce, a že tedy nestačí milovat, ale že druzí musí cítit, že jsou milováni. Právě toto je salesiánský jazyk komunikace.

I my se dnes k němu duchovně přiblížit jako děti, děkujeme mu za význam, který má pro život všech i každého z nás, a že nejsme schopni sami sebe bez něj pochopit od okamžiku, kdy jsme přijali za své jeho zkušenost víry, jeho životní projekt, jeho vášeň pro spásu mládeže. Svou lásku proto samozřejmě doprovázíme obnoveným úsilím o věrnost jemu a jeho charismatu, poslání a volbám, jako například „šíření dobrých knih“ pro službu církvi a společnosti, a věrností mladým dnešní doby, kteří jsou tak ovlivňováni moderními prostředky sociální komunikace, tak citliví k novým formám životního stylu a kteří tolik potřebují vychovatele a kompetentní vůdce.

Nebylo by na škodu si znovu přečíst onen programový list Dona Boska, abychom v něm našli světlo a podnět k této dvojí věrnosti, a znovu se s odvahou postavit na nové hranice v sociální komunikaci.

Vás, vaše úmysly a vaše úsilí o to, abyste byli dobrými vychovateli-pastýři-komunikátory svěřuji Panně Marii.

*don Pacual Chávez V.*