

DIREZIONE GENERALE OPERE DON BOSCO

Dicastère pour la Communication Sociale

# **SYSTÈME SALÉSIEN DE COMMUNICATION SOCIALE**

Lignes d'orientations pour la Congrégation salésienne

Deuxième Édition  
Rome - 2011

Éditions S.D.B  
Édition extra commerciale

Direzione Generale Opere Don Bosco  
Via della Pisana, 1111- 00163 Roma – Bravetta  
Casella Postale 18333 - [www.sdb.org](http://www.sdb.org)

## SIGLES ET ABBREVIATIONS

ACG	- Actes du Conseil général
ANS	- Agence iNfo Salésienne
ACS	- Archives centrales salésiennes
BS	- Bulletin salésien
C.	- Constitutions
CG	- Chapitre général
DCS	- Dicastère pour la Communication Sociale
F/LOSS	- Free/Libre and Open Source Software
MB	- <i>Memorie Biografiche</i>
PAS	- Plan d'action de secteur
PPCS	- Plan provincial de communication sociale
POI	- Projet organique provincial
R.	- Règlements
SPS	- <i>Scritti Pedagogici e Spirituali</i>
SSCS	- Système Salésien de Communication Sociale

<b>PARTIE I SSCS</b>	<b>7</b>
<b>1. PREFACE</b>	<b>9</b>
<b>2. COMMUNICATION</b>	<b>12</b>
2.1 Qu'est-ce que la communication ?	12
2.2 Jésus notre modèle comme Parfait Communicateur	12
2.3 Don Bosco notre inspirateur	13
2.4 S. François de Sales, patron zélé et docteur de charité	14
<b>3. UN GLOSSAIRE DES TERMES</b>	<b>15</b>
<b>4. VISION ET MISSION</b>	<b>19</b>
4.1 Introduction	19
4.2 La vision de Don Bosco	19
4.3 La vision dynamique de la Congrégation	20
4.4 La mission	21
4.4.1 Les convictions et les valeurs	21
4.4.2 Des Critères importantes de la communication salésienne	22
<b>5. OBJECTIFS STRATEGIQUES</b>	<b>25</b>
5.1 Les destinataires, les bénéficiaires, les protagonistes et leurs besoins	25
5.1.1 Les besoins des jeunes:	25
5.1.2 Les besoins des milieux populaires et des missions:	25
5.1.3 Les besoins des salésiens:	25
5.1.4 Les besoins des salésiens:	26
5.1.5 Les besoins des collaborateurs laïcs:	26
5.1.6 Les besoins de la Famille Salésienne:	26
5.1.7 Les besoins de l'Église et de la société:	27
5.2 Résultats désirés	27
5.3 Les sujets	27
5.4 Les domaines d'action du Système Salésien de la Communication Sociale	28
5.4.1 Animation	28
5.4.2 Formation	28
5.4.3 Information	28
5.4.4 Production	28
<b>6. POLITIQUES</b>	<b>29</b>
6.1 La politique de communication de la Congrégation	29
6.2 Lignes politiques pour les domaines de action	32
6.2.1 Animation	32
6.2.2 Formation	33

6.2.3	Information	32
6.2.4	Production	33
6.2.4.1	Entreprises d'Édition	33
6.2.4.2	Les sites web salésiens	34
6.2.4.3	La Radio salésienne	35
6.3	Les divers processus et les lignes politiques	36
6.3.1	Processus de base	36
6.3.2	L'élaboration de projets et leurs politiques	38
6.3.3	Le développement et ses politiques	38
6.3.4	La promotion et ses politiques	38
6.3.5	Les activités de support et ses politiques	39
<b>7. ORGANISATION, ROLES ET FONCTIONS</b>		<b>41</b>
7.1	Organisation du SSCS	41
7.1.1	Organigramme:	41
7.2	Le Conseiller général pour la communication sociale	42
7.2.1	Rôle:	42
7.2.1.1	Détail du rôle:	42
7.3	Équipe du Dicastère pour la communication sociale	42
7.3.1	Rôle:	42
7.3.1.1	Détail du rôle:	42
7.4	Le Consulte Mondiale	43
7.4.1	Rôle:	43
7.4.1.1	Détail du rôle:	43
7.5	Délégué régional, national et/ou de conférences	43
7.5.1	Rôle:	43
7.5.1.1	Détail du rôle:	43
7.6	Le Provincial avec son Conseil	43
7.6.1	Rôle:	43
7.6.1.1	Détail du rôle:	43
7.7	Le Délégué provincial pour la communication sociale	44
7.7.1	Rôle:	44
7.7.1.1	Détail du rôle:	44
7.8	L'équipe (Commission provinciale) de la communication sociale	45
7.8.1	Rôle:	45
7.8.1.1	Détail du rôle:	45
7.9	Le Coordinateur locale pour la communication sociale	45
7.9.1	Rôle:	45
7.9.1.1	Détail du rôle:	45
7.10	L'Agence ANS (l'Agence iNfo Salésienne)	46
7.10.1	Rôle:	46
7.10.1.1	Fonctionnement:	46

7.11 Le bureau de presse	47
7.11.1 Rôle:	47
7.11.1.1 Fonctionnement:	47
7.12 Relations Publiques	48
7.12.1 Rôle:	48
7.12.1.1 Fonctionnement:	48
7.13 Le Bulletin salésien	48
7.13.1 Rôle:	48
7.13.1.1 Fonctionnement:	48
7.14 Le portail web	49
7.14.1 Rôle:	49
7.14.1.1 Fonctionnement:	49
7.15 La documentation et les archives	49
7.15.1 Rôle:	49
7.15.1.1 Fonctionnement:	49
7.16 Les Nouvelles provinciales	50
7.16.1 Rôle:	50
7.16.1.1 Fonctionnement:	50
7.17 Les Centres de formation	50
7.17.1 Rôle:	50
7.17.1.1 Fonctionnement:	50
<b>PARTIE II Orientations pour la Formation des Salésiens en Communication Sociale:</b>	<b>51</b>
<b>INTRODUCTION</b>	<b>53</b>
Les Destinataires	53
Objectifs	53
Les niveaux de formation	53
Propositions pour les différentes phases de la formation	54
1. LE PRE-NOVICIAT	56
2. LE NOVICIAT	57
3. LE POSTNOVICIAT	58
4. LE STAGE PRATIQUE	59
5. FORMATION SPECIFIQUE	60
6. FORMATION PERMANENTE	61
<b>PARTIE III ANNEXES</b>	<b>63</b>
Annexe 1: Extrait de l'introduction à l'édition originale du SSCS	65
Annexe 2: La Communication Sociale dans les documents de la Congrégation	68
Annexe 3: Message du Pape Benoît XVI pour la 43ème Journée Mondiale des Communications sociales	71
<b>INDEX</b>	<b>74</b>





## Partie I SSCS

---

« Nos publications tendent à former un système ordonné, qui embrasse sur une vaste échelle toutes les classes formant la société humaine »

*(Don Bosco, Lettre Circulaire relative à la diffusion de bons livres 19 mars 1885).*



# 1. Préface

---

Chers confrères salésiens,

Amies et amis de la Communication sociale:

Tout change, seul Dieu demeure immuable; actuellement, dans cette nouvelle époque de la communication, cette réalité est plus évidente que jamais. Les nouvelles technologies n'ont pas connu seulement une évolution, mais ont grandement influencé la culture: la manière d'entrer en relation avec Dieu, avec les autres et avec la nature, la manière de hiérarchiser les valeurs, de produire, distribuer et acquérir les biens, la manière de donner sens et remplir la vie. Pour cette raison, le Pape Benoît XVI a intitulé son message pour la journée mondiale des Communications sociales de 2009: « Nouvelles Technologies, nouvelles relations ». Après, dans ses messages, il a commencé à parler d'un Nouveau Continent. De ce fait, est née l'urgence d'actualiser le Système Salésien des Communications Sociales (SSCS), dont la dernière édition a vu le jour il y a six ans sous le mandat de mon prédécesseur, l'actuel Monseigneur Tarcisio Scaramussa, avec l'aide du personnel de la communication de l'époque dont la grande majorité continue à travailler dans ce secteur.

Le travail d'actualisation nous a pris deux ans des rencontres, réflexions et synthèses avec les personnes de la Congrégation engagées dans le champ de communication: les membres du Dicastère, les Délégués provinciaux et leurs équipes, les directeurs des maisons d'éditions et typographies, de radio et TV, de Bulletin salésien et des présences multimédiales, de webmasters et même la Consulte Mondiale pour la Communication sociale. La qualité de réflexion, la variété de participation et de représentativité des Régions ne sont pas à mettre doute. A tous, merci pour le grand sens d'appartenance à la Congrégation et pour la responsabilité manifestée en faveur de ce secteur qui, en synergie avec les autres, porte de l'avant la mission salésienne. A tous, félicitations, parce que le document reflète leur vie, leur conviction, leur préparation, leur expérience: il est donc œuvre de tous et il nous appartient.

Le nom est resté comme tel, comme il en est aussi des concepts fondamentaux même si la structure est changée comparativement à la première édition. C'est pourquoi nous parlons de l'actualisation et non de la révolution ! Il y a quelques fils transversaux dans tout le document qui, non seulement actualisent, mais insèrent la nouveauté et cherchent de promouvoir une nouvelle mentalité dans la Congrégation: une prospective qui vise la synergie des secteurs de la Congrégation centrés sur la mission commune, la priorité de la formation des Salésiens, des collaborateurs et des jeunes à la communication, la participation consistante des laïques et laïcs dans ce champs qui leur est naturel, une présentation des principes et critères nécessaires d'unité mais qui demandent une adéquate et flexible application locale et, finalement, une vision et application du SSCS comme écosystème.

Le premier élément significatif et transversal est le fait de la riche participation des représentants des secteurs de la Formation, de la Pastorale des jeunes et des Missions lors de la Consulte Mondiale qui a élaboré le document final. Ce fait répond à la demande du CG26 au n° 117:

« Ayant pris en considération la complexité de la mission; vu le besoin d'une plus grande coordination entre le Dicastère pour la Pastorale de Jeunes, le Dicastère pour la Communication Sociale et le Dicastère pour les Missions, en particulier dans l'animation des secteurs partagés au sein de l'activité; demande au Recteur majeur avec son Conseil de promouvoir des équipes menant une animation concentrée entre Dicastères pour ces secteurs, et d'en confier la Coordination à l'un ou l'autre des Conseillers, en sauvegardant dans tous les cas le fait qu'il existe qu'une seule pastorale salésienne et qu'elle demande à être organisée. »

L'unité et la coordination des secteurs en faveur de la Mission est une exigence charismatique qui, loin d'appauvrir les secteurs, enrichit et augmente leur identité car on part de la même source et on marche dans la même direction. Ceci sollicite aussi une nouvelle mentalité, un nouveau mode de vivre, de s'organiser et de se former en communion avec les autres, en vue de l'accomplissement de la mission commune.

# 1. Préface

---

En second lieu, il SSCS est traversé par une conviction: la formation des Salésiens, des collaborateurs et des jeunes à la communication est une priorité. Les nouvelles vocations des consacrés et les générations d'adolescents et de jeunes à qui nous sommes envoyés vivent et appartiennent à une nouvelle ère et à un nouveau continent. Nous-mêmes et les nôtres collaborateurs, qu'il plaise ou non, vivons au sein de ce continent, comprenant et utilisant, bien ou mal, sa technologie et son langage. Une formation qui ne connaît pas ou qui ne valorise pas suffisamment quelque chose qui est évident, court le danger de ne plus avoir les nouvelles vocations, de ne pas inculquer l'Évangile et de ne pas se comprendre avec les destinataires. Certainement la formation à la communication va au-delà de dicter les normes pour l'usage de la technologie et du réseau, va bien loin du fait d'offrir thèmes et laboratoires casuels pour une perception critique. Il s'agit d'une dimension transversale qui implique formateurs et formés, éducateurs et éduqués. Pour ces derniers, est indispensable l'éducation à la liberté responsable. Pour les consacrés, en outre, une formation à l'authenticité de vie qui inclut l'amour de sa propre vocation, la mission et les destinataires auxquels nous sommes envoyés. C'est pourquoi, je peux vous assurer que nous nous trouvons devant la plus belle et défiante opportunité d'évangélisation-éducation, celle du continent plus salésien, parce que c'est l'espace qui a en son sein nombreux adolescents et jeunes, un espace qui a grand besoin de actualisation et de mise en pratique du Système Préventif, où il est indispensable la manifestation de l'amour de Dieu: le continent digital dans lequel cohabitent de même manière riches et pauvres, croyants et agnostiques. Ce paragraphe confirme le précédent: il y a besoin d'un Salésien formé intégralement, d'une pastorale qui part de la nécessité et situation des derniers, d'un Salésien avec une ardeur missionnaire renouvelée qui ne confond pas œuvre et mission, d'un Salésien communicateur avec une profondeur spirituelle, d'un témoin de Dieu au milieu des jeunes de l'ère digitale.

De l'autre côté, une nouvelle mentalité et un apport frais ont été offerts par les laïcs engagés dans la mission salésienne à travers la communication. Le CG24 amis au clair que « les Salésiens consacrés et laïcs partagent le même esprit et la même mission. » Il s'agit d'une réalité enrichissante dans le secteur de la Communication. Il y a de plus en plus Délégués et Déléguées provinciaux pour la Communication, de plus en plus laïcs et laïques spécialisés et experts dans l'équipe provinciale et dans la Consulte Mondiale de Communication. Par la préparation du présent SSCS, leur apport était plus que technique: il s'agit d'un apport à caractère ecclésiologique et charismatique, continuant ainsi la dynamique née à Valdocco en faveur de l'évangélisation-éducation des jeunes pauvres et abandonnés. Consacrés et laïcs, nous avons tant à offrir et beaucoup à apprendre les uns des autres, mais toujours en faveur de l'évangélisation-éducation des jeunes qui vivent à l'intérieur d'une nouvelle réalité et ont besoin de nouveaux témoins apostoliques qui les accompagnent dans le discernement de leur vocation. Il est très significatif qu'en l'an 2010 l'Épiscopat italien ait célébré une rencontre qui avait pour thème: « Témoins numériques ». La réalité digitale et la nouvelle évangélisation sont des nouveautés et fil conducteur dans le document. Don Bosco, en ceci, continue à être notre père et inspirateur.

Le document présente les critères unificateurs globaux qui demandent réflexion et application locale. L'unité du charisme respecte l'application des principes et la diversité des niveaux et rythmes suivant l'histoire, la culture et les possibilités. L'étude comme l'application, car ont en commun le charisme, la mission et les destinataires dans une nouvelle ère, reviennent en premier lieu au Provincial et son Conseil, sans oublier leur Délégué de Communication et son équipe. Il ne serait admissible, partant de ce qui est dit précédemment, ni l'absence de la dimension de la Province, ni le manque en elle d'un animateur ou animatrice, salésien ou laïc, qui fait le pont avec le nouveau continent des jeunes, en assurant la fidélité à Dieu, à Don Bosco et aux destinataires. Il ne serait pas admissible non plus l'absence ou la moindre importance de la communication dans le POP ou dans le PEPS. Pour cela, il est fondamental qu'il ait un délégué ou une déléguée qui sert de base, qui donne vie et dynamité à un corps social et fraternel de service comme l'est la Province. Il s'agit de porter en avant, ensemble avec les autres secteurs et œuvres, la même mission de la nécessaire prospective de la communication. Les

# 1. Préface

---

grands et valides principes nous unissent, comme aussi leur intelligente et passionnante application dans toutes les provinces en faveur de la mission. Finalement, j'indique que nous avons mis en évidence et nous voulons appliquer le SSCS comme 'écosystème', comme une réalité dynamique, harmonique, et flexible qui facilite le développement équilibré et solidaire tendant à une finalité. Don Bosco a été créateur des environnements évangélisateurs-éducatifs, parce qu'il était capable d'inventer espaces harmonieux, relations équilibrées avec un grand désir de transcendance. Ceci se voit parfaitement dans son concept et expérience d'oratorio et de cour de récréation. Chaque environnement invitait, à travers un type de relations, de propositions de valeurs, de systématisations des espaces, de protagonisme joyeux des sujets à l'expansion et au sens de la vie. Les sujets, éducateurs et éduqués, pouvaient sentir, écouter, s'exprimer, goûter, toucher en tout moment et endroit ce qui leur était proposé tout en restant libres de choisir. La maison où aimer et être aimé comme en famille, la cour où exprimer sa joie et répandre la vie en compagnie des amis, l'école où éduquer l'esprit pour être producteurs et constructeurs d'une société juste, la paroisse où célébrer Dieu comme fin ultime de la vie sont la meilleure expression d'un écosystème où les personnes communiquent plus par ce qu'elles sont que par ce qu'elles disent. Ainsi se réclame encore une fois la synergie des secteurs en vue de la mission salésienne.

Je réitère les remerciements à qui ont participé à l'actualisation du SSCS et à qui, en l'étudiant, sauront le valoriser et appliquer dans leur Province.

Fraternellement en Don Bosco,

Père Filiberto González Plasencia sdb,

Conseiller général pour la CS

Rome, Italie 31.01.2011

## 2. Communication

### 2.1 Qu'est-ce que la communication ?

La communication est devenue un thème d'étude et de réflexion de grand intérêt et actualité, pas seulement parce qu'elle a été potentialisée par la technologie dans un mode inimaginable ces dernières décennies, mais aussi parce nous nous rendons de plus en plus compte que sa qualité est à risque. Advient pour la communication ce qui arrive à l'air que nous respirons: nous comprenons son importance quand il devient irrespirable et nous sommes obligés à intervenir. C'est pareil aussi pour la communication; si elle intéresse actuellement les scientifiques, techniciens, philosophes, psychologues, sociologues, éducateurs: dans ce cas, sa compréhension a grandi. Nous avons compris au moins ces vérités :

a) La communication humaine ne se réduit pas à un flux d'informations qui partent d'un émetteur (émettant) et arrive à un receveur (appelée aussi modèle linéaire). Un schéma semblable vaut peut-être pour les machines et pas pour les personnes. La communication authentique exige une réciproque attention et dialogue; se réalise quand entre ceux qui interviennent il y a la collaboration pour définir un contenu vraiment partagé (modèle circulaire, dialogique).

b) Lorsque nous communiquons, nous n'élaborons pas seulement les messages, mais nous gérons les relations. Nous travaillons simultanément sur deux plans, celui des contenus (les idées, les affirmations, ...) et celui de relation (nous définissons le type et la qualité du rapport qui nous lie à l'interlocuteur). Se rendre compte de ce fait est d'une grande importance, parce que souvent ce qui bloque la communication ce ne sont pas les idées mais le constat que l'interlocuteur n'est pas intéressé, ne m'estime pas et me refuse.

c) La communication ne peut être identifiée avec une spécifique action. Certes, avec la parole je tente de communiquer avec mon interlocuteur mais le message ne se réduit pas à la parole. Au-delà des paroles, communiquent aussi les gestes, les traits du visage, le contact visuel, l'habillement, la position du corps, la présence dans un endroit déterminé. La communication, donc, est une dimension présente dans toutes mes actions. Dans ce sens, tout est communication.

d) La qualité de la communication n'est pas garantie seulement par le respect de la grammaire et la syntaxe de la langue que j'utilise. Il y a tout un contexte et un ensemble de valeurs qui doivent se mouvoir d'une manière cohérente. Pour dire ceci, hier on se serait servi de l'image des 'vases communicants': je ne peux pas me faire l'illusion d'élever le niveau de leur contenu en remplissant seulement une vase; le liquide que je verse se distribuera dans tous les vases et le niveau augmentera seulement dans un mode uniforme. Il ne suffit pas d'agir sur un aspect de la communication, c'est l'ensemble qu'il faut améliorer.

Aujourd'hui on utilise une métaphore plus efficace: on parle de 'écosystème'. La qualité de la communication dans un contexte déterminé est garantie par une pluralité des facteurs qui interagissent entre eux. Il s'ensuit que chaque personne, mais aussi chaque organisme, communique réellement d'une manière efficace s'il y a cohérence entre son message intentionnel et le message qu'elle émet: « avec ce qu'il fait et avec ce qu'il est ».

### 2.2 Jésus notre modèle comme Parfait-Communicateur

Si nous concevons la communication dans ce sens, il devient intéressant de se référer à la figure de Jésus Christ,<sup>1</sup> pas seulement pour écou-

<sup>1</sup> Ce qui suit est d'un intérêt particulier: Cesare BISSOLI, 'Cristo comunicatore' dans F. LEVER – P. C. RI-VOLTELLA – A. ZANACCHI, La Comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche, Rivoli (To)-Roma, ELLEDICI – RaiEri – LAS 2000, 325-328

## 2. Communication

ter ce qui est explicite et direct qu'il a dit sur cet argument, mais surtout pour méditer sur le mode "communicatif" d'être et d'agir avec les gens, avec les disciples, avec les enfants, avec les pêcheurs, avec les autorités, et avec le Père. Son essence d'être Dieu et Homme apparaît importante (le principe d'incarnation). Relisons ce qu'en dit *Communio et Progressio* au numéro 11 :

Durant son séjour sur cette terre, le Christ s'est révélé lui-même le parfait 'Communicateur'. Devenu, par l'Incarnation, semblable à ceux qui devaient recevoir son message, il a proclamé celui-ci avec puissance et sans compromission, par ses paroles et par toute sa conduite, vivant au milieu de son peuple, adoptant la façon de s'exprimer et de penser conforme à son pays et à sa condition.

### 2.3 Don Bosco notre inspirateur

De même, il devient fécond de se référer à Don Bosco. Pas seulement pour s'arrêter en vue de vérifier son action d'écrivain, d'éditeur, de distributeur...et méditer la recommandation passionnée faite à ses fils pour qu'ils continuent son intense action dans le champ qui sera ultérieurement appelé 'communication sociale'; ceci est seulement une partie des enseignements que Don Bosco nous a laissés dans le secteur de la communication.

Il y a beaucoup plus à découvrir et actualiser dans notre expérience actuelle. Don Bosco est grand pour la qualité communicative qu'il a su imprégner dans son être parmi les jeunes, dans l'invention d'une pratique éducative d'exceptionnelle valeur (le système préventif comme on l'appelle), dans la réalisation de son « oratorio », dans le fait de mettre toute ressource pour le bien des jeunes.

À ce propos, ça vaut la peine d'écouter un des spécialistes de l'étude de communication, Umberto Eco. Dans un article <sup>2</sup> À ce propos, ça vaut

la peine d'écouter un des spécialistes de l'étude de communication, Umberto Eco. Dans un article, il attribue à Don Bosco le mérite d'une 'grande révolution' dans le champ de communication, pour avoir proposé et réalisé dans son oratorio l'utopie d' "un nouveau mode de rester ensemble" capable de proposer une stratégie efficace en face d'une société de communication de masse qui n'est plus caractérisée par la présence des certains dinosaures (la radio, la télévision, les journaux, le cinéma) mais dominée par une série de comportements (qui font partie en effet de la communication de masse comme les blue-jeans, la drogue, le commerce de guitares usées, le mode de s'engager pour un groupe ou pour la bande"). Dans ce contexte « l'urgence n'est pas de produire d'autres dinosaures, mais de prendre acte de la domination des canaux et construire nouveaux modes pour les utiliser, les changer, les alterner, les confondre » . « Don Bosco invente [cette révolution], puis l'exporte vers les réseaux des paroisses et Action catholique, mais le noyau est là; quand ce génie réformateur entrevoit que la société industrielle demande nouveau mode d'agrégation, d'abord juvénile puis adulte, il invente l'oratoire salésien: une machine parfaite où tout canal de communication, du jeu à la musique, du théâtre à l'imprimerie, est géré en propre sur bases minimales et est réutilisé ou mis en discussion si la communication vient de l'extérieur. Rappelons-nous que dans années cinquante un réseau de douze milles petites sales paroissiales est arrivé à influencer les producteurs cinématographiques » .

Le génie de l'oratoire est qu'il prescrit à ceux qui y fréquentent un code moral et religieux mais accueille également celui qui ne suit pas ce code. Dans ce sens le projet de Don Bosco invente toute la société italienne de l'ère industrielle. Pour que le "projet Don Bosco" continue son efficacité - poursuit Eco -il est nécessaire qu'il y ait « quelqu'un ou un groupe, avec la même imagination sociologique, le même sens des temps, la

<sup>2</sup> Eco U., 'A lezione da don Bosco', dans "L'Espresso", 15.11.1981, p. 105. Le passage est repris par F. LEVER - P. C. RIVOLTELLA - A. ZANACCHI, 'La Comunicazione', p. 114.

## 2. Communication

---

même inventivité organisatrice. En dehors de ce cadre aucune force idéologique peut élaborer une politique globale de masse et devrait se limiter à l'occupation (souvent inutile et coûteuse) des grands dinosaures qui comptent moins de ce qu'on croit. »

### 2.4 S. François de Sales, patron zélé et docteur de charité

La « grande révolution » opérée par Don Bosco résulterait pure utopie sans référence à la personne que nous savons avoir inspiré profondément Don Bosco: Saint François de Sales. Regardant l'évêque de Genève comme à un excellent communicateur sous divers aspects (il fut journaliste créatif et actif dans beaucoup d'autres aspects de l'activité de communication), et simplement en parcourant les débuts de l'Oratorio de Valdocco, on voit combien Saint François de Sales a inspiré profondément Don Bosco. Laissons à notre fameux historien Père Pietro Stella le devoir de clarifier ce point:

Dans l'oratoire de Don Bosco, depuis les premiers moments, le centre et le cœur étaient constitués de la chambrette de Don Bosco et de la chapelle; ces deux endroits pouvaient être considérés comme dépositaires d'une série de messages que Don Bosco lançait à ses interlocuteurs. Jeunes et adultes qui entraient dans la chambre trouvaient fixé sur le mur l'écrit: « da mihi animas, coetera (sic) tolle », qui était non seulement une devise mais aussi une prière jaculatoire à Dieu. La chapelle qui remplaçait l'église, était significativement dédiée à Saint François de Sales pour indiquer, dans une explicite explication que fournissait Don Bosco, son propre style éducatif: pas l'encadrement sévère mais la douceur de l'éducateur; et l'allégresse comme manifestation de l'intime adhésion à la grâce divine que les jeunes devaient réaliser et exprimer.<sup>3</sup>

Don Bosco, nous pouvons en être sûrs, n'a pas regardé en Saint François de Sales comme à son inspirateur d'aspects particuliers de l'activité de la communication; ce qui a caractérisé ces deux personnages en réalité est la capacité créative, l'optimisme, l'affection et en même temps l'engagement de dépasser tous les obstacles à la diffusion de l'Évangile du salut. Ils furent, en temps et lieux différents (bien pas très différents géographiquement et culturellement parlant: après tous, tous deux partageaient la beauté des Alpes et des lacs qu'elles servent de couronne), de vrais communicateurs d'Évangile de l'amour de Dieu et constructeurs de son Règne.

---

<sup>3</sup> P. Stella, 'Don Bosco e la comunicazione' dans *Salesianum*, Annus LXXI-N.4 pp 635-650.

## 3. Un glossaire des termes

---

### animation:

Une caractéristique du style de leadership salésien, qui dérive de «animer» dans sa pleine signification de donner vie et âme à quelqu'un ou quelque chose, dans le sens de la motivation.

### blog:

Un site internet ou sa partie, généralement maintenu par un individu, souvent avec des entrées d'ordre chronologique. Il peut contenir commentaires ou réflexions personnelles. Le terme vient de la contraction de deux mots anglais: «web» et «log».

### Bulletin salésien:

Une revue en fonction de la mission (Salésienne), fondée par Don Bosco; elle s'adresse à l'opinion publique plutôt qu'à celle institutionnelle. Cela signifie qu'elle est essentiellement immergée dans l'expérience ecclésiale et historique de notre temps, et offre aux Salésiens une lecture des faits, en particulier celle regardant les jeunes et l'éducation.

### Cadre de référence:

Un système de principes et de modèles qui indiquent la mesure à prendre et la motivent.

### chat:

Système de communication instantanée qui permet aux utilisateurs de communiquer via le clavier, principalement par l'envoi de messages en forme de texte en temps réel. Pour l'utilisateur, il est normalement nécessaire d'utiliser un «pseudo» ou «nickname» (surnom). Les chats sont organisés «chambres» selon les arguments.

### communication:

Le terme «communication» se réfère à des personnes impliquées dans un processus de relation interpersonnelle ou de groupe, mais aussi un environnement culturel et social qui implique tout le monde dans un réseau, à travers des médiations innombrables d'outils et technologie. Inhérentes au sens de la parole communication, sont les valeurs de la réciprocité, la participation de donner et d'avoir. C'est pourquoi nous pouvons dire que quiconque est impliqué dans le processus de communication est un sujet de communication «sociale».

### communication sociale:

« Parmi les merveilleuses découvertes techniques qu'avec l'aide de Dieu, le génie de l'homme a tirées de la création, à notre époque surtout, l'Église accueille et suit avec une sollicitude toute maternelle celles qui, plus directement, touchent les facultés spirituelles de l'homme et offrent des possibilités élargies de communiquer très facilement des nouvelles de tout genre, des idées, des orientations. Or, parmi ces découvertes, il faut assigner une place singulière aux moyens qui, de par leur nature, sont aptes à atteindre et à influencer non seulement les individus, mais encore les masses comme telles, et jusqu'à l'humanité tout entière. Tel est le cas de la presse, du cinéma, de la radio, de la télévision et d'autres techniques de même nature. Aussi bien peut-on les appeler à juste titre: moyens de communication sociale ». (*Inter Mirifica*, Concile Vatican II, introduction).

### continent digital (numérique):

Le terme a été inventé par le pape Benoît XVI dans son message pour la Journée mondiale des communications de 2009. Le Pape ne définit pas le terme, mais l'utilise comme métaphore spatiale orientée à la «génération digitale», en lui demandant de «prendre la responsabilité d'évangéliser le 'continent digital' ».

### cyberespace:

un terme inventé par William Gibson dans son roman *Neuromancer* (1984) pour se référer à un espace imaginaire, une sorte d'hallucination collective générée par l'interaction d'ordinateurs puissants avec les êtres humains. Maintenant, le terme a élargi son espace sémantique et se réfère à un environnement virtuel créé avec toutes sortes d'instruments connectés au web, qui se transforme en une sorte d'univers parallèle.

### dicastères de la mission:

Une directive du CG26 en vue d'une meilleure coordination entre les Dicastères de la Pastorale de jeunes, la Communication sociale et les Missions pour animer notamment les zones d'activités conjointes ... en sauvegardant dans tous les cas la nature unique et organique de la pastorale salésienne de Jeunes.

## 3. Un glossaire des termes

---

### écosystème communicatif:

Exprime l'engagement et l'attitude des gens qui, en interagissant, créent une atmosphère de véritable communauté où règne le partage des idéaux, des valeurs, des relations au niveau de la vie quotidienne au sein de la communauté et du territoire. (De note de bas de page dans l'édition originale de SSCS).

### éducommunication:

Un complexe de politiques et activités comprenant la planification, la mise en œuvre, l'évaluation des processus et des produits orientés vers la création et le renforcement de l'écosystème de la communication dans le champ éducatif, que ce soit face à face ou virtuel.

### évangélisation:

La diffusion de la Bonne Nouvelle dans toutes les sphères de la vie humaine, de manière à introduire de nouveaux procédés inspirés d'elle ... L'Église évangélise quand elle s'engage à convertir exclusivement par la puissance divine du message qu'elle proclame, la conscience personnelle et collective, les activités, la vie et l'environnement des personnes (EN 18).

### F/LOSS:

Programme informatique gratuit et ouvert. Le programme permet aux utilisateurs l'accès et la libre utilisation. Ils sont libres de l'étudier, de le modifier et de le mettre en œuvre, car il y a libre accès au code-source.

### formation permanente:

le processus naturel, essentiel et continu, expérimenté dans la formation initiale. (*Ratio* no. 520)

### langage:

La distinction entre les mots, langue, et parole, selon le vocabulaire de la linguistique théorique de Ferdinand de Saussure en *Cours de linguistique générale*, publié à titre posthume en 1915, après qu'on ait recueilli les annotations des étudiants. Puis vient le langage.

- le langage dans le sens de *Paroles* qui forment un discours, une façon de parler.

- le langage dans le sens de *langue* ce que nous normalement entendons par «langage», un système de signes.

- le langage dans le sens de *langage*, un mode particulier de s'exprimer, ou le concept abstrait de langage que nous attribuons aux animaux, aux personnes, au cinéma, au théâtre...

### maison d'édition:

La préparation et la publication (imprimés, mais maintenant incluse la forme numérique) le matériel à propager et à vendre.

### médias convergents:

Une variété de produits assemblés formant un seul produit qui peut faire de multiples activités. (Définition de l'UE).

### numérique:

(et par extension, *médias numériques*, *génération numérique* (ou digitale), *fracture numérique*, *inclusion numérique*, etc.). L'information numérique est stockée à l'aide d'une série de zéro et de un. Les ordinateurs sont des machines numériques car ils ne peuvent lire une information que comme on ou off — 1 ou 0. Cette méthode de numérotation, également connue comme un système binaire, peut sembler un peu simpliste, mais elle peut être utilisée pour représenter une quantité énorme de données. CD DVD peuvent être utilisés pour stocker et reproduire sons et vidéos en haute définition, même si ils sont composés entièrement de zéro et de un.

Contrairement aux ordinateurs, l'homme perçoit l'information en analogique. Nous capturons le signal en un flux continu de tous les sens. Les êtres humains prélèvent les informations dans toutes les directions. Les outils numériques, cependant, évaluent l'information comme un et zéro. Le degré de cette évaluation, appelé le «degré d'échantillonnage», combiné à la quantité d'informations contenues dans chaque échantillon (l'intensité du bit), détermine le degré de précision de l'évaluation numérique.

Le soi-disant « fracture numérique » ne figure pas dans le document. La signification de ce terme est

### 3. Un glossaire des termes

---

encore largement débattue et pourtant ce qu'il peut signifier pour les Salésiens, au-delà d'un consensus superficiel sur le terme qui n'est pas encore accepté par tous. Mais il doit être assumé par toutes les attitudes et les considérations proposées dans ce document qui est le SSCS qui suppose l'inclusion numérique et rejette toutes les formes de l'exclusion numérique.

#### **nouvelles frontières:**

« Il ne s'agit n'est pas seulement de frontières géographiques, sociales, culturelles et religieuses » (P. Chávez à conclusion du CG26).

#### **nouvelles technologies:**

Un ensemble de nouvelles technologies qui offrent une croissance importante (tant en termes de prestations de plus en plus élevé de maîtrise des coûts) que les technologies déjà en place d'un processus spécifique dans un contexte historique particulier. Ainsi compris, il est évident que ce qui est considéré comme «nouveau» est l'objet de révisions constantes redéfinitions et des changements technologiques. (Gordon Marshall. "nuove tecnologie." *Dizionario di sociologia*. 1998).

#### **personal media:**

Le développement des moyens de communication qui incluent l'interaction dans leur structure et permettent aux utilisateurs non seulement de consommer les produits des médias, mais aussi de les créer. (Shiregu Miyagawa, professeur de linguistique et de communication à Massachusetts Institute of Technology).

#### **projet d'animation et de gouvernement du Recteur Majeur et de son Conseil:**

La planification du programme, initiée par le Recteur Majeur mais développée avec l'aide de son conseil, qui est élaborée au début du sessenat, c'est-à-dire immédiatement après la conclusion du Chapitre Général, et qui contient des lignes directrices pour les six années à venir. (Cf. *Vademecum* du Conseil général, 2003).

#### **Projet organique provincial POP:**

plan stratégique pour l'animation et le gouvernement de la province qui analyse dans son ensemble

la vie, la mission, la situation actuelle, les choix fondamentaux qui doivent guider l'organisation de la Province.

#### **Ratio:**

Guide pratique pour la formation des Salésiens de Don Bosco, la *Ratio Fundamentalis Institutionis et Studiorum* comme est connue dans son titre complet (également connu sous le nom de *Formation des Salésiens de Don Bosco* ou FSDB), « La *Ratio* expose et développe de façon organique et didactique l'ensemble des principes et des normes de la formation qui se trouvent dans les Constitutions, les Règlements généraux et dans d'autres documents de l'Église et de la Congrégation ». (R. 87).

#### **réseau, la mise en réseau:**

Bien que les deux termes ne sont pas identiques dans SSCS, ils se rapportent principalement à la notion de personnes travaillant ensemble, établissant des contacts, à la fois individuels ou en groupes. Toutefois, il est important savoir que l'échange et le développement d'idées dans un réseau, ou des activités de la mise en réseau, en ce sens «social», ne peut pas être réduit à l'image de nœuds interconnectés, comme souvent cela apparaît à travers la description des réseaux. Le réseau social fait actuellement l'objet d'études approfondies, qui mettent en évidence de nouvelles «lois» et dynamiques, avec des effets sur le mode de participation à ce processus.

#### **ressources de communication:**

Le terme revient souvent dans ces pages; dans un sens large, se réfère à ce qui est bénéfique et utile à atteindre un but final. Cela signifie que les ressources peuvent être physiques (ressources quantifiables), personnelles (ressources intellectuelles ou pour affronter un sujet) ou techniques. Dans certaines circonstances elles sont spécifiées comme des ressources éducatives, financières ou autres.

#### **Système Salésien de Communication Sociale (SSCS):**

Le titre de ce texte « Un projet intégré et unifié de la communication », (Père Martinelli à la rédaction du Bulletin salésien, 1998).

## 3. Un glossaire des termes

---

### traduction mémorisée (TM):

Dispositif de "textes explicitement stockés et alignés avec la copie originale correspondante." Il peut être considéré comme une base de données à partir de laquelle les traducteurs peuvent prendre des morceaux qui correspondent à des textes à traduire. (Bowker, L. (2002). *Computer-Aided Translation Technology: A Practical Introduction*. Canada: University of Ottawa Press).

### Web 2.0 et 3.0:

Si l'on considère le Web traditionnel comme Web 1.0, nous nous rendons compte qu'il est essentiellement statique: nous pouvons lire une page web juste en faisant clic sur les liens et quelque chose se produit: écouter de la musique ou regarder une vidéo... Dans le Web 2.0 on passe de « lire » à « lire-écrire », de html aux technologies AJAX, de statique à l'interactif y compris blogs, réseaux sociaux. Il n'existe pas de définition formelle du Web 2.0 (c'est simplement un terme grandit le long de la route) est en réalité le genre de 'web' que Tim Berners-Lee, son « inventeur », avait d'abord aperçu; même si en réalité ce qu'il avait entrevu c'est ce que nous appelons maintenant 3.0, le Web sémantique, où tout est connecté en quelque manière à tout autre chose (ou dans un langage OWL appelé langage Web ontologique) qui permet à des machines à lire et interpréter la connaissance à l'avantage des lecteurs.

## 4. Vision et mission

### 4.1 Introduction

1.

Ce subsidie recueille les éléments fondamentaux d'un cadre de référence pour la communication sociale, et les lignes et politiques pour le fonctionnement du SSCS, comme ils apparaissent dans les documents de la Congrégation après le CG20 (1972) et dans les plans des dernières années. Comme tel, c'est un instrument de travail pour qui a des responsabilités particulières dans la politique de promotion de la CS au niveau mondial, régional et local. Il doit être lu en conjonction avec les *Orientations pour la formation des salésiens en la communication sociale*.

2.

Le subsidie se présente en trois parties:

(a) SSCS;

(b) *Orientations pour la formation des salésiens en la communication sociale*;

(c) Annexes;

Une quatrième partie, le Manuel, qui porte le titre *Le salésien, Un Communicateur*, est actuellement en cours de révision et ce n'est pas inclus ici.

La première partie, SSCS, contient: une *préface*, des *déclarations des idées-clés*, un *glossaire*, la *vision et la mission*, les *objectifs stratégiques*, *politiques*, *organisation*, *rôles*, *fonctions*, *annexes*.

### 4.2 La vision de Don Bosco

3.

Don Bosco avait une compréhension très ample de la communication social. La lettre qu'il a écrite sur la diffusion des bon livres peut nous servir de « carta magna »: exprime son cœur apostolique, sa foi et sa vision entrepreneuriale.

4.

La Communication sociale était pour lui un champ prioritaire de sa mission: « Cette diffusion des bons livres est l'un des buts principaux de notre Congrégation. Je vous demande et vous supplie donc de ne pas délasser cette part très importante de notre mission ». <sup>4</sup> Il est également significatif que, dans sa première audience avec le pape Pie IX, décrit par le clerc Rua qui l'accompagnaient, à la question du Pape à propos de « ce qu'il faisait », Don Bosco a répondu en ces termes: « Votre Sainteté, je suis occupé avec enseigner aux jeunes et avec le *Letture Cattolice* » (MB vol. 5).

5.

En plus de l'« impression » et de la « diffusion des bons livres », Don Bosco se servait pour l'éducation de tous les instruments et de tous les langages de communication dont on disposait à son époque: le théâtre, les séances académiques, la musique...

6.

Don Bosco a utilisé une large gamme de stratégies de communication pour atteindre les jeunes, dont certains étaient sans éducation et sont analphabètes. Il pouvait raconter des histoires, de leur faire apprécier sacramentalité: ces dons font de lui un communicateur efficace. Mais il a aussi eu recours à des jeux, la « bonne nuit », récit animé de rêves et d'histoires; liturgie.

7.

Don Bosco avait vu aussi la force de l'information pour animer sa famille spirituelle, et pour mobiliser la société en faveur de sa mission. La création du Bulletin Salésien répondait justement à ce but. Aujourd'hui, les possibilités de fournir de l'information et créer la communion, en suivant les traces de Don Bosco, sont énormes: entre eux ANS, les nouvelles provinciales (compris les versions numériques), les divers sites Web, réseaux sociaux, etc.

<sup>4</sup>Don Bosco, Lettre circulaire sur la Diffusion des Bons Livres, 19 mars 1885. Dans EPISTOLARIO, vol. 4, pp. 318-321

## 4. Vision et mission

8.

Son optique s'orientait vers l'éducation et l'évangélisation de la jeunesse et des classes populaires. Il a pensé alors à la communication comme à un vrai système qui implique tous les personnes: « Nos publications cherchent à former un système ordonné, qui embarrasse sur une vaste échelle toutes les classes de la société humaine ». <sup>5</sup> Le mot Système est cher à Don Bosco, qui l'utilise tout spécialement pour montrer l'ensemble et l'articulation entre les éléments caractérisant son style d'éducation: le Système Préventif. <sup>6</sup>

### 4.3 La vision dynamique de la Congrégation

9.

La vision de Don Bosco a été prolongée de façon dynamique par ses successeurs, comme on peut le voir dans les écrits de tous les Recteurs majeurs, des Chapitres généraux, et dans la documentation historique de la Congrégation. <sup>7</sup>

10.

Au fil du temps, il a été nécessaire d'accorder plus d'attention à la croissance dans l'engagement dans ce domaine charismatique et, par conséquent, d'élaborer des positions plus positive et entrepreneuriale, plutôt que défensive, en direction des médias. Ce qu'en dit le P. Ricaldone à ces

sujet est symptomatique: « Nous ne pouvons pas nous contenter de cette partie purement négative; il nous faut limiter le mal des mauvaises publications par la diffusion des bons livres ». <sup>8</sup>

11.

En accord avec l'évolution des temps, avec le développement des nouvelles technologies et de leur incidence dans la société et dans les cultures, une vision ample et riche du champ de la Communication sociale et des ses multiples sens a mûri, spécialement après le Chapitre Général Spécial (1971), ainsi qu'une politique organique et coordonnée de développement et d'organisation. En effet, le chapitre avait cité le rapport du P. Ricceri qui reconnaissait qu'un « engagement systématique, coordonnée et adapté à l'importance et à l'actualité des instruments de Communication sociale n'avait pas été promu ». <sup>9</sup>

12.

Les Chapitres et les documents ultérieurs révèlent la consolidation des convictions et de la nouvelle pratique plus systématique des salésiens dans le champ de la Communication sociale:

- la connaissance de l'importance de la Communication sociale comme « présence éducative de masse, productrice de culture, école alternative »; <sup>10</sup>
- a priorité de ce champ pour l'éducation et pour l'évangélisation; <sup>11</sup>

<sup>5</sup> Idem

<sup>6</sup> ACG 290, p. 10.

<sup>7</sup> Cf. Dicastère pour la Communication sociale. Les Salésiens et la Communication. Rome, Édition SDB, 1989, p. 9-32.

<sup>8</sup> ACS 287, n. 143, p.52.

<sup>9</sup> CG20, 453.

<sup>10</sup> « La communication sociale devient toujours davantage une présence éducative de masse, modeluse des mentalités et créatrice de culture. À travers elle s'élaborent et se répandent les évidences collectives qui sont à la base des nouveaux modèles de vie et des nouveaux critères de jugement. Son pouvoir de pénétration et sa présence toujours plus massive font de la communication sociale une véritable et authentique école de remplacement pour de très larges couches de la population mondiale, en particulier les couches jeunes et populaires » (CG21, 148).

<sup>11</sup> La communication sociale est un terrain d'action significatif qui fait partie des priorités apostoliques de la mission salésienne. « Notre Fondateur a perçu la valeur de cette école de masse qui crée une culture et diffuse des modèles de vie, et il s'est engagé dans des entreprises apostoliques originales pour la défense et le soutien de la foi du peuple. À son exemple, nous valorisons comme dons de Dieu les grandes possibilités que la communication sociale nous offre pour l'éducation et l'évangélisation » (C 43).

## 4. Vision et mission

---

- la vision ample de la Communication sociale comme dimension humaine ayant comme but primaire la communion et le progrès de la société humaine;<sup>12</sup>
- la « valorisation de tous les formes et expressions de communication: communication interpersonnelle et de groupe, production de messages, usage critique et éducatif des moyens de Communication sociale »;<sup>13</sup>
- la valorisation de la Communication sociale comme nouvel espace d'agrégation des jeunes;<sup>14</sup>
- l'officialisation des services, de politiques d'animation et de coordination, de structures: le Conseiller général pur la Communication sociale<sup>15</sup>; le Délégué provincial<sup>16</sup>; le rôle du Provincial et de son Conseil<sup>17</sup>; les engagements de chaque confrère<sup>18</sup>; les canaux d'information et les centres de production<sup>19</sup>; les tâches des Conférences provinciales<sup>20</sup>;
- la qualification et la formation du personnelle.<sup>21</sup>

13.

La période depuis les années 1990 a été dominée par la nouveauté du développement numérique prodigieuse dans le monde des médias. CG26 parlé d'une « nouvelle frontière » en 2008, où « Nous sentons aussi que nous sommes interpellés par les nouvelles technologies de la communication sociale et par les défis éducatifs qu'elles posent ». <sup>22</sup> Le Chapitre a reconnu qu'il y a « beaucoup de... mondes virtuels habités par les jeunes sont multiples et que nous ne sommes pas

toujours capables de les partager et de les animer en raison d'un manque de formation, de temps et de sensibilité » (n°. 102) et entre autres choses, il a proposé, « un usage responsable et à une animation éducative et évangélisatrice de plus grand poids » (n°. 104) et que la communauté « fasse usage des technologies de la communication social pour donner une plus grande visibilité à sa propre présence et pour diffuser le charisme » (n°. 109).

### 4.4 La mission

14.

L'objectif de la SSCS est de favoriser un environnement de communication salésienne qui est une communion de personnes, œuvres, projets et activités. Il vise à mettre en place le développement et l'application des moyens de communication pour l'éducation et l'évangélisation des jeunes, surtout les plus pauvres d'entre eux, et de la société. Ce n'est pas seulement cela, mais travaille de concert avec d'autres secteurs qui partagent la responsabilité pour la mission salésienne.

#### 4.4.1 Les convictions et les valeurs

15.

Les convictions et les valeurs sont les idées-forces qui définissent, distinguent et orientent la communication sociale salésienne.

---

<sup>12</sup> ACG 302, p. 16

<sup>13</sup> CG24, 129

<sup>14</sup> CG25, n. 47

<sup>15</sup> C 137

<sup>16</sup> CG23, 259

<sup>17</sup> R. 31

<sup>18</sup> R. 32

<sup>19</sup> R. 33

<sup>20</sup> R. 142

<sup>21</sup> R. 31, 82; *Ratio*

<sup>22</sup> CG26 n.99

## 4. Vision et mission

---

16.

Le terme « communication » fait référence à des personnes impliquées dans rapport interpersonnel et de groupe, mais aussi à une réalité sociale et culturelle qui les mettent toutes en réseau, avec une médiation non indifférente d'instruments et de technologies. La valeur de réciprocité, de participation en accueil et de retour est intrinsèque au sens du mot « communication ». On peut donc dire que tous ceux qui participent au processus communicatif sont des sujets de la Communication sociale.

17.

La personne humaine est un être de communication, en dialogue, un être pour les autres, la condition et la possibilité pour chaque acte de communication. Nous sommes tous les communicateurs, même si nous ne sommes pas tous les professionnels de la communication.

18.

La communication humaine, vraie, efficace, est un processus de relations humaines qui non seulement transmet des messages clairs, mais est capable aussi de créer, entre les personnes:

- entente;
- communion;
- solidarité;
- participation;
- respect;
- enrichissement réciproque;
- perfectionnement des relations humaines;
- vie de la fraternité.

19.

Le contenu le plus important de la communication est le don que Dieu fait de lui-même à l'humanité, en Jésus-Christ ressuscité. La conviction la plus importante des Salésiens à cet égard, c'est qu'ils sont témoins de l'amour de Dieu révélé dans le Christ, et qu'ils communiquent ce à travers divers signes, symboles et langues de communication.

20.

L'évangélisation, la catéchèse et l'éducation ne se font pas sans un processus adéquat et humain de communication.

21.

Les moyens de communication sociale sont un don de Dieu et sont d'importance fondamentale pour l'éducation et l'évangélisation dans les temps actuels.

22.

La communication sociale est un terrain suffisant d'action significatif qui fait partie des priorités apostoliques de la mission salésienne.

23.

Le charisme salésien a le potentiel d'innovation dans le domaine de la communication.

24.

Le Système préventif de Don Bosco synthétise le style de la communication salésienne.

25.

Pour cela, la politique de Communication sociale de la Congrégation salésienne s'oriente par des critères qui caractérisent les traits particuliers du travail salésien, et qui indiquent les grandes options et le style d'action dans ce domaine.

### 4.4.2 Des Critères importantes de la communication salésienne

#### L'Incarnation:

26.

Le charisme pour les jeunes et le peuple de la vie salésienne oriente le travail de communication de la communauté et de chaque communicateur. Il en découle une communication qui cherche à établir une relation positive d'ouverture sympathique et de participation solidaire à la vie des jeunes et des gens, et à présenter dans cette ligne les œuvres et les activités salésiennes qui se situent dans les divers contextes du monde. En outre, l'im-

## 4. Vision et mission

---

sion dans la vie concrète permet d'offrir une lecture à jour des événements du monde et des situations qui se rencontrent dans le vaste univers des jeunes à partir de la perspective inculturée de l'évangéliste et de l'éducateur.

### Le témoignage de la vocation:

27.

Le SSCS doit déployer des efforts de façon à garantir que l'image de l'institution témoigne pour les jeunes de l'engagement social et chrétien pour transformer de la société. Nous savons très bien que « le premier service éducatif que les jeunes attendent de nous est la témoignage d'une vie fraternelle qui devienne une réponse à leur besoin profond de communication, une proposition d'humanisation, une prophétie du Royaume et une invitation à accueillir le don de Dieu » (CG25,7). La communication sociale est l'expression du zèle pastoral de la communauté et manifeste une image positive et cohérente de Congrégation comme communauté de consacrés au service de la mission, qui attire les jeunes et les gens. Pour élargir le cercle des amis et des collaborateurs, des coresponsables dans le travail pour les jeunes et le peuple, nous travaillons à susciter de l'intérêt pour la mission de Don Bosco, pour ses œuvres de promotion et d'évangélisation, pour les activités qui visent à libérer les jeunes et les gens des besoins les plus immédiats en vue d'une croissance en humanité. Pour nous, « vendre » c'est susciter de nouvelles vocations salésiennes: construire un plus vaste mouvement dans le style de Don Bosco.

### L'Évangélisation, l'Éducation:

28.

Le charisme salésien est un charisme éducatif. « Évangéliser en éduquant et éduquer en évangélisant » synthétise aussi l'activité salésienne sur le terrain de la communication. Fils spirituels de Don Bosco et de saint François de Sales, notre activité est en parfaite sintonie avec les options de notre fondateur et de notre patron. La communi-

cation sociale salésienne a, par conséquent, ce trait éducatif, et l'exprime comme engagement dans la cause de la culture et de l'éducation, comme sauvegarde de la tradition culturelle salésienne, comme réponse à la demande de communication et de qualification des éducateurs et des jeunes sur ce terrain, et comme contenu et forme de communication. « Nous sommes convaincus que notre principal apport au changement du monde pour l'avènement du Royaume est l'engagement pour l'éducation » (CG24, 99).

### Le Système préventif:

29.

« La contribution originale que nous pouvons offrir à la cause de l'éducation, c'est le Système préventif » (CG24, 99), qui est le cœur du milieu communicateur « Dans l'esprit de Don Bosco et dans la tradition salésienne, le "Système préventif" tend toujours plus à s'identifier avec « l'esprit salésien »: tout ensemble pédagogie, pastorale, spiritualité, qui associe dans une unique expérience dynamique éducateurs (individus et communautés) et destinataires, contenus et méthodes, avec des attitudes et des comportements nettement caractérisés » (CG21, 96). La communication salésienne, caractérisée par le Système préventif, est diffuseur des valeurs de l'esprit salésien, comme: le zèle apostolique, le sens de Dieu et de l'Église, la prédilection pour les jeunes, l'esprit de famille, l'optimisme et la joie, le sens du concret, la créativité et la souplesse, le travail et la tempérance, et la pratique même du Système préventif avec l'assistance-présence faite de raison, de religion et de cœur. Ces caractéristiques tracent dans leur ensemble le profil idéal et enviable d'un éducateur.

### L'éthique et le professionnalisme:

30.

Comme pour toutes les activités humaines, les activités de la communication salésienne ont imposé des critères éthiques et professionnels. L'éthique exprime l'honnêteté professionnelle du

## 4. Vision et mission

---

communicateur comme attitude de recherche permanente de la vérité, comme attitude de cohérence institutionnelle, sans triomphalisme ni auto référence, comme attitude démocratique de profond respect des faits et des destinataires desquels on est les serviteurs, sans tromperie, rouerie ni manipulations, comme respect des droits d'auteur, de l'image, de la « privacy » et des lois. La compétence professionnelle comporte une manière rigoureuse de faire les choses, adaptée à la nature des réalités qui se traitent. Dans la communication, cela signifie: évaluation systématique, critique et continue des données; détermination des destinataires pour les différentes interactions et informations; qualité de la forme et des contenus, adaptation au destinataire avec ses capacités, et au moyen avec ses exigences.

### L'Interdisciplinarité.

31.

Pour être efficaces dans la mission, nous nous inspirons de Don Bosco qui était promoteur d'innombrables activités et de formes de communication avec divers langages comme le théâtre, la musique, l'art, la littérature, et qui cherchait tous les moyens possibles pour communiquer, sans jamais perdre le caractère communautaire de la mission éducative: L'interdisciplinarité dans la communication est une exigence du charisme salésien: comme moyen de communion dans la mondialité des formes de la mission salésienne; comme réponse aux exigences particulières de l'éducation intégrale, qui suppose le partage des savoirs et la pluralité de langages; comme expression du rôle actif et de la participation qui caractérisent le processus éducatif salésien.

### Droits de l'homme.

32.

Un de ces droits (droit de troisième génération) est le droit de communiquer. Ce droit est très approprié pour les pauvres et est donc le droit d'être avancé et soutenu par la Famille salésienne, qui peut devenir la voix des sans-voix, en aidant ceux qui ne peuvent se faire entendre.

### Système.

33.

Pour travailler de manière systématique signifie de travailler avec une vision commune, en alignement avec l'Église et la Congrégation, avec des politiques intégrées et des projets à différents niveaux, l'articulation des secteurs, des approches de travail, les gens, le mise en réseau entre nous et avec d'autres institutions dans la société qui partagent la même mission. L'ouverture au travail d'équipe et le partenariat est une recommandation pour la vie inhérente à notre projet et l'organisation en tant que Congrégation, une famille et un Mouvement salésien. Aujourd'hui, nous n'hésitons pas à décrire ce aussi comme un écosystème.

### Mise en réseau.

34.

La mise en réseau entre les individus et des groupes requiert des qualités d'authenticité et de sincérité, et la capacité à instaurer la confiance et maintenir des relations. Cela signifie également reconnaître que les gens recherchent des conseils ou « témoignage » lorsqu'ils prennent des décisions, et que cette dynamique est effectivement en jeu entre les êtres humains quand ils tissent un réseau de relations.

## 5. Objectifs stratégiques

---

### 5.1 Les destinataires, les bénéficiaires, les protagonistes et leurs besoins

35.

Les destinataires prioritaires de la communication de la Congrégation salésienne sont les jeunes, en particulier les plus pauvres; les milieux populaires et les missions. Comme ils sont les destinataires de la mission, toute la communication vise à répondre à leurs besoins d'éducation et d'évangélisation. Conformément à l'expérience de Don Bosco et à notre compréhension actuelle de l'« écosystème », les individus et les groupes ne sont pas seulement « destinataires », mais aussi les protagonistes.

#### 5.1.1 Les besoins des jeunes:

36.

- Être capable de faire preuve de créativité et de participer activement, à prendre leur place dans la société;
- Compréhension, familiarité et utilisation des processus et des ressources de la communication sociale pour leur éducation et leur relation avec Dieu, avec les personnes, avec la nature, et avec la société;
- Conscience critique pour interagir avec les moyens de communication sociale, et pour vivre dans un monde interconnecté duquel ils font partie;
- Informations qui les aide à se développer pour la vie en société, pour leur projet de vie, et pour le leur relation avec le monde;
- Informations sur la Congrégation, sur l'Église, sur la vie religieuse;
- Formation des générations numériques à l'usage critique et responsable des divers types de médias (de masse, folk, personnel, convergents, etc.), à une association compétente et active en tant que créateurs dans les opportunités des médias sociaux (Réseaux sociaux, sites web) et dans les formes d'expression juvéniles et populaires.

### 5.1.2 Les besoins des milieux populaires et des missions:

37.

- Ressources de communication sociale adaptées pour le travail de formation et pour le développement social, politique, culturel et religieux des milieux populaire;
- Sources de données et de recherches sur la jeunesse;
- Articulation en réseau pour l'échange et la consolidation de projets;
- Promotion des droits d'homme, parmi lesquels le droit de communiquer;
- Conscience critique pour pouvoir interagir avec les moyens de communication et pour vivre dans un monde interconnecté duquel ils font partie.

38.

Les autres destinataires sont les salésiens, les collaborateurs des salésiens pour la mission, la Famille salésienne, les sympathisants de Don Bosco, la société, (moyens de communication sociale, société, et organisations ecclésiales, civiles, gouvernementales et non gouvernementales, secteurs spécifiques). La communication sociale répond à leurs besoins, en faisant en sorte que ces services soient au bénéfice des destinataires prioritaires.

#### 5.1.3 Les besoins des salésiens:

39.

- Conscience qu'ils doivent "découvrir [dans les jeunes] la présence de Dieu et les inviter s'ouvrir à son mystère d'amour" (CG26, 2);
- Connaissance du langage actuel des jeunes;
- Connaissance des formes de logique adaptés à un mode non-linéaire de représenter la vérité (le langage des images, du dessin multimédia, de la présentation narrative)...;
- Habilitation à l'attitude positive et critique d'accueil et à la familiarité dans l'utilisation des moyens et de leurs langages;

## 5. Objectifs stratégiques

---

- Qualification comme animateurs culturels;
- Formation continue pour un travail professionnel dans le cadre de la communication sociale;
- Documents pour la réalisation de leur mission éducative et pastorale;
- Informations sur la vie de la Congrégation, de la Famille salésienne, sur les jeunes et l'éducation;
- La préparation mentale pour la croissance du et dans le sentiment de communion et d'appartenance (synergie corporative);
- Compétence dans l'intégration du message éducatif et évangélisatrice dans la culture médiatique d'aujourd'hui;
- Diffusion des principes et des valeurs salésiens;
- Capacité d'utiliser correctement les instruments dans le contexte de la mission en cohérence avec les principes de l'Église;
- Qualification pour travailler en réseau.

### 5.1.4 Les besoins de la Congrégation:

40.

- Salésiens formés comme évangélistes, éducateurs, communicateurs;
- Disposer d'un système de communication sociale à caractère professionnel, stable et souple (plan stratégique intégré, organisation en réseau, structures et moyens adaptés, communication avec la société, écosystème de communication);
- Personnel qualifié;
- Information et préparation mentale dans la ligne du Projet d'animation;
- Une mentalité qui comprenne l'importance de l'association des laïcs coresponsables dans ce champ (cf. CG24);
- Centres de formation et de production (structures et moyens – entreprises);

- Formation et renforcement devant la société de l'image de la Congrégation comme institution éducative et évangélisatrice qui travaille au service des jeunes pauvres et des classes populaires;
- Diffusion de l'information entre la Direction générale et les provinces.

### 5.1.5 Les besoins des collaborateurs laïcs:

41.

- Une vision des vrais coresponsables dans la mission salésienne;
- Compréhension du langage actuel des jeunes;
- Connaissance du système salésien;
- Formation comme animateurs culturels;
- Formation à l'utilisation des ressources de communication sociale dans l'éducation;
- Documents pour le travail éducatif et pastoral;
- Ressources innovatrices de communication;
- Qualification pour travailler en réseau.

### 5.1.6 Les besoins de la Famille Salésienne:

42.

- Documents pour le travail éducatif et pastoral;
- Ressources de communication pour la mission;
- Articulation en réseau dans la FS et avec d'autres organismes ecclésiaux et civils;
- Préservation de son patrimoine historique;
- Accès aux sources de l'histoire de la Famille salésienne;
- Information à jour des événements du monde salésien.

## 5. Objectifs stratégiques

### 5.1.7 Les besoins de l'Église et de la société:

43.

- Informations qui réveillent le monde de la communication et tiennent éveillée la formation de la conscience critique;
- Informations vraies et libératrices sur la jeunesse, sur l'éducation, sur l'Église, sur la religion, sur la société;
- Diffusion de valeurs pour une culture de la justice, de la paix, de la solidarité et de communion;
- Nouvelles offres spirituelles présentées à travers les nouveaux médias;
- Appel aux personnes de bonne volonté pour qu'elles nous aident dans notre mission en faveur des jeunes.

### 5.2 Résultats désirés

44.

**Les jeunes**, spécialement les plus pauvres, qui comprennent, dominent et utilisent de façon critique des processus, des langages et des ressources de la communication dans leur rapport avec Dieu, avec les personnes, avec la nature, ou la société, et sont informés sur le développement de l'Évangélisation, de l'Église, de la Vie Religieuse, de la Congrégation, de la Province.

45.

**Les milieux populaires et les missions** servis par les ressources de la communication adaptées au travail de formation et au développement social, politique, culturel et religieux des gens, et d'information et de recherches sur la jeunesse.

46.

**Les salésiens** qualifiés comme animateurs culturels, connaissant et dominant les nouveaux langages de la communication, soutenus par les ressources de la communication pour sa mission d'éducation et d'information sur la vie de la

Congrégation, sur la Famille salésienne, sur les jeunes et sur l'éducation, et satisfaits par la diffusion des convictions et des valeurs salésiennes.

47.

**La Congrégation** disposant d'un système professionnel de communication sociale au service de la communion et de la mission, avec un personnel motivé et qualifié ayant une façon de voir et un projet communs, avec des centres de formation et de production salésienne, avec des moyens adaptés pour l'information, avec l'image bien assise d'une institution éducative et évangélistrice qui travaille au service des jeunes pauvres et des milieux populaires.

48.

**Les collaborateurs laïcs** comprenant le langage des jeunes, connaissant le Système préventif, formés comme animateurs culturels, équipés de ressources de communication pour leur travail éducatif et pastoral, informés sur le monde des jeunes et de l'éducation.

49.

**La Famille salésienne** informée sur l'histoire et sur les événements de la vie salésienne, équipée de ressources de communication pour l'action éducative et pastorale, avec une mémoire historique préservée.

50.

**L'Église et la société** servie par des informations qui tiennent éveillé le monde de la communication, pour la formation de la conscience critique, pour une culture de paix, et d'informations vraies sur la jeunesse et sur l'éducation, sur l'Église et sur la religion.

### 5.3 Les sujets

51.

Dans le sens de promotion du Système Salésien de Communication sociale, également connu comme écosystème, il faut considérer quelques sujets qui ont des attributions particulière, comme:

## 5. Objectifs stratégiques

---

Les *éducateurs*, les sujets de la communication interpersonnel, adultes et jeunes, laïcs et religieux, nous intéressent surtout. Dans l'esprit du système préventif, tous s'engagent à développer les compétences de communication, la vie en commun confiante et amicale, les rapports et les formes de collaboration.

La *communauté salésienne* et les *communautés éducatives*: malgré la diversité des rôles et des compétences, toute la communauté est responsable du développement de la Communication sociale.

Les *opérateurs professionnels* ayant des rôles spécifiques et des responsabilités de communication définies par l'organisation, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la communauté.

Le *dirigeants et animateurs* à leurs niveaux et attributions respectifs:

- Au niveau général de Congrégation, le Recteur majeur avec son Conseil, le Conseiller général pour la Communication sociale et l'Équipe du Dicastère;
- Au niveau régional et/ou national, le Délégué ou le Coordinateur régional ou national;
- Au niveau provincial, le Provincial avec son Conseil, le Délégué et la Commission de CS;
- Au niveau local, le Directeur avec son Conseil et le Responsable avec l'Équipe locale de CS.

Nous croyons que le système doit être un vrai écosystème de communication, et c'est pourquoi des entreprises comme la radio, la télévision, et de simples sites web doivent être par leur nature ouverts. Nous incluons la société dans son ensemble dans cette liste, mais plus encore la société enrichie de l'apport (entendu aussi au sens virtuel et pas seulement physique et géographique) de la communauté salésienne locale par son travail.

### 5.4 Les domaines d'action du Système Salésien de la Communication Sociale

#### 5.4.1 Animation

52.

L'animation est la partie fondamentale de la mentalité salésienne et un mode d'action, qui implique une action conforme aux *Orientations pour la formation des Salésiens en la communication sociale* et pour la gestion de la Communication sociale dans les processus éducatifs et dans les rapports internes et externes.

#### 5.4.2 Formation

53.

Renforcer la formation des compétences des personnes sur le terrain de la communication, et la gestion de la communication sociale dans les processus éducatifs et dans les rapports internes et externes de la Congrégation.

#### 5.4.3 Information

54.

Produire une information salésienne qui favorise la communion et le sentiment d'appartenance, l'éducation et l'évangélisation des jeunes, la préparation mentale et la mobilisation pour la mission de Don Bosco, et la présentation d'une image exacte de la Congrégation.

#### 5.4.4 Production

55.

Produire et soutenir des programmes, des ressources, et des entreprises de communication, les sites web, au service de la mission éducative et pastorale des jeunes. Cela signifie que nous devons faire la distinction entre les activités générales de la production et les multiples niveaux de communication et d'identifier les moyens de répondre aux demandes spécifiques.

## 6. Politiques

---

### 6.1 La politique de communication de la Congrégation

56.

La communication social se développe dans le cadre de référence de la mission salésienne envers les jeunes, comme une dimension qui traverse toutes les activités éducatives et pastorales, au même niveau que d'autres œuvres salésiennes. et comme travail et terrain de mission. C'est une activité qui appartient à la mission et par la gestion de processus et de produits vise à créer et à renforcer des milieux de communication salésiens. Dans l'unique mission, la communauté salésienne offre toujours un travail de coordination, en ligne avec d'autres secteurs de la mission salésienne.

57.

Les actions du SSCS sont destinées à engendrer des résultats cohérents avec les convictions et les valeurs salésiennes, susciter la communion et la paix dans la société au sens le plus large, et servir à la communion charismatique intérieure dans la Congrégation et dans la Famille salésienne.

58.

La Communication sociale de la Congrégation salésienne est tout entière au service de la mission de l'Église, centrée sur l'éducation et l'évangélisation des jeunes, en particulier des plus pauvres, et sur l'éducation à la foi dans les milieux populaires. (Cf. C. 6)

59.

La promotion de la communication sociale est de la responsabilité de tous, sous l'animation et la coordination du conseiller pour la Communication sociale au niveau mondial, et des Provinciaux et des délégués au niveau provincial, pour une action de système, avec des politiques et des plans communs et intégrés dans le Projet d'animation du Recteur majeur et de son Conseil et dans le Projet organique provincial.

60.

« La communication sociale sort des limites étroites d'une Province. Elle doit donc se penser en réseau. Ce qui ne peut se faire avec les forces d'une seule Province peut se réaliser avec la participation de plusieurs » (ACG 370,43).

61.

« Ces services (de communication) devront trouver des formes d'association et de coopération avec les centres d'autres Provinces ainsi qu'avec le conseiller général pour la communication sociale » (R. 31). « Les centres d'éditions d'un même pays ou d'une même région chercheront des formes appropriées de collaboration pour réaliser un projet unitaire. » (R. 33).

62.

Dans cette ligne, là où c'est opportun et expédient, les Pays, les Conférences ou les Régions organiseront au service des Provinces des équipes, des structures ou des services de partage, de consultation et de liaison pour la communication sociale. Ces structures et services seront réglés par des conventions ou des statuts spécifiques établis par un accord entre les Provinces, avec la participation du conseiller régional, après avoir entendu l'avis du conseiller général pour la communication sociale.

63.

La communication est favorisée lorsque les compétences communicatives des individus et l'institution sont améliorées. Compétences (un terme fort en usage parmi les éducateurs d'aujourd'hui) peut être évaluée objectivement. Cette évaluation est orientée par des paramètres ou des indicateurs objectifs, pour mesurer le degré de réalisation des résultats désirés et la mise en œuvre selon les critères établis. Le tout sera réalisé avec la participation des personnes engagées, pour évaluer l'efficacité des plans et des processus entrepris, et pour indiquer la direction des étapes à suivre.

## 6. Politiques

64.

Le caractère unique et organique de la mission salésienne indique la possibilité et la nécessité d'équipes interdiocésaines (par exemple PJ, CS, Missions), surtout pour favoriser des actions partagées.

### 6.2 Lignes politiques pour les domaines de action

#### 6.2.1 Animation

65.

*L'animation et la gestion de la communication dans le processus éducatif prendre en considération:*

- la communication de masse, des médias personnels et convergents, surtout en fonction des médias sociaux et le développement de l'informatique comme moyen de transmission des modèles innovateurs et de nouvelle mentalité, qui exigent une attention soignée dans le champ éducatif;
- la valorisation de la communication dans la communauté éducative, dans le respect des qualités de dirigeant et de la participation;
- la production de messages;
- l'éducation aux médias, considérés comme instruments à utiliser dans les processus éducatifs généraux; l'éducation aux médias entendu comme compréhension critique des médias, vus pas seulement comme instruments mais aussi comme langage et culture; l'éducation à l'utilisation des médias, tournée vers la formation des professionnels;
- les expressions artistiques, activités culturelles, musicales, sportives et de temps libre propres du style salésien;
- le soin du milieu dans ses divers aspects;
- l'ouverture à « des formes d'éducation et d'évangélisation, qui valorisent la communication comme un nouvel espace vital de regroupement des jeunes».

66.

*L'animation et la gestion de la communication dans les rapports internes prendre en considération:*

- l'engagement constant pour construire une communauté de personnes avec une vision commune et partagée de la mission, de l'esprit salésien et du projet, dans un climat de famille, de proximité et de coparticipation entre salésiens et laïcs (cf. en particulier le CG24), éducateurs et éduqués;
- la visibilité de la communauté comme noyau animateur d'une présence accueillante;
- la manière de promouvoir les initiatives qui favorisent l'échange d'expériences;
- la manière de surmonter les parcellisations des activités, des œuvres et des zones fonctionnelles (pastorale des jeunes, communication sociale, mission...) dans un espace local, provincial et mondial;
- la promotion de l'unité dans la croissante diversité des cultures et situations en continue transformation, à travers un constant dialogue entre Centre et Provinces, afin que soient connues et soit tenu compte des situations et des problèmes locaux, et en même temps, soit élargi le regard à l'univers de la Congrégation;
- la proximité de la part de la Direction générale aux Conférences et aux groupes de Provinces, pour projeter des interventions locales en réseau plutôt qu'imposées d'en haut, associant des centres et des délégués régionaux ou provinciaux.

67.

*L'animation et la gestion de la communication dans les rapports externes prendre en considération:*

- le soin des relations publiques de la Congrégation;
- le soin de l'image et de la publicité institutionnelle de la Congrégation;
- l'assistance au Recteur majeur et à son

## 6. Politiques

Conseil au niveau général, aux provinciaux et à leurs conseils au niveau provincial, dans les engagements de relation avec les personnes, communautés, institutions, moyens de communication, activités publiques;

- la promotion de la connaissance de la Congrégation en face des organismes ecclésiastiques, gouvernementaux et civils, de manière à aider la réalisation de la mission salésienne;
- la coordination avec les moyens de communication pour leur utilisation en faveur de l'éducation de la jeunesse et de la divulgation de la bonne nouvelle;
- l'opportunité d'utiliser des espaces possibles pour entrer dans le monde des médias, pour connaître les moyens de communication, les utiliser et en influencer positivement les contenus;
- les relations et la participation à des organismes ecclésiastiques et civiles qui œuvrent et coordonnent le secteur de la Communication sociale;
- la participation aux événements et aux mouvements ecclésiaux et sociaux dans le champ de la communication qui ont un rapport avec l'éducation et la pastorale.

### 6.2.2 Formation

68.

*La formation des salésiens prendre en considération:*

- Ce qu'écrivent les Règlements à l'article 82: « La mission salésienne oriente et caractérise de manière spécifique et originale et à tous les niveaux, la formation intellectuelle des confrères. L'organisation des études devra donc harmoniser les exigences du sérieux scientifique et celles de la dimension religieuse et apostolique de notre projet de vie. On cultivera avec un soin particulier les études et les disciplines qui traitent de l'éducation, de la pastorale des jeunes, de la catéchèse et de la communication sociale ».

- Les orientations de la *Ratio* (*La formation des Salésiens de Don Bosco: principes et normes*);

- La sensibilisation et la préparation des confrères, pour qu'ils puissent prendre place avec compétence dans le domaine de la communication;

- Les *Orientations pour la formation des Salésiens en la communication sociale*, contenus et méthodologies pour les différentes phases de la formation, document conjoint du Dicastère pour la Formation et le Dicastère pour la Communication Sociale (2006).

69.

*La mise en œuvre des projets de formation des salésiens et des éducateurs prendre en considération les trois niveaux suivants* (Cf. ACG 370, p. 22-25:

**Niveau général de base:**

- l'approfondissement des raisons théologiques et pastorales de la communication;

- l'étude et la mise en pratique du Système préventif de Don Bosco comme une des meilleures formes de communication et comme référence de base de toute la formation;

- la formation des compétences en communication de l'éducateur à partir de ses besoins;

- l'habilitation à travailler en équipe et à des formes d'apprentissage de la coopération;

- l'habilitation à la lecture, à l'évaluation critique, à l'interaction avec les médias, en dépassant la condition de simple consommateur, utilisateur;

- la connaissance critique et la syntonie avec les langages qui véhiculent la culture des jeunes, comme la littérature, le théâtre, la musique et le cinéma;

- Une préparation pour savoir bouger avec une connaissance critique du « continent digital » d'aujourd'hui, représenté de manière particulière par le blog, le chat, le texting...

## 6. Politiques

---

Niveau des animateurs et de ceux qui travaillent dans l'éducation et la pastorale:

- la nécessité de comprendre la culture du monde globalisé, mais aussi à être en mesure de contribuer à la création de modèles différents de culture solidaire;
- l'interaction avec le système des moyens de communication de masse, en assurant la formation de personnes créatives et attentives à une utilisation démocratique des médias au profit de toute la collectivité;
- la compétence pour l'utilisation du langage, des ressources et des moyens de communication dans les activités éducatives et pastorales;
- la formation du « media educator », de l'éducommunicateur, de l'animateur culturelle.

Niveau de préparation spécialisée:

- la formation technologique et professionnelle spécifique;
- la participation aux programmes des centres de formation à la Communication sociale.

70.

*La mise en œuvre des projets de formation des jeunes prendre en considération:*

- la formation des compétences en communication interpersonnelle et de groupe à partir de leurs besoins;
- la formation d'animateurs culturels;
- la formation pour la compréhension critique des médias;
- la communication et l'expression dans les divers langages du théâtre, de la musique, de la danse, des formes folkloriques, de la presse, de l'art, du cinéma et de la télévision, de l'Internet...;
- la compétence pour l'utilisation du langage, des ressources et des moyens de communication;

6.2.3 Information

71.

L'information est soignée comme un facteur fondamental pour la création de milieux salésiens de communication et pour l'indispensable mobilisation de la société en vue de la besoins des jeunes.

72.

L'information est différenciée et adaptée pour répondre aux besoins d'un destinataire concret – individu ou groupe -, avec un langage et des moyens adaptés et expédients.

73.

L'information est cohérente avec les axes politiques et les critères de la Communication sociale de la Congrégation.

74.

L'échange de nouvelles et d'expériences est renforcé comme facteur de croissance du sentiment d'unité et d'appartenance à la Congrégation et à la Famille salésienne.

75.

L'information contribue à soutenir et à développer le Projet d'animation du Recteur majeur et de son Conseil et du Projet d'animation de la Province et des communautés.

76.

Au-delà du contact et de la connaissance personnelle des jeunes dans notre œuvre ou zone de travail, nous visons une connaissance valable et documentée du monde des jeunes toujours en évolution. Il faut rassembler une riche information à son sujet pour mieux le connaître et l'apprécier et pour améliorer la qualification de notre service. En même temps nous transmettons cette même information à la société dans le but de créer une opinion et une prise de conscience à même de susciter des politiques et des actions en faveur de la jeunesse.

77.

Pour soutenir l'animation et le bon fonctionne-

## 6. Politiques

ment de la Congrégation en tant qu'organisation, on pourvoira à une banque de données constamment à jour pour permettre de connaître à chaque instant et rapidement, avec précision et sécurité, la situation du personnel, des œuvres et des activités.

78.

L'information a également la tâche de la conservation numérique. Elle implique l'élaboration de politiques à différents niveaux, s'assurer que le matériel numérique de valeur est développé de manière à faciliter sa conservation. Devraient être soigneusement examinées les divers procédés numériques pour la conservation des documents historiques et culturels de la Congrégation: écrits, images (fixes ou animées), des bandes sonores, les objets. Il convient de définir une bonne gestion des archives, bibliothèques, musées, monuments.

79.

L'image institutionnelle est à soigner par une information correcte et complète, qui manifeste nettement la portée sociale de l'œuvre de Don Bosco. « Nous travaillons dans les milieux populaires et pour les jeunes défavorisés. Nous les éduquons aux responsabilités morales, professionnelles et sociales, en collaborant avec eux; et nous contribuons à la promotion de leurs groupes et de leurs milieux. Nous participons, en qualité de religieux, au témoignage et à l'engagement de l'Église pour la justice et pour la paix. Volontairement indépendants de toute idéologie et de toute politique de parti, nous rejetons tout ce qui favorise la misère, l'injustice et la violence, et coopérons avec tous ceux qui bâtissent une société plus digne de l'homme. La promotion à laquelle nous travaillons selon l'esprit de l'Évangile, réalise l'amour libérateur du Christ et constitue un signe de la présence du Royaume de Dieu » (C 33).

80.

Sont constamment renforcés et qualifiés au point de vue professionnel les structures, les moyens et les produits d'information, et en particulier:

- L'Agence iNfo Salésienne (ANS) avec le réseau de correspondants dans les Régions et les Provinces;

- Les services de, les bureaux de presse, les port-parole;
- Les Bulletins Salésiens;
- Les portails et les sites web;
- Les services de documentation et archives;
- Les nouvelles provinciales et les diverses productions salésiennes d'information;
- Les plate-formes de moyens technologiques de communication qui permettent plus de rapidité, l'épargne en argent et en forces, l'accès permanent et personnel à l'information.

### 6.2.4 Production

#### 6.2.4.1 Entreprises d'Édition

81.

L'œuvre éducative de Don Bosco porte le sceau de son activité d'écrivain et d'éditeur. Comme auteur, il a écrit des textes spirituels, formatifs, éducatifs et scolaires. En lien avec son activité d'écrivain, il a créé la Société pour la diffusion de la bonne presse et fondé la typographie de l'Oratoire de Valdocco.

#### Vision

82.

- Les maisons d'édition salésiennes sont des entreprises qui s'insèrent dans la vie culturelle, sociale et politique du peuple, notamment celle des jeunes des milieux populaires; elles sont ouvertes aux cultures des Pays dans lesquels elles mènent leurs activités, cherchant à les comprendre et à incarner en elles le message évangélique (Constitutions, Art. 7).
- Par leurs activités, elles rendent présente et active la Congrégation dans l'œuvre d'évangélisation et de catéchèse, au sein de la société, à l'école et dans la culture. Elles fondent leur politique éditoriale sur le rapport entre foi et culture dans la ligne interprétative du Magister. Elles reconnaissent l'authenticité des valeurs profanes, leur auto-

## 6. Politiques

nomie et leur importance pour la foi; elles rejettent toute forme d'intégrisme.

- Elles sont une présence éducative et sont créatrices de culture, avec une attention particulière à la culture populaire et humanistique, dans la ligne de Don Bosco et de la tradition éducative pédagogique salésienne.
- Les maisons d'édition salésiennes opèrent dans le champ de l'éducation, de l'évangélisation, de la catéchèse, de la formation et de l'instruction. Elles s'engagent: à favoriser l'annonce de l'Évangile; à accompagner la découverte et la maturation de la foi; à faciliter la synthèse entre foi et culture; à éduquer au sens critique, esthétique, moral, et à promouvoir l'ouverture à la transcendance. (Constitutions Art. 31 et 34; Règlements généraux Art. 32).

### La Structure des entreprises d'édition salésiennes

83.

- En suivant l'exemple de Don Bosco, qui a donné à son activité de production éditoriale la stabilité d'une structure d'entreprise, et en conformité avec les normes des Règlements généraux (n.31), les maisons d'édition salésiennes doivent être fondées sur des bases juridiques et économiques sûres.
- Comme c'est le cas pour n'importe quelle autre œuvre de la Province, le Provincial, ensemble avec son Conseil, définira en toute clarté: la structure juridique de la maison d'édition conformément aux lois en vigueur dans le Pays; La structure propriétaire de la maison d'édition; l'objet de son activité, sa structure d'organisation, les rôles, les compétences, les fonctions. Le Provincial assumera son devoir constant de contrôle [sur le fonctionnement des maisons d'éditions].
- La structure propriétaire de la maison d'édition définira dans un document officiel: les valeurs importantes, les lignes directrices pour les décisions, les politiques, les actions; le but ou la raison fondamentale de la créa-

tion de la maison d'édition; la mission ou les objectifs à atteindre.

- La maison d'édition élaborera une stratégie pour réaliser la mission qui lui est confiée en évaluant ses atouts et faiblesses, ses ressources financières et humaines, sa capacité d'innovation; elle identifiera sa marque, ses clients potentiels, son cœur de métier; elle élaborera son plan stratégique, son plan de financement et son plan de marketing; elle élaborera son organigramme et la table de répartition des tâches: qui fait quoi, quand et comment.

### 6.2.4.2 Les sites web salésiens

84.

On peut identifier trois éléments caractéristiques d'un site web salésien: identité, but, la nature même du Web.

### Vision - Identité

85.

L'identité d'un site web salésien est charismatique et institutionnelle:

- *L'identité charismatique* peut être exprimée comme suit: la mission (le salut de la jeunesse); une référence à la figure de Don Bosco; l'usage du terme « Salésien »; un certain style inspiré du Système Préventif; le sens de la communauté et la manière de créer une communauté.
- *L'identité institutionnelle*. il existe divers niveaux d'appartenance à l'identité institutionnelle en fonction du caractère du site. Le site peut être « officiel » (le site de la Congrégation, de la Région ou d'une Province); le site peut être celui d'une œuvre, d'un secteur, d'une activité typiquement salésienne. Des éléments concrets comme le lieu et les divers « liens » (link) aident à exprimer cette appartenance. Un site officiel doit avoir un link qui renvoie au Portail de la Congrégation.
- Un site web salésien a toujours comme objectif de donner témoignage de l'identité chrétienne et évangélicatrice.

## 6. Politiques

---

But

86.

Un site web salésien a comme but d'animer, de former, d'éduquer, d'informer (nouvelles, vidéos...), de conserver (documents, images, sons), de diffuser (sans une tendance excessive à l'auto-référence). Une de ces fonctions devra être impérativement le but principal du site.

La nature même du Web

87.

Aujourd'hui on parle de Web 2.0 et demain on parlera probablement de Web 3.0. Un site web, vieux de dix ans ne répond plus aux attentes actuelles. Il est essentiel qu'un site salésien continue à se développer sans cesse.

88.

Sans doute le développement continu implique plusieurs aspects: design, icône, navigabilité, interactivité, accessibilité, la capacité de gérer de manière simple des sites toujours plus complexes en se servant des instruments aujourd'hui disponibles.

89.

Le webmestre salésien travaille dans le vaste mouvement salésien avec une contribution personnelle. Dans ce sens, nous pouvons parler d'une « communauté opérative » qui se développe progressivement et se renforce:

- Nous voulons une communauté ouverte, capable de dialogue, capable d'impliquer toutes les personnes intéressées;
- Sur nos sites web, il est important de savoir équilibrer la sphère du privé et celle du public;
- Nous sommes convaincus qu'un site web salésien apporte une valeur de plus à l'identité et à la mission de l'immense communauté salésienne;
- La communauté opérative des webmestres salésiens constitue un espace d'accueil, comme c'est le cas par exemple d'une salle

communautaire ou d'un autre espace semblable;

- Chaque communauté a ses rythmes. De même, la communauté opérative des webmestres salésiens a ses rythmes et peut exprimer sa vitalité. Cette communauté devra identifier des stratégies concrètes à cet effet.

### 6.2.4.3 La Radio salésienne

Mission

90.

Les structures radiophoniques avec un style salésien:

- évangélisent la culture juvénile et populaire, éduquant, orientant, informant et impliquant.

Vision

91.

Nous voulons promouvoir l'associationnisme, la participation des jeunes et des classes populaires; susciter en eux le sens critique pour interpréter et évaluer la réalité; répandre dans la société les valeurs humaines et chrétiennes.

Lignes pratiques

92.

- Élaborer des programmes éducatifs, culturels et pastoraux;
- Diffuser des programmes spécialisés avec une identité salésienne fondée sur le Système Préventif;
- Produire des programmes d'animation juvénile dans un style éducatif salésien, avec l'implication des jeunes eux-mêmes;
- Diffuser une information juste qui offre des éléments pour une critique constructive de la société;
- Collaborer aux campagnes de protection

## 6. Politiques

---

et de promotion des droits d'homme;

- Tendre vers un autofinancement des radios et des télévisions à travers un soutien local et des projets en réseaux;
- Promouvoir la vocation salésienne dans ses diverses expressions.

### Lignes d'Orientation

93.

- Informer, éduquer, évangéliser les jeunes et les classes populaires en utilisant le langage de la radio;
- Promouvoir la culture, l'éducation et la religion à travers une programmation éthique et de qualité;
- Produire et soutenir des programmes, des ressources et des entreprises radiophoniques au service de la mission éducative pastorale de la jeunes;
- Préparer sur le plan professionnel et former au charisme salésien le personnel de la radio, de manière à garantir la qualité évangélique du message. Organiser à cet effet des rencontres périodiques de formation;
- Accorder une place importante dans les messages radiophoniques aux thèmes de la justice sociale et des droits de l'homme, en vue d'accroître la prise de conscience sur ces thématiques;
- Diffuser de manière créative les valeurs religieuses et celles de la pédagogie salésienne, en utilisant les ressources appropriées;
- Promouvoir dans tous les secteurs et dans toute la province la capacité de travailler en réseau avec la Congrégation et l'Église.

### 6.3 Les divers processus et les lignes politiques

#### 6.3.1 Processus de base

94.

Pour que le système institutionnel fonctionne, il est nécessaire de définir les différents processus qui le structurent. Ces processus constituent un ensemble d'actions inter-reliées, nécessaires pour concrétiser la mission d'une Institution perçue comme un organisme.

95.

La définition des processus indique ce qui doit être fait et comment on doit le réaliser dans les activités les plus diverses. Il revient à la structure d'organisation de définir les aires fonctionnelles avec les compétences et les rôles respectifs.

96.

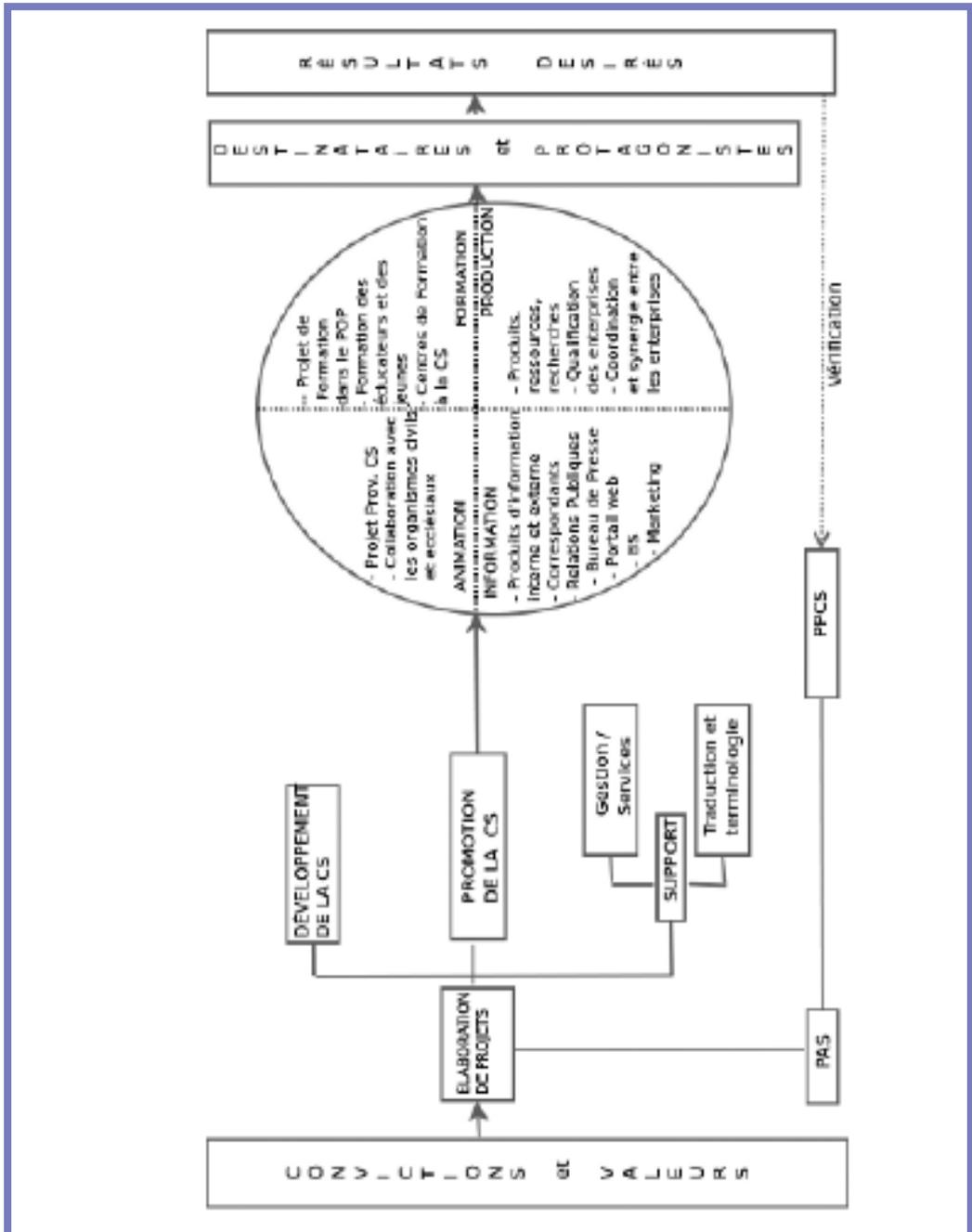
Le SSCS identifie les processus suivantes:

- l'élaboration de projets;
- le développement;
- la promotion;
- le support: la gestion et les services / traduction.

## 6. Politiques

97.

Ce qui suit est un schéma du SSCS et une description des processus.



## 6. Politiques

---

### 6.3.2 L'élaboration de projets et leurs politiques

98.

Assurer la mise à jour constante du SSCS face aux besoins des destinataires, et orienter ses actions de façon qu'elles soient efficaces dans la direction des objectifs (buts désirés).

99.

L'élaboration de projets est gérée comme une condition stratégique de la promotion du SSCS, pour orienter son développement et faire converger les actions en vue des résultats désirés.

100.

Le développement du SSCS est orienté par un Plan d'action du secteur (PAS) au niveau général, intégré dans le Projet d'animation du Recteur majeur et de son Conseil, visant à créer une synergie entre les Provinces et une collaboration entre les œuvres spécifiques de formation et de production.

101.

Au niveau provincial, le SSCS est orienté par un Plan Provincial de Communication Sociale (PPCS) intégré dans le Projet organique provincial (POP) et il cherche à appliquer à la Province la politique de CS de la Congrégation et la programmation générale faite par le Recteur majeur avec son Conseil pour les six années.

### 6.3.3 Le développement et ses politiques

102.

Favoriser la vitalité, la dynamique et le style salésien de la communication en tant que dimension de toute l'action éducative et pastorale, terrain de la mission et système spécifique et intégré de communication sociale.

103

Le développement de la communication sociale et la construction du SSCS sont soutenus par des actions d'évaluation, de recherche, d'étude et de réflexion, et contrôlés par des actions de consultation, de formation et de développement.

104.

Il revient à cette fonction d'approfondir la méthodologie pastorale salésienne de communication au service de la Congrégation, de l'Église et de la société.

105.

Pour faciliter cette fonction ont été mis en place des consultes permanentes au niveau mondial et provincial pour la communication sociale, composées d'équipes d'experts salésiens et laïcs pour les divers domaines ou aires, coordonnées respectivement par le conseiller général et par les délégués provinciaux pour la communication sociale.

106.

La formation de spécialistes salésiens et de laïcs dans la Communication sociale est prise en soin comme la réalisation de la conscience de la priorité qui lui est attribuée dans la mission salésienne.

### 6.3.4 La promotion et ses politiques

107.

Lancer, soutenir et renforcer avec efficacité les domaines de la action de la animation, de la formation, de la information et de la production qui rendent efficace la réalisation de la communication au service de la mission salésienne.

108.

La promotion de la communication sociale se fera dans les options suivantes:

- orienter les efforts vers la formation de personnes, d'équipes et de centres consacrés à l'élaboration de messages, plutôt que préoccupés de posséder des instruments ou de gérer des structures matérielles;
- travailler avec des projets orientés à créer des processus de communication, au service du projet éducatif et pastoral salésien (PEPS), de la communion charismatique et de la mobilisation pour la mission, plutôt qu'orientés vers les activités et vers les œuvres isolées;

## 6. Politiques

109.

Des structures avec du personnel et des moyens adaptés pour mener à bien l'animation et la formation, l'information et la production, au niveau général et provincial.

110.

La coordination de la promotion de la communication sociale c'est faite par le Conseiller pour la Communication sociale au niveau général et par le Délégué pour la Communication sociale au niveau provincial.

111.

Le Provincial, selon les indications du Chapitre général 23, « nommera le délégué provincial de la Communication sociale. Celui-ci aidera chaque communauté à développer les différentes formes de la communication; prêtera ses services aux différents secteurs d'activité et entretiendra des relations avec les organismes locaux, ecclésiastiques et civils » (CG23,259).

### 6.3.5 Les activités de support et ses politiques

112.

Assurer la disponibilité et l'administration adéquate du personnel, des ressources et des services nécessaires pour le fonctionnement du SSCS.

113.

La mise en œuvre de les activités de support se fait en entente avec l'économat général et/ou provincial.

114.

*La gestion du personnel prendre en considération:*

- l'alignement avec les convictions et les valeurs de la Congrégation et avec l'engagement dans l'exercice de la mission salésienne;
- le soutien et le développement d'une politique de ressources humaines permettent au SSCS de compter sur un cadre de personnel qualifié, stable et motivée;

- la formation constante des personnes pour le développement de ses potentialités et pour leur positionnement adéquat dans la structure de travail;

- la mise en œuvre conforme aux exigences légales et normatives en vigueur.

115.

*La gestion des ressources économiques et financières et du patrimoine prendre en considération:*

- la disponibilité, l'application adéquate et le contrôle des ressources nécessaires à la réalisation de la mission du SSCS dans la Congrégation;

- la mise en œuvre en conformité avec les exigences juridique légales et normatives en vigueur de la société civile et de la Congrégation;

- la compétence dans les procédures;

- le budget économique correspondant à chacun des plans.

116.

*La gestion des services prendre en considération:*

- l'organisation et les méthodes de travail pour que les structures d'organisation soient sans cesse à jour et adaptées aux résultats désirés, dans le cadre de référence des Constitutions et des Règlements de la Congrégation, et pour que les améliorations obtenues dans un secteur ou une aire déterminée de la Congrégation soient socialisées aux autres;

- le fonctionnement adéquat de systèmes informatisés qui permettent de prendre des décisions sûres et rapides nécessaires dans la gestion pour obtenir les résultats désirés par le SSCS;

- la disponibilité d'une base de support juridique pour orienter la mise en œuvre légale du SSCS et pour garantir la défense des intérêts de la Congrégation sur ce terrain.

117.

*La gestion des ressources linguistiques et de la traduction prendre en considération:*

## 6. Politiques

---

Assurer la cohérence terminologique du discours salésien tant à l'extérieur; - soigner une traduction fidèle et communicative des messages du Recteur majeur et de son Conseil, des autres organismes d'animation-formation et d'information (« fidèle » signifie ici fidélité au langage et au contexte original); « communicative » signifie ici compréhension pour les lecteurs dans leur contexte culturel; promouvoir les standards, spécialement dans les productions textuelles de la Direction générale.

118.

Le DCS s'occupe de la gestion des données linguistiques de la Congrégation en collaboration avec les Archives Centrales Salésiennes au moyen de la saisie informatique des textes, de la Traduction de mémoire (TM), etc.

Le DCS offre ses compétences et ses conseils à les Archives Centrales Salésiennes et à d'autres responsables pour la gestion du patrimoine documentaire de la Congrégation.

119.

Le DCS en collaborant aussi avec le Secrétaire général, s'occupe de la coordination du « pool » des traducteurs et offre des services d'aide pour la tâche.

120.

Le DCS promeut des guides de style pour les différentes situations, par exemple pour la Direction générale, pour les traducteurs dans les différentes langues.

## 7. Organisation, rôles et fonctions

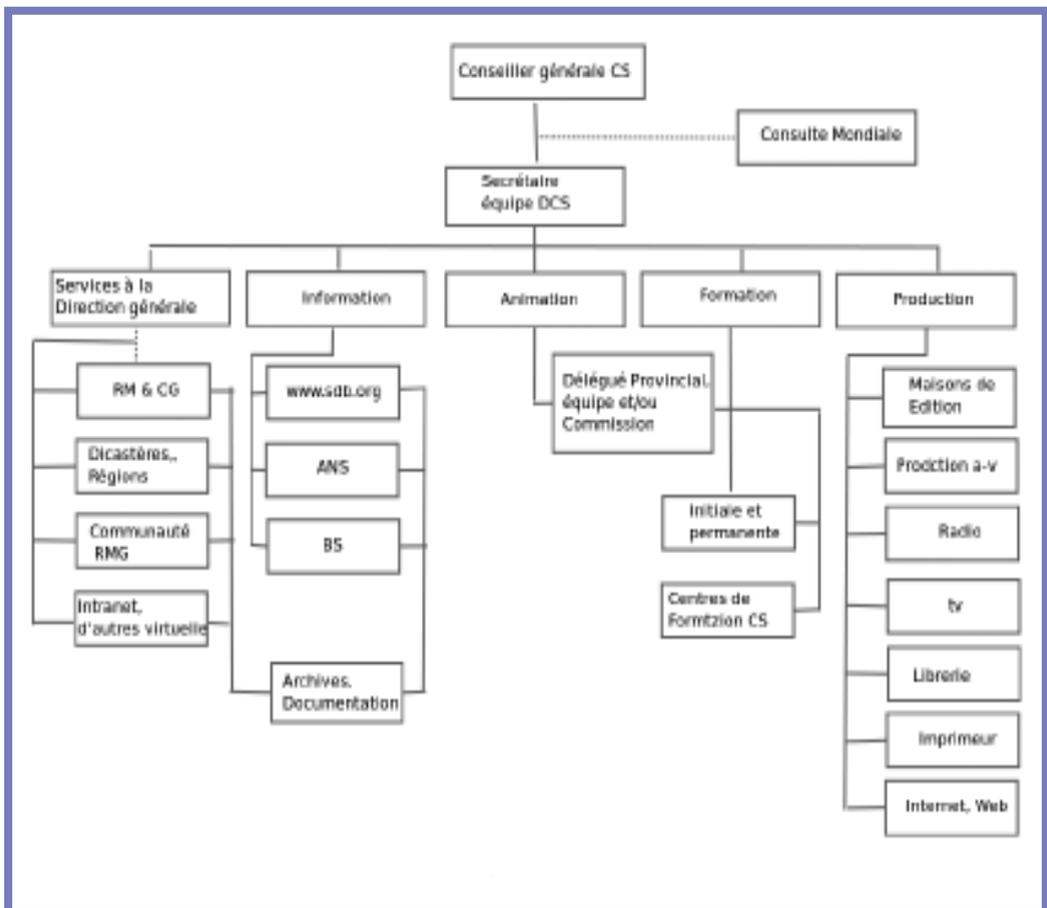
### 7.1 Organisation du SSCS

121.

L'organisation consiste à identifier et à regrouper le travail à réaliser, en définissant et en attribuant les charges, en déléguant l'autorité, en établissant les relations permettant aux personnes de travailler en équipe, dans la recherche des résultats désirés.

#### 7.1.1 Organigramme

122.



## 7. Organisation, rôles et fonctions

---

### 7.2 Le Conseiller général pour la Communication sociale

#### 7.2.1 Rôle:

123.

Animer la Congrégation dans le cadre de la communication sociale: il promeut l'action dans le secteur de la Communication sociale et coordonne en particulier, au niveau mondial, les centres et les structures que gère la Congrégation sur ce terrain.

#### 7.2.1.1 Détail du rôle:

124.

Faire prendre conscience de l'importance salésienne de la communication et de l'efficacité pour l'éducation et l'apostolat de la Communication sociale dans la Congrégation.

125.

Accompagner et soutenir les Provinciaux dans la tâche que leur confient les Règlements généraux à l'article 31 pour la promotion de la Communication sociale.

126.

Veiller à la qualité de l'intervention salésienne sur le terrain de la Communication sociale.

127.

Coordonner les divers domaines qui relèvent du dicastère pour la Communication sociale.

128.

Coordonner, au niveau mondial, les centres et les structures que gère la Congrégation sur le terrain de la Communication sociale.

129.

Veiller à l'application de la programmation générale, à l'unification de l'équipe avec toutes ses fonctions, et à son union avec le Recteur majeur et son Conseil et avec les autres dicastères.

### 7.3 Équipe du dicastère pour la Communication sociale

#### 7.3.1 Rôle:

130.

Contribuer avec le Conseiller général à la mission de promouvoir la Communication sociale.

#### 7.3.1.1 Détail du rôle:

131.

Collaborer constamment avec tout ce qui concerne la mission du dicastère pour la Communication sociale.

132.

Réaliser les tâches attribuées par le conseiller pour mener à bien les services du dicastère, comme:

- l'Agence ANS;
- le bureau de presse;
- le Bulletin salésien italien;
- les Bulletins salésiens;
- le portail web;
- la documentation et les archives;
- les services de photographie.

133.

Réaliser les tâches attribuées par le conseiller pour mener à bien les processus de la programmation des six années, comme:

- participer à des événements et à des organismes de Communication sociale internes ou externes à la Congrégation;
- coordonner les processus et les événements organisés par le dicastère.

Ce qui a été dit précédemment dans la section « production » à propos du site web salésien vaut a fortiori pour le site de la Congrégation.

## 7. Organisation, rôles et fonctions

---

### 7.4 Le Consulte Mondiale

#### 7.4.1 Rôle:

134.

Accompagner le développement de la communication sociale de la Congrégation, faire des évaluations, des recherches, des études, offrir des orientations et de la documentation pour la mise à jour constante.

#### 7.4.1.1 Détail du rôle:

135.

Offrir une consultation permanente à la Communication sociale dans la Congrégation, en particulier pour le Dicastère pour la Communication sociale.

136.

Les divers membres salésiens et laïcs de l'équipe, experts dans les divers domaines ou aires de l'animation et de la formation, de l'information et des entreprises, collaborent sans cesse avec le dicastère par leurs études et leurs suggestions, en répondant aux demandes, mais aussi en offrant des suggestions spontanées et des propositions.

137.

Le partage et la communication des contributions personnelles se font de préférence via Internet. Selon les besoins, la consulte est convoquée pour des réunions régionales ou mondiales, avec la participation d'experts sur des terrains spécifiques ou avec la participation de toute l'équipe.

### 7.5 Délégué régional, national et/ou de conférences

#### 7.5.1 Rôle:

138.

Promouvoir la synergie et la collaboration entre les Provinces en fait de communication sociale, et les actions d'ensemble, avec une large vue stratégique de la mission et de la Congrégation.

#### 7.5.1.1 Détail du rôle:

139.

Réaliser la tâche qui lui est confiée par les statuts ou les conventions de la délégation régionale ou de la Conférence.

140.

Rester en liaison étroite et en coopération avec le conseiller général pour la communication sociale et avec le dicastère.

141.

Promouvoir l'élaboration et la mise en pratique d'un plan commun de collaboration dans le secteur de la Communication sociale, en veillant à l'application de la programmation générale dans la Région ou conférence.

### 7.6 Le Provincial avec son Conseil

#### 7.6.1 Rôle:

142.

Promouvoir la communication dans la Province.

#### 7.6.1.1 Détail du rôle:

143.

Traiter et suivre la qualité de la communication au sein et en dehors de la Province, parmi les confrères, avec les groupes de la Famille Salésienne, avec les communautés ecclésiales et les institutions civiles et sociales, entre les groupes des provinces et avec le Conseil général.

144.

Nommer le délégué provincial pour la communication sociale, et l'équipe ou commission de Communication.

145.

Préparer les confrères à prendre place dans les circuits de la presse, du cinéma, de la radio et de la télévision.

## 7. Organisation, rôles et fonctions

146.

Instituer et renforcer les centres d'édition pour la production et la diffusion de livres, de documents et de périodiques, et les centres d'émission et de production de programmes audiovisuels, radio-phoniques et télévisuels.

147.

Installer les réviseurs des publications qui requièrent la révision ecclésiastique.

### 7.7 Le Délégué provincial pour la communication sociale

#### 7.7.1 Rôle:

148.

Le délégué (la déléguée) peut être salésien/ne o laïc/que et a come rôle de promouvoir, au nom du Provincial, la communication dans la Province. Il/elle devra assumer cette fonction à temps plein.

#### 7.7.1.1 Détail du rôle:

149.

Travailler en collaboration avec les diverses équipes qui composent la structure, et ce, en vue de la mission salésienne pour les jeunes et de son actualisation dans la Province. Le délégué collabore de manière particulière avec les délégués des autres secteurs. Le délégué, de concert avec l'économiste provincial, assumera une adéquate fonction de représentation dans les entreprises de communication de la Province.

150.

Collaborer à l'élaboration et l'application du Plan Provincial de Communication Sociale.

151.

Selon les possibilités, animer et accompagner tout ce qui se réfère à la communication sociale dans la Province:

- le Conseil provincial;
- les communautés salésiennes;

- les référents locaux pour la communication;
- les divers domaines d'activités de communication sociale;
- La formation permanente des confrères dans le domaine de la communication.

152.

Travailler en réseau avec les responsables à tous les niveaux de la Province afin de coordonner les actions du SSCS, insistant sur les critères salésiens élaborés dans la première partie de ce document:

- dans l'élaboration et dans l'application des plans aux divers niveaux provinciaux et locaux;
- dans la promotion des processus et dans l'exécution des programmes et des activités de formation, d'information et de production;
- l'intégration de l'équipe ou de la Commission provinciale de la Pastorale des jeunes;
- Assurant sa présence dans les organismes d'animation des activités de production de la CS.

153.

Avoir une vision d'ensemble qui permette au Délégué de faire des interventions ciblées, afin d'assurer un équilibre et une syntonie entre l'information salésienne locale et l'information au niveau mondiale dans les secteurs suivants:

- ANS (l'Agence iNfo Salésien): informations locales (correspondants);
- la production et diffusion de l'information au sein de la province, de la Famille salésienne: des instruments tels que la Nouvelle provinciale, la Bulletin Salésien, d'autres produits typiques;
- le fonctionnement du site web;
- le fonctionnement du bureau de presse;
- un contact actif et positif avec les structures, les personnes et les moyens de communication présents sur le territoire;
- l'image salésienne en donnant le plus possible, sur le plan de la qualité et de la quan-

## 7. Organisation, rôles et fonctions

---

tité, de la signifiante à la présence dans les masse-médias et dans la presse;

- La signifiante de la présence dans les masse-médias et dans la presse.

154.

Participer aux rencontres du système aux divers niveaux régional ou de conférence et mondial, en contribuant toujours davantage à une action en synergie dans la Congrégation.

155.

Se mettre d'accord avec les organismes ecclésiastiques, religieux, gouvernementaux et civils qui s'occupent de communication.

### 7.8 L'équipe (Commission provinciale) de la Communication sociale

#### 7.8.1 Rôle:

156.

Collaborer avec le Délégué et la Province dans la mission de promouvoir la Communication sociale.

##### 7.8.1.1 Détail du rôle:

157.

Travailler comme équipe dans le système et collaborer sans cesse avec tout ce qui concerne la mission dans le secteur de la communication sociale.

158.

Contribuer à la rédaction et à l'application du plan provincial d'animation, de formation et de consultation dans le cadre de la communication sociale.

159.

Contribuer au travail du délégué par l'information, l'étude, le partage, l'élaboration de projets et l'expérimentation.

160.

Assumer les charges confiées par le Provincial ou par le délégué pour la mise en œuvre et l'accom-

plissement des œuvres ou activités, ou pour la participation à des événements et à des organismes de communication sociale.

161.

Valoriser la communication sociale pour l'éducation et l'évangélisation des jeunes et du milieu populaire.

### 7.9 Le Coordinateur local pour la Communication sociale

#### 7.9.1 Rôle:

162.

Promouvoir la communication sociale dans l'œuvre locale.

##### 7.9.1.1 Détail du rôle:

163.

Participer activement au travail de l'équipe de Pastorale des Jeunes en tout ce qui regarde l'éducation des jeunes, et interagir avec les responsables des autres secteurs pour une action intégrée dans l'œuvre locale.

164.

Collaborer à l'élaboration et l'application du Plan Local de Communication Sociale.

165.

Animer tout ce qui se réfère à la communication sociale dans l'œuvre locale:

- le Conseil de la communauté éducative;
- la communauté salésienne;
- la commission locale pour la communication;
- les divers domaines d'activités de communication sociale.

166.

Coordonner les actions du SSCS, avec la participation effective des collaborateurs, en assurant

## 7. Organisation, rôles et fonctions

---

à la gestion du système la dimension d'efficacité dans le sens de répondre aux besoins des destinataires selon les critères salésiens:

- dans l'élaboration et dans l'application des plans;
- dans la promotion des processus et dans l'exécution des programmes et des activités de formation, d'information et de production.

167.

Faire fonctionner le pôle local de l'information salésienne:

- promouvoir la production et la diffusion de l'information au sein de l'œuvre et de la Famille salésienne, et soigner les moyens comme les Nouvelles locales et autres produits typiques;
- accompagner l'action des responsables locales;
- orienter le fonctionnement du site web;
- orienter le fonctionnement du bureau de presse;
- garder un contact actif et positif avec les structures, les personnes et les moyens de communication présents sur le territoire;
- promouvoir l'image salésienne en donnant le plus possible, sur le plan de la qualité et de la quantité, de la signification à la présence dans les masse-médias et dans la presse;
- fournir à l'ANS (l'Agence iNfo Salésienne) - dans la province et à Rome - les informations locales et placer de façon intelligente dans le territoire l'information produite;

168.

Participer aux rencontres provinciales du système, en contribuant toujours davantage à une action en synergie.

169.

S'accorder avec les organismes ecclésiastiques, religieux, gouvernementaux et civils qui s'occupent de communication sociale.

### 7.10 L'Agence ANS (l'Agence iNfo Salésienne)

#### 7.10.1 Rôle:

170.

Produire de l'information salésienne pour alimenter les moyens salésiens d'information et placer ses produits dans les moyens d'information sociale au service de la mission salésienne.

#### 7.10.1.1 Fonctionnement:

171.

Être à la disposition des différents organes de la Congrégation (Recteur majeur, Conseil général, dicastères, Provinces, etc.) pour les aider à utiliser de façon efficace l'information et la communication comme moyens d'atteindre ses objectifs d'animation et de gouvernement.

172.

Mettre en contact, par l'information sur ses différentes réalités, les membres de la Congrégation épars dans le monde et les divers groupes de la Famille salésienne.

173.

Recueillir les provocations de la réalité et aider la Congrégation, la Famille salésienne et la société à les lire et à les interpréter selon la mission salésienne.

174.

Contribuer à la qualité des moyens d'information de la Congrégation et des groupes de la Famille salésienne. À ces moyens l'agence veut offrir un service qui agisse comme élément dynamisant de leurs contenus et de leur présentation.

175.

Faire connaître les réalités de la Congrégation et de la Famille salésienne dans le monde, par des informations sur des faits importants distribués aux moyens proches de l'Église et, en général, des moyens d'information sociale.

## 7. Organisation, rôles et fonctions

---

176.

Exposer au monde les problèmes de la jeunesse et de l'éducation, en élaborant et en distribuant aux moyens d'information sociale des produits d'information qui se réfèrent à la situation des jeunes et de l'éducation, réalisés dans l'optique salésienne.

177.

Organiser et coordonner le réseau de correspondants dans toutes les aires géographiques salésiennes.

178.

Qualifier les correspondants en vue d'un travail professionnel sur le terrain de l'information.

179.

Travailler en accord avec les axes politiques et les critères qui orientent la communication salésienne.

180.

L'agence agit à deux niveaux:

**Mondial:** à Rome, et en intime collaboration avec les organes de direction de la Congrégation et de la Famille salésienne, le centre de l'agence établit les contacts nécessaires avec les agences internationales, les bases de données mondiales, le Vatican et tout l'ensemble des communautés salésiennes. Tous les produits de caractère mondial, tant internes qu'externes, sont réalisés par le centre, qui les distribuera directement aux clients ou les enverra à ses délégués provinciaux pour qu'ils les « placent » dans les moyens nationaux d'information.

**Provincial:** le Délégué provincial (correspondant provincial) pour la Communication sociale, en pleine collaboration avec les organes provinciaux de direction, établit des contacts avec les agences et les moyens nationaux d'information, avec le bureau de presse de la Conférence épiscopale et avec les communautés salésiennes de sa Province. Le délégué (personnellement ou par un autre correspondant) transmet au centre de l'agence toutes les informations de la Province de nature à l'intéresser et, selon un critère propre et d'accord avec la politique d'information,

« place » dans les agences et les moyens nationaux les informations ou les produits d'information qui sont parvenus de l'agence. En outre, le délégué, comme responsable vis-à-vis de l'agence, élabore et distribue aux moyens d'information existants dans sa zone l'information salésienne d'intérêt local. Collaborent avec le délégué les informateurs, salésiens ou membres.

181.

Prendre soin de la production et l'expédition des produits d'ANS, comme:

- ANSfoto: mensuel imprimé;
- Site ANS;
- Autres produits selon les besoins.

### 7.11 Le bureau de presse

#### 7.11.1 Rôle:

182.

Entretenir les contacts avec les agences d'information, les moyens de communication et le grand public, sur la réalité salésienne, pour se faire le porte-parole des attentions aux problèmes des jeunes et de l'éducation et pour le soin et la défense de l'image de la Congrégation et de l'activité salésienne.

#### 7.11.1.1 Fonctionnement:

183.

Le bureau de presse se caractérise comme un service à l'intérieur d'ANS.

184.

Organiser et mettre à jour une banque de données sur la réalité salésienne, sur la situation des jeunes et sur l'éducation.

185.

Accompagner l'information qui court sur les moyens de communication en tout ce qui regarde mission salésienne, Transmettre cette information à ceux qu'elle intéresse immédiatement au ni-

## 7. Organisation, rôles et fonctions

veau interne et interagir avec les mêmes moyens sur ces sujets.

186.

Établir des contacts avec les agences et en particulier avec les journalistes pour les informer sur la mission salésienne et les mobiliser pour la cause de l'éducation de la jeunesse.

187.

Gérer le plan de communication et de marketing de l'image de la Congrégation ou de la Province.

188.

Organiser les rapports des responsables directeurs de la Congrégation aux divers niveaux par les médias et vice-versa.

### 7.12 Relations Publiques

#### 7.12.1 Rôle:

189.

Gérer les relations officielles du Recteur majeur et de son Conseil avec la Congrégation et de celle-ci avec l'extérieur, au niveau général, et du Provincial et de son Conseil au niveau provincial.

##### 7.12.1.1 Fonctionnement:

190.

Le Recteur majeur garde la responsabilité – qu'en des cas particuliers il pourra Délégué à son vicaire, au secrétaire général, au porte-parole officiel ou à d'autres – des relations officielles du Conseil avec la Congrégation et de celle-ci avec l'extérieur, en particulier les relations avec le Siège Apostolique, avec l'Union des supérieurs généraux (USG), avec d'autres instituts et congrégations, avec d'autres institutions et organismes tant ecclésiales que civiles, surtout pour des déclarations ou des prises de position de la part de la Congrégation.

191.

Le Provincial avec le son Conseil définira le fonctionnement de cette instance au niveau de sa Province, en accord avec le bureau de presse.

### 7.13 Le Bulletin salésien

#### 7.13.1 Rôle:

192.

Répandre l'esprit de Don Bosco, faire connaître l'œuvre salésienne et ses besoins, relier et animer les divers groupes de notre Famille, promouvoir les vocations en faisant croître le mouvement salésien et, d'une façon spéciale, encourager la collaboration dans la mission.

##### 7.13.1.1 Fonctionnement:

193.

Le BS est rédigé selon les directives du Recteur majeur et de son Conseil en diverses éditions et langues comme organe général de l'œuvre salésienne, et non comme un organe particulier pour chaque région.

194.

Les nombreuses éditions ont pour but d'incarner dans les différentes aires culturelles les valeurs de l'unique vocation salésienne.

195.

Le Bulletin est une revue en fonction de la mission, qui s'adresse à l'opinion publique plus qu'à l'institution. Cela veut dire, sensibilité pour se situer dans les réalités que vivent aujourd'hui les hommes et l'Église, et offrir une lecture salésienne de ces faits, en particulier sur la jeunesse et sur l'éducation.

196.

Le Dicastère pour la Communication sociale active un service de coordination centrale pour:

- Coordonner le processus de rénovation (accompagnement, animation et organisation);
- Orienter la « politique de l'information » et la programmation des six années;
- Mettre en route des plans d'accompagnement, de formation et de support pour la gestion et pour l'élargissement de la diffusion;
- Relier les sites BS dans le portail web.

## 7. Organisation, rôles et fonctions

---

197.

Ce service compte sur une consulte formée de spécialistes du secteur.

### 7.14 Le portail web

#### 7.14.1 Rôle:

198.

Gérer les ressources Internet comme espace d'information, de formation, de partage, au service du projet d'animation et de gouvernement de la Congrégation, comme source d'information sur le charisme salésien et comme moyen de mobiliser la société pour la cause de la jeunesse.

##### 7.14.1.1 Fonctionnement:

199.

Le portail web de la Direction générale se caractérise comme une « plate-forme » pour la navigation en Internet avec des offres de divers sites à buts précis, d'outils et de services, comme: le choix de diverses langues, le moteur de recherche, l'aire réservée/Intranet, links, chat... et l'information spécialisée en éducation et évangélisation des jeunes.

200.

Le DCS gère le portail de la Direction générale:

- En facilitant l'interaction entre le centre et les Provinces, et la mise à jour des divers sites salésiens;
- En maintenant une structure adéquate de personnel et de moyens technologiques pour un fonctionnement interactif;
- En formant les personnes pour l'interaction;
- jouer un rôle d'animation avec d'autres web-mestres salésiennes dans le monde entier.

201.

Au niveau provincial, le délégué veille à l'orientation salésienne et à la qualification professionnelle des sites web dans la Province, en conformité avec la politique générale de commu-

nication de la Congrégation.

### 7.15 La documentation et les archives

#### 7.15.1 Rôle:

202.

Rassembler, préserver et rendre disponible la documentation sur le charisme, l'expérience et l'œuvre salésiens.

##### 7.15.1.1 Fonctionnement:

203.

Au niveau général, la responsabilité des Archives centrales salésiennes (ACS) est assignée au secrétaire général, et son fonctionnement est en accord avec le « Règlement des archives centrales ».

204.

Dans les archives se rassemblera la documentation « historique », c'est-à-dire le matériel qui n'est plus actuellement en utilisation ni consultation courantes, mais disponible au besoin.

205.

L'autre section consiste dans les archives photographiques, où se conservent les photographies et la documentation filmique, historique et courante. Le responsable de ces archives met à la disposition le matériel pour les publications de communication sociale et pour toute autre documentation.

206.

Le Dicastère pour la Communication sociale gère également les archives du Dicastère et ses différents services (ANS, BS, Portail), une base de données et la façon de présenter les documents à de fin de consultation en cours.

207.

Le Dicastère pour la Communication sociale peut offrir ses compétences spécifiques soit au Secrétaire général soit aux responsables des diverses sections de l'ASC pour tout ce qui concerne les politiques et les stratégies de conservation, surtout celles relatives aux aspects techniques et digitaux.

## 7. Organisation, rôles et fonctions

---

### 7.16 Les Nouvelles provinciales

#### 7.16.1 Rôle:

208.

Faire circuler dans les communautés salésiennes, les communautés éducatrices et la Famille salésienne l'information salésienne actuelle pour servir à la communion, au partage d'expériences, au renforcement du sentiment d'appartenance et au renouvellement de la créativité.

#### 7.16.1.1 Fonctionnement:

209.

Ce périodique produit de l'information au service du plan d'animation de la Province des différents secteurs de l'organisation éducative et pastorale.

210.

Au sein des coordonnées essentielles du plan provincial, le périodique donnera de l'information sur:

- l'histoire de la Province;
- l'histoire du charisme salésien: offrir une relecture du charisme salésien sur le territoire de la Province, sans se limiter au récit de célébrations vécues ou à réaliser;

-la proposition de la collaboration et du travail pour les vocations (au sens large) aux laïcs qui partagent le style de Don Bosco.

211.

Il présente l'information sur la vitalité des communautés et des œuvres d'une Province. Il ne doit pas être un fascicule d'histoires, une sorte de revue de presse, moins encore un recueil de documents ecclésiastiques et salésiens.

212.

Il présente aussi les informations les plus importantes du monde salésien.

### 7.17 Les Centres de formation

#### 7.17.1 Rôle:

213.

Contribuer à la mission salésienne en formant des enseignants, des chercheurs, des spécialistes et des travailleurs sur le terrain de la CS, en intégrant de façon harmonieuse les connaissances théoriques et les compétences pratiques.

#### 7.17.1.1 Fonctionnement:

214.

Les centres de formation à la communication sociale gérés par la Congrégation ont des profils divers, universitaires (académiques) ou informels (avec des programmes de formation variés dans leur forme et leurs moments).

215.

Le fonctionnement du centre sera orienté par un projet éducatif et pastoral salésien spécifique et par des plans d'action qui répondent aux besoins concrets de ses destinataires, et intégré dans le Projet organique provincial (POP).

216.

Le DCS promeut la collaboration réciproque des centres de formation à la communication avec les lignes d'action ou stratégies suivantes:

- travailler en harmonie avec les dicastères pour la formation et pour la pastorale des jeunes;
- chercher des éléments de connaissance et des relations de collaboration entre les facultés de communication des IUS et les divers centres de formation;
- donner une réponse de formation à la demande d'« éducommunication » et à la formation de professionnels.



## Partie II

---

### Orientations pour la Formation des Salésiens en Communication Sociale:

Contenus et Méthodologies pour les  
différentes phases de la Formation

*Le Conseiller général pour la Formation  
Le Conseiller général pour la Communication sociale  
Rome, 24 mai 2006*



# Introduction

Etant donné son énorme importance pour la vie et la mission salésienne, la communication sociale est toujours considérée comme un domaine nécessaire et urgent pour la formation des salésiens. Depuis les années 90 il y a eu des tentatives pour offrir à la congrégation des initiatives, et particulièrement aux maisons de formation, un programme de formation pour les différentes étapes de la formation initiale. Une série de raisons justifie l'élan actuel donné par ces « orientations » :

- La promulgation de la nouvelle "Ratio" en l'an 2000
- La création d'un dicastère pour la communication sociale pendant le CG 25
- L'introduction dans le Projet du Recteur Majeur et de son Conseil de la proposition d'élaborer un itinéraire formatif en communication sociale pour les salésiens
- La demande explicite faite depuis la consulte mondiale de la communication sociale en 2004
- L'élaboration des lignes opérationnelles du "système salésien" de la communication sociale par le même dicastère pour la communication sociale au début de l'an 2005 et dernièrement la lettre du Recteur Majeur publiée dans les ACG 390.

Cet instrument est le fruit d'une consultation dans la Congrégation, spécialement entre les spécialistes de la communication sociale et les formateurs. Son inspiration est fondée sur les documents ecclésiaux relatifs à la communication sociale, sur nos Constitutions et Règlements, sur les interventions sous forme de lettre des Recteurs Majeurs: P. Viganò, dans l'ACG 289, P. Vecchi dans l'ACG 370 et 366, P. Chávez dans l'ACG 387 et 390. Enfin le document tient compte des expériences des différentes provinces et Régions de la Congrégation.

## Les Destinataires

« Les orientations pour la formation des salésiens en communication sociale » sont destinées aux mêmes personnes et organismes auxquelles la *Ratio* fut consignée c'est-à-dire: à tous les salésiens,

et de façon particulière, aux provinciaux et leur conseil, aux délégués et aux membres des commissions provinciales de la formation et de la communication sociale, aux formateurs et aux jeunes en formation, à tous ceux qui sont chargés de la formation permanente et initiale des salésiens.

## Objectifs

Le but de ces « orientations » est de faire du salésien un bon « communicateur (FSDB 252) dans le domaine de la communication sociale ».

Être un bon communicateur requiert un bon esprit critique et de production créative, d'informations et de messages. Cela demande en même temps la capacité d'animation et de gestion de la communication sociale dans le processus éducatif et pastoral; ceci exige enfin la capacité d'interaction et de relation, de communication à l'intérieur et en dehors de la Congrégation. Le secteur de la communication sociale concerne les mass média et les secteurs tels que le cinéma, la radio, la télévision, l'Internet, le DVD, le cellulaire...; ceci s'étend aussi aux interactions à l'intérieur d'une société ou d'un groupe culturel, tels que le théâtre, la musique, la publicité, les relations publiques; et va jusqu'à tenir compte de la culture et surtout du modèle anthropologique que les médias et les interactions créent et diffusent.

## Les niveaux de formation

Les présentes « orientations » mettent un accent particulier sur la formation intégrale à la communication sociale et pas seulement sur le « training », parce qu'elles prétendent atteindre non seulement le sommet de la performance technique de la part du jeune en formation, mais aussi la transformation de toute sa personne, y compris sa disposition intérieure et son sens critique.

Il est important ici de rappeler deux points des lignes d'orientation du « Système salésien de communication sociale », qui ont des effets sur l'aspect formatif: le numéro 59, qui affirme que la communication sociale se développe à l'intérieur du cadre de référence de la pastorale des jeunes, et le numéro 89 qui parle des références de la formation en communication sociale.

Selon ce que le Magistère de l'Église et les docu-

# Introduction

ments de la Congrégation disent des lignes opérationnelles, concernant le Système salésien de communication sociale au numéro 90, cette formation présente trois niveaux.

Le *premier niveau* de base concerne la formation des récepteurs. Il s'agit de:

- éduquer le salésien à un sens critique et former sa conscience de façon à l'affranchir des suggestions faciles et manipulations des médias;
- l'aider à faire des choix libres et responsables en utilisant les mass-médias pas exclusivement en fonction des divertissements mais surtout d'information et de formation, pour un choix harmonieux de croissance culturelle et sociale;
- instruire sur l'aspect technique des différents instruments, ceci est indispensable pour une « lecture » correcte et une compréhension objective de ce qu'il communique;
- créer une prise de conscience des implications sociales, culturelles, politiques et économiques qui sont à la base des messages et des valeurs proposées par les médias avec une attention particulière aux rapports entre publicité et média, idéologie et média, pouvoir politique et média;
- soigner l'éthique de la communication au moyen de l'art, de la littérature et de la musique; cela signifie qu'il faut promouvoir l'intérêt pour les manifestations culturelles en général; et l'appréciation des beaux arts; étudier la musique des jeunes pour comprendre les problèmes, les langages, les rêves et pouvoir ainsi dialoguer et chercher avec eux. Tout ceci demande la lecture de quelques pages de littérature moderne.

Le *deuxième niveau* met l'accent sur la préparation des agents pastoraux et éducatifs. Il s'agit de:

- former le salésien à l'utilisation correcte des instruments de communication sociale dans les activités éducatives et pastorales;

- former un maître et un guide des autres à l'utilisation de la communication sociale dans l'enseignement et dans l'éducation, dans la catéchèse et dans la prédication, dans la promotion de la paix et du développement et dans le fait d'accorder une voix aux pauvres et aux nécessiteux;

- sensibiliser et préparer le salésien à intégrer l'Évangile dans la nouvelle culture créée à partir de la communication moderne.

Le *troisième niveau* concerne la préparation des spécialistes en communication sociale. Cela revient directement à la communauté provinciale et non à la formation initiale. La province a besoin de:

- spécialiser quelques confrères qui manifestent une inclination spéciale pour la communication et pour l'enseignement de cette discipline;
- préparer quelques personnes pour mettre leurs compétences au service de la direction ou l'animation des initiatives provinciales dans ce domaine;
- pour la formation initiale, l'accent est sur le premier et second degrés; pour la formation permanente de ces mises à jour et certaines personnes peuvent aussi atteindre le troisième niveau.

## Propositions pour les différentes phases de la formation

Pour chaque phase de la formation initiale comme permanente, cet instrument présente avant tout une synthèse de ce que dit la *Ratio* de la nature et du but de cette phase.

Il souligne ensuite certains aspects de la formation de la phase qui, de façon particulière ont un lien avec la communication sociale. Il s'agit des objectifs de la formation à la communication sociale, présents non de façon abstraite mais en forme d'un petit schéma qu'on souhaiterait pour le jeune en formation.

Il s'en suit la proposition au candidat de quelques thèmes à étudier pour promouvoir une réflexion théorique sur la signification des médias, sur leur rôle social, sur leurs langages, et sur les modalités

## Introduction

---

selon lesquelles on peut mener une réflexion critique sur ces médias. Le contenu de l'étude peut être mieux organisée lorsque le «ratio studiorum» pour les différentes étapes est prise en compte.

Enfin, certaines expériences à réaliser et compétences à acquérir, sont proposées en vue d'atteindre les objectifs indiqués. Il va de soi que les expériences proposées ne soient pas limitées à la phase de formation prise en considération, mais sont à approfondir dans les phases successives; de la même manière les compétences doivent être acquises de façon croissante. Certaines des expériences et des compétences auront besoin d'être approfondies et surtout expérimentées. Ceci demandera la mise à disposition de subsides préparées par les Dicastères pour la Formation et la Communication sociale.

Pour chaque phase de la formation il faudra: une brève synthèse de la nature et du but de la phase, les objectifs appropriés concernant la communication sociale dans la phase, une mise à jour des études et des réflexions, l'expérience et la compétence.

Nous sommes reconnaissants à tous ceux qui ont collaboré à la formulation de ces «Orientations». Nous espérons qu'ils seront de bons conseils dans la formation des Salésiens, et qu'ils peuvent être un point de référence commun à commencer par l'expérimentation fructueuse. Nous espérons aussi qu'ils seront de faciliter la coopération entre les délégués provinciaux et les commissions pour la Formation et de la communication.

*P. Francesco Cereda - Conseiller général pour la Formation (2006)*

*P. Tarcísio Scaramussa - Conseiller général pour la Communication sociale (2006)*

# 1. Le Pré-noviciat

---

1.1. Le pré-noviciat est cette phase de la formation dans laquelle le candidat à la vie salésienne approfondit son option vocationnelle en mûrissant spécialement dans ses aspects humains et chrétiens, prouvant ainsi son idoneité pour le noviciat.

1.2. Comme condition de cette croissance humaine et chrétienne, il est nécessaire que le candidat:

- soit ouvert à la réalité sociale et culturelle de son milieu et du monde de la communication sociale;
- soit particulièrement sensible aux problèmes des jeunes pauvres et marginalisés et aux situations de pauvreté, d'injustice et d'exclusion;
- développe son sentiment de compassion et de solidarité et le manifeste par une vie simple (cf. FSDB 338);
- ait une sérieuse formation critique qui rend capable de jugement respectueux et objectif sur les personnes et les événements et conduit à prendre position à propos des modèles culturels proposés par les médias;
- sache faire une lecture critique et une utilisation responsable des moyens de la communication sociale (cf. FSDB 69);
- soit mature et serein; et qu'il fasse preuve de vigilance dans sa vie, qu'il pratique la mortification et la garde des sens et fasse un usage conscient et discret des moyens de communication sociale (cf. FSDB 65).

1.3. Pour atteindre ces objectifs, il s'en suit la proposition de quelques thèmes d'étude au candidat comme introduction à la communication sociale: qu'est-ce que la communication sociale; formes de communication; modèles de communication; langage des signes et des symboles; communication sociale; culture audio-visuelle; histoire de la communication sociale.

1.4. Il est suggéré enfin au candidat des expériences à réaliser et des compétences à acquérir:

- développer les propres aptitudes et capacités dans la communication sociale: écou-

ter, parler, écrire, lire en public, recevoir un feedback;

- acquérir des habiletés artistiques, dramatiques, musicales;
- apprendre à utiliser l'ordinateur et l'Internet;
- s'intéresser aux moyens tels que la presse, les revues, le journal étant donné que les jeunes en général sont plus penchés vers la lecture;
- s'éduquer à l'utilisation adéquate du temps libre et au choix responsable des programmes de télévision et d'Internet;
- savoir apprécier et évaluer les moyens et les produits de communication sociale;
- s'habituer à faire bon usage des journaux, de la radio, de la télévision, des informations, des bulletins, pour écouter et découvrir les signes des temps;
- s'engager dans l'analyse et dans le débat des nouvelles, sur les informations, particulièrement sur les questions de la jeunesse et les défis culturels et multiculturels du temps présent pour l'Église, spécialement dans le domaine de la paix, de la justice, de la solidarité, du travail et de la famille.

## 2. Le Noviciat

---

2.1. Le noviciat est le début de l'expérience religieuse salésienne comme une marche à la suite du Christ. Le novice commence à vivre la vie consacrée apostolique salésienne, en intériorisant les valeurs salésiennes.

2.2. Comme partie intégrante de cet exercice pratique salésienne, le novice:

- continue à cultiver la maîtrise soi et la tempérance, et à consolider les motivations de ses choix (cf. FSDB 359);
- adopte cette attitude avec regard aux médias;
- développe un attachement fort à Don Bosco, à la Congrégation salésienne, à la Famille salésienne, et aux mouvements salésiens (cf. FSDB 362);
- retrouve dans la communication sociale un champ d'action significatif qui intègre les priorités apostoliques de la mission salésienne;
- grandit dans une forte sensibilité pour la mission salésienne parmi les jeunes pauvres, pour lesquels il s'informe et réfléchit;
- porte aussi dans une sensibilité pour les besoins du monde, un sens profond de l'Église; pour cela il nourrit en lui-même un vrai élan missionnaire (cf. FSDB 366).

2.3. Le développement des thèmes d'étude suivants, font partie de sa formation à la communication sociale: Don Bosco maître de communication; les références des Constitutions et des Règlements sur la communication sociale; le chemin de la Congrégation dans le domaine de la communication du CGS jusqu'à nos jours.

2.4. Il est suggéré au novice les expériences suivantes à réaliser et les compétences à acquérir:

- utiliser les « espaces » de liberté et de responsabilité accordés au noviciat, par rapport aux moyens de communication sociale pour une autoévaluation, en mettant en œuvre l'autonomie personnelle, en faisant preuve d'une utilisation consciente des médias avec un esprit critique et un détachement de l'esprit mondain en réfléchissant sur

- développer les aptitudes personnelles pour la communication sociale: photo, vidéo, théâtre, musique, journalisme, Internet, décoration;
- utiliser les médias dans l'écoute et la méditation de la Parole de Dieu, dans le partage de la foi et de la prière en groupe et dans la liturgie, dans l'expérience apostolique du noviciat;
- se former aux moyens des forums et autres exercices analogues, discuter et porter un jugement critique sur les spectacles et leurs messages, spécialement ceux qui attaquent ou constituent un controverse vis-à-vis de l'Église, de sa mission, de la Congrégation ou envers les jeunes;
- prendre contact avec la communication sociale dans la Congrégation salésienne et dans la Famille salésienne: Bulletin Salésien, ANS, site de la Direction Générale des œuvres de Don Bosco. [www.sdb.org.nouvelles](http://www.sdb.org.nouvelles), etc.;
- développer le sens d'appartenance à la Congrégation à travers les lectures des nouvelles salésiennes.

### 3. Le postnoviciat

---

3.1. Le postnoviciat est la phase dans laquelle le néo profès salésien consolide sa propre croissance vocationnelle et se prépare pour le stage, en intégrant progressivement foi, culture et vie à travers l'approfondissement de la vie de foi et de l'esprit de Don Bosco, ainsi qu'une préparation philosophique, pédagogique et catéchétique appropriée, menée en dialogue avec la culture (cf. C 114).

3.2. La formation d'un postnovice tient compte:

- de sa préparation à un sérieux rapport avec la culture, avec le monde des jeunes, avec les problèmes éducatifs, avec la vision chrétienne (cf. FSDB 401);
- de l'acquisition d'une compréhension ample et critique de tout le secteur de la communication sociale, sachant lire, évaluer, et interagir avec les médias, avec l'information et la publicité moderne, capable de comprendre leurs effets psychologiques et sociologiques sur les masses populaires et en particulier sur les jeunes;
- d'atteindre une certaine compétence dans les techniques des différentes formes de communication sociale afin de les utiliser au service de la mission salésienne, c'est-à-dire pour éduquer et évangéliser les jeunes (cf. FSDB 410).

3.3. La formation intellectuelle étant l'aspect caractéristique de cette phase, le postnoviciat s'engage dans les études en matière de la communication sociale:

- théorie de la communication et problèmes psychologiques et sociologiques de la communication sociale;
- les différentes formes de communication, en particulier, les nouvelles technologies de la presse, radio, TV, Internet;
- la communication sociale comme « moyen d'éducation intégrale »;
- lecture et écoute critique;
- application de la communication sociale dans les divers domaines de la catéchèse, liturgie, action pastorale en générale, didactique et animation culturelle.

3.4. Toutes ces études s'accompagnent de diverses expériences à réaliser et compétences à acquérir qui servent à mettre en pratique ce qui est acquis en théorie:

- développer les aptitudes personnelles pour la communication sociale: photo, vidéo, théâtre, musique, journalisme, les programmes d'informatique, décoration, posters, musique, audio-visuel;
- participer dans les groupes d'analyse et de discussion avec un esprit critique chrétien sur les masse-médias et en particulier sur le contenu et le langage des informations, des publicités, des journaux, des films, de la vidéo, d'Internet et sur la globalisation de l'information;
- connaître le langage et l'argot des jeunes;
- réaliser à travers eux la tradition salésienne du théâtre, des fêtes, des académies et des concours...;
- s'investir dans la production de services informatiques locaux ou provinciaux.

## 4. La stage pratique

---

4.1. Le stage pratique est une phase de confrontation vitale et intense avec l'action salésienne dans une expérience éducative et pastorale pour aider le jeune confrère à grandir dans sa vocation salésienne et vérifier son idoneité vocationnelle en vue de la profession perpétuelle (cf. FSDB 428-429).

4.2. Précisément en raison de sa nature, le stage pratique n'a pas un véritable curriculum d'étude. C'est une expérience, ou un ensemble d'expériences diverses de la vie et de l'activité salésienne à travers lesquelles il y a aussi l'utilisation responsable de la communication sociale pour la formation personnelle et pour le travail éducatif et d'évangélisation des jeunes. En particulier on peut considérer et vérifier les lignes opérationnelles du « Système salésien de la communication sociale » au n° 51 et suivants, qui font référence aux sujets responsables de la communication sociale et à l'animation de la communication sociale dans les processus éducatifs.

4.3. Il est utile en outre, de mener une réflexion sur les expériences faites et peut-être, quand c'est possible, d'élaborer un programme qui traite de la communication sociale à l'intérieur d'un cadre de formation pédagogique, méthodologique, éducatif et catéchétique (cf. FSDB 433). Il serait utile Par exemple de mener une réflexion sur certains aspects: la présence au milieu des jeunes selon la vision de Mc Luhan dans le « Medium as message »; l'« éducommunication » dans l'expérience éducative et pastorale; la globalisation des médias et son influence sur les choix et le style de la vie religieuse.

## 5. Formation spécifique

---

5.1. La formation spécifique est la période qui complète la formation de base du salésien comme éducateur-pasteur selon sa vocation spécifique de coadjuteur ou prêtre.

5.2. Dans cette phase, le salésien doit:

- avoir une base de convictions solides dans le domaine de la communication sociale;
- être préparé comme éducateur, maître et guide des autres, qui initie à l'utilisation des instruments, qui comprend et évalue les textes et messages proposés et souvent imposés par les médias;
- être capable d'être un pasteur dans le domaine de la communication sociale, en utilisant avec sagesse et compétence dans les activités pastorales, les techniques de la communication moderne dans les groupes et les masse-médias en intégrant l'évangile dans la culture des médias.

5.3. D'une part, ceci demande des études qui offrent un cadre de référence théorique: théologie de la communication, documents ecclésiaux sur la communication sociale; pastorale de la communication sociale: éthique dans la communication et les problématiques pastorales liées aux cultures des jeunes (cf. FSDB 468).

5.4. D'autre part, le jeune en formation est invité à s'enrichir de certaines expériences à réaliser et des compétences à acquérir:

- se former dans l'usage de la technologie de l'information et de l'Internet;
- utiliser les techniques de la communication sociale dans l'homilétique, dans la pratique liturgique, dans la pastorale, dans la catéchèse, mais en général dans le monde du travail et le service ministériel, s'engager à réaliser des programmes de « média éducation » pour les jeunes;
- apprendre à communiquer à la radio et à la télévision, à réaliser la presse écrite, interviews, à élaborer des pages ou sites web, à écrire des articles et publications variés. Il n'est pas nécessaire que le jeune en formation possède toutes ces capacités, mais il suf-

fit de maîtriser une ou deux de ces techniques afin d'approfondir à partir d'un point de vue précis les lois qui régissent le langage audiovisuel, qui en réalité est le même dans toutes les techniques de communication sociale;

- faire usage des instruments et des moyens modernes de communication sociale pour annoncer l'Évangile mais aussi pour transmettre le message évangélique dans la culture des médias modernes; l'Évangile devient ainsi plus compréhensible aux jeunes d'aujourd'hui et inséré dans leur culture (cf. FSDB 466);
- favoriser le dialogue avec les professionnels de la communication par exemple à l'occasion de la journée mondiale des communications sociales;
- le jeune en formation a ainsi la possibilité de connaître directement les difficultés rencontrées par ceux-ci, leur monde intérieur, leurs idéaux et leurs limites, les problèmes éthiques, leurs attentes vis-à-vis de l'Église.

## 6. Formation permanente

---

6.1. La formation permanente est la suite, le complément et le recyclage de la formation initiale: elle a pour objectif l'engagement à vivre le projet apostolique salésien dans une dimension de fidélité créative et joyeuse.

6.2. Un tel engagement demande que le confrère:

- vive de façon ouverte et intelligente la réalité de la communication sociale;
- s'habitue aux nouveaux langages et à l'écoute plus attentive du monde et de la culture des jeunes;
- qu'il possède des critères solides de discernement cohérent avec la vision chrétienne, avec les orientations ecclésiales et le charisme salésien (cf. FSDB 528-529);
- même à un âge plus avancé, il s'efforcera de tenir à jour dans le champs de communication sociale et les nouvelles technologies;
- soit qualifié et recyclé dans le domaine de la communication sociale jusqu'au point nécessaire pour affronter de façon adéquate son service éducatif et pastoral avec la capacité d'animation et d'orientation des personnes, des projets et des œuvres (cf. FSDB 523, 528);
- Il lui revient de former des laïcs et de se former avec eux (cf. FSDB 529, 548);
- au cas où il aurait les qualités nécessaires et en fonction des besoins de la province, il accueille la demande des supérieurs et se spécialise dans la communication sociale pour un service qualifié à la province et à la Congrégation (cf. FSDB 542, 556).

6.3. Dans cette période, il n'existe pas de cours formels, en dehors des cas de spécialisation ou de qualification en matière de communication sociale. Par contre, dans la plupart des cas, il s'agira d'organiser pour les salésiens et pour les collaborateurs laïcs, les enseignants, les catéchistes, les animateurs, les parents d'élèves, et ceci au niveau provincial, des journées d'étude et de réflexion sur les orientations de l'Église universelle ou locale, de la Congrégation, en matière de

communication sociale et sur des thèmes importants relatifs à ce secteur. Il s'agit d'organiser des cours de recyclage concernant les nouvelles technologies éducatives; catéchèse, évangélisation, langages, psychologie et sociologie de la communication sociale...Ceci est conforme au plan de formation permanente du projet provincial de formation et conforme à la programmation annuelle de la formation permanente.

6.4. 6.4 Les initiatives apostoliques dans le domaine de la communication sociale sont identiques aux expériences formatives pour le confrère, spécialement quand elles tiennent compte de la réflexion sur l'activité réalisée. Voici quelques unes des plus importantes:

- participer ensemble avec les laïcs de la CEP et de la Famille Salésienne à la réflexion et à l'approfondissement de certains aspects de la communication sociale, et au partage des expériences;
- s'engager dans la formation spécifique des animateurs, surtout entre les laïcs de la Famille Salésienne, dans le champ de la communication sociale par les cours, le temps libre et les associations, organisant des groupes de réflexion, des journées d'étude et d'activités spécifiques pour les aider à apprendre la lecture et l'évaluation critique des médias de communication sociale;
- s'insérer, selon la propre compétence et les besoins de la province dans le monde des masse-médias, en créant, en renforçant, ou en animant nos maisons d'édition, de production et de diffusion des livres et revues, en assurant selon notre esprit la gestion des moyens de communication sociale qui sont propriétés de la Congrégation: stations de radios, chaînes de télévision, « vidéoclubs » avec une attention particulière aux familles et à la pastorale.





## Partie III

---

### Annexes



### *Extrait de l'introduction à l'édition originale du SSCS*

Note: cet article faisait partie de l'introduction originale à la première édition du SSCS, préparé par le conseiller, puis de la Communication sociale, P. Tarcisio Scaramusa. Son contenu est d'une valeur historique particulière. La numérotation a été modifiée (en fait, la section a commencé à partir n. 13 de l'introduction) parce que certains des éléments de cette section ont effectivement été relogés dans l'édition révisée du SSCS.

1.

Cette vision d'ensemble démontre que la Congrégation a construit un vrai Système de Communication sociale.

2.

Le terme Système de Communication reçoit une première impulsion avec le Père Antoine Martinelli dans la préparation du Congrès Mondial des directeurs du Bulletin Salésien (1998).<sup>23</sup> Il la définit comme un « projet de communication unique et organique ».

3.

L'expression « Système » est utilisée par le Père Vecchi (2000) pour insister sur l'aspect envahissant de la Communication sociale qui investit toute la présence salésienne: « Nos communautés, les œuvres et les activités auxquelles nous

donnons origine, rentrent comme chaque institution dans un Système plus vaste de communication, avec lequel elles se comparent et où elles réagissent. Elles semblent être des réalités physiques et muettes, mais elles émettent au contraire des messages avant même que nous prenions la plume ou le microphone pour nous expliquer ou nous raconter. Il est donc indispensable de ne pas observer seulement ce qui se passe dans l'œuvre. Il faut étudier l'image que l'on donne, le reflet que notre action produit en dehors de l'œuvre. L'édifice matériel parle par sa sobriété et par son bon goût; le type de jeunes qui prévaut dans l'œuvre parle aussi; le programme et le style éducatif sont de la communication; le milieu dont on a l'expérience directe ou qui est connu par d'autres voies parle également. Selon notre communication, avec et dans le contexte, ce que nous faisons peut s'étendre ou être conditionnée de façon négative ».<sup>24</sup> Il ajoute ensuite: « Il est indispensable de penser la présence, la communauté et l'œuvre salésienne en réseau, comme un émetteur en intercommunication ».<sup>25</sup>

4.

« Construire un système unique et organique de communication » est un engagement « primaire » indiqué dans le Livre du Délégué<sup>26</sup> en insistant sur l'intégration de la Communication sociale dans le dynamique de l'organisation provinciale.

5.

Enfin, le « Projet d'Animation et de gouvernement du Recteur majeur et de son Conseil pour le

<sup>23</sup> Il faisait alors référence à deux documents du Dicastère de la Communication sociale: POLITIQUE D'INFORMATION POUR LA CONGREGATION SALESIENNE, Rome 1992, et PROJET ANS, agence internationale d'information salésienne 1993.

<sup>24</sup> ACG 370, pp.12-13

<sup>25</sup> Idem, p. 17

<sup>26</sup> Dicastère pour la Communication sociale. Livre del Délégué Provincial pour la Communication sociale. Rome, 2001, p. 27. Le livre recueille des réflexions et des subsides du Congrès Mondial des Délégués Provinciaux pour la Communication sociale (Rome, Pisana, 10-20 décembre 2000). Le document fait référence au travail du Délégué dans le « développement et la consolidation du système d'information et de communication salésien », et au lien avec le réseau des correspondants (p. 64 e 69). « En examinant un projet complet de présence dans le secteur de la Communication sociale, le Délégué provincial aidera le Provincial et son Conseil à élaborer un système de communication qui construise une unité dans ce secteur, et des rapports avec tous les autres secteurs pastoraux de la Province » (p.108)

## ANNEXE 1

sexennat 2002-2008 » trace comme objectif général de « construire et utiliser progressivement un système de communication de la Congrégation salésienne à caractère professionnel et stable, mais souple »:<sup>27</sup>

- pour stimuler la création d'un « écosystème de communication »<sup>28</sup> cui nous associe tous (salésiens SDB, Famille salésienne, éducateurs, élèves) dans la mission et l'esprit salésiens; et cela au niveau de la Congrégation, des Provinces et des communautés;
- pour orienter et qualifier les rapports de communication et de partage dans l'organisation de la Direction générale et les rapports entre celle-ci et les Provinces;
- pour stimuler, par une information soignée, la communion charismatique interne – avec le sentiment d'appartenance première à la Congrégation, au-delà de la Province – et avec la Famille salésienne, au moyen d'une information adéquate;
- pour habiliter les salésiens et les collaborateurs laïcs comme opérateurs culturels, à la disposition positive d'accueil et à la maîtrise de l'utilisation des moyens et des techniques de communication, en vue d'exercer la mission éducative et pastorale;
- pour répondre à la demande de communication et de qualification des jeunes en ce secteur;
- pour développer dans la Congrégation le sens de la CS comme terrain de mission, et comme espace d'agrégation des jeunes (CG25, 47), et pour appuyer la conviction que la communication de masse et le développement de l'informatique sont des véhicules de modèles innovateurs et de mentalités nouvelles (CG25, 3) – de modèles culturels;

- pour rendre des services spécialisés de communication et d'information liés à la mission salésienne, qui poussent à une forte mobilisation de la société;
- pour présenter plus efficacement la Congrégation à l'opinion publique.

6.

Le Système salésien de Communication sociale de la Congrégation salésienne veut répondre à la complexité et au dynamisme de la Communication sociale, dans ses expressions multiples et significatives. La seule création d'un secteur de communication n'amène pas à avoir une vision de système. Le Système de communication se met au service du projet organique de l'institution, pour faire participer tout le monde dans une vision partagée de valeurs et de mission.

7.

Le Système salésien de Communication sociale est conçu comme un projet organique et unitaire, ayant une vision partagée de valeurs et de mission clairement salésienne, ayant des politiques et actions planifiées dans les domaines de la animation et formation, de l'information et de la production, et avec la gestion des structures d'organisation et des processus de communication et de disposition en réseau au sein de la Congrégation et de la Famille salésienne et, au dehors, avec les organismes de l'Eglise, le territoire et la société au sens le plus large.

8.

Les (domaines) d'animation et de formation du Système cherchent à renforcer et à former des compétences des personnes en communication, et à gérer la communication sociale dans les processus d'éducation et dans les relations internes et externes de la Congrégation, avec les critères du Système préventif de Don Bosco. La conscience

<sup>27</sup> Cfr. ACG 380, p. 46-47

<sup>28</sup> "Ecosystème de communication" veut traduire justement l'ensemble des implications et des attitudes des personnes qui acceptent de créer un milieu de vraie communauté de partage d'ideaux, de valeurs, de rapports au niveau du partage quotidien dans la communauté et avec le territoire, dans le sens virtuel et de présence.

de la valeur de la communication sociale comme génératrice de culture, nous conduit au choix prioritaire de la formation du personnel. La politique du personnel considère la nécessité de former des éducateurs-communicateurs culturels, et a aussi le souci de donner une qualité professionnelle à des personnes, salésiens et laïcs, en vue de leur travail dans la communication social. Du côté des élèves, le projet prévoit le développement des compétences dans la communication interpersonnelle et de groupe, à partir de leurs besoins, la formation pour la compréhension critique des médias, la communication et l'expression dans les divers langages du théâtre, de la musique, de la danse, de la presse, de l'art, du cinéma et de la télévision, de l'Internet, la compétence pour l'utilisation du langage, des ressources et des moyens de communication sociale. La Congrégation développe des programmes de formation, mais dispose aussi de structures « ad hoc », comme les cours spécifiques des institutions universitaires salésiennes (IUS), dans les écoles techniques et les centres de communication sociale.

9.

Le (domaine) d'information du système s'adresse à la production d'une information salésienne qui favorise la communion et le sens d'appartenance, l'éducation et l'évangélisation des jeunes, la mentalisation et la mobilisation pour la mission de Don Bosco et pour la formation d'une opinion salésienne sur les questions des jeunes et de l'éducation, et la présentation d'une image adéquate de la Congrégation. Dans ce but se sont développés quelques canaux opérationnels constants, parmi lesquels:

- l'agence iNfo salésienne (ANS), avec un réseau de correspondants et d'innombrables produits d'information des communautés à l'échelle locale, provinciale et mondiale;

- les Bureaux de Presse;

- le « Bollettino Salesiano », une revue qui garde intacte sa vitalité également aujourd'hui.

- Les Nouvelles provinciales, les portails et sites web qui maintenant sont présents partout, pour renforcer l'organisation en réseau et faciliter l'information salésienne.

10.

Le (domaine) de la production du système réalise la production et l'appui de programmes, ressources, archives et entreprises de communication sociale, au service de la mission éducative et pastorale des jeunes. La promotion de la collaboration réciproque et de l'articulation en réseau entre les entreprises fait partie de cette fonction. C'est un terrain très développé dans la Congrégation qui compte plus de 300 entreprises (dont librairies, maisons d'édition, salles de théâtre-cinéma, typographies, émetteurs radio, émetteurs Télé, centres audiovisuels), ainsi que des centres de production de programmes pour les médias locaux.

11.

Du Recteur majeur, le Père Pascual Chávez, nous arrive une nouvelle convocation: "Chers confrères, nous devons mettre en œuvre une 'conversion pastorale'. Ces dernières dizaines d'années, nous avons beaucoup travaillé, mais maintenant l'Église et l'histoire nous demandent de mieux comprendre notre temps et d'avoir une vision plus sage et plus courageuse de notre apostolat. Que Don Bosco nous illumine et nous donne le courage d'être des éducateurs compétents et crédibles, des évangélisateurs et des communicateurs, selon les exigences de la mission actuelle."<sup>29</sup>

*P. Tarcísio Scaramussa Conseiller général pour la CS 2002-2008*

<sup>29</sup> Message à la Consulte Mondiale pour la Communication sociale, à Rome, en juillet 2004. Cf. ACG 387. pp. 63-70.

## ANNEXE 2

### *La Communication Sociale dans les documents de la Congrégation*

#### Constitutions

**06** - « Nous sommes des éducateurs de la foi dans les milieux populaires, surtout par le moyen de la communication sociale. ».

**43** - « Nous travaillons dans le secteur de la communication sociale. C'est un champ d'action significatif, qui relève des priorités apostoliques de la mission salésienne. Notre Fondateur a perçu la valeur de cette école de masse qui crée une culture et diffuse des modèles de vie, et il s'est engagé dans des entreprises apostoliques originales pour la défense et le soutien de la foi du peuple. À son exemple, nous valorisons comme dons de Dieu les grandes possibilités que la communication sociale nous offre pour l'éducation et l'évangélisation. »

**59** - « ... la communication et l'information sur le travail des confrères, approfondissent, en faisant croître la communion, le sens de l'appartenance à la communauté mondiale et prédisposent à se mettre à son service. ».

**84** - (Chasteté) « usage discret et prudent des moyens de communication sociale. ».

**137** - « Le conseiller pour la communication sociale a pour tâche d'animer la Congrégation dans ce secteur. [...] Il développe l'action salésienne dans le secteur de la communication sociale et coordonne, en particulier au niveau mondial, les centres et les structures que la Congrégation gère en ce domaine. »

#### RÈGLEMENTS

**06** - La communication dans notre service pastoral.

**31** - Rôle et engagement du Provincial avec son Conseil.

**32** - Éducation des jeunes à la communication sociale.

**33** - Renforcement des canaux d'information dans la Congrégation et dans la Famille salésienne.

**34** - Révision ecclésiastique des publications.

**44** - Dans les communautés, vigilance sur les moyens de communication sociale.

**66** - Prudence dans l'utilisation des moyens pour ce qui regarde la chasteté.

**82** - La communication sociale dans la formation intégrale du salésien.

**142** - Tâches des Conférences provinciales dans la qualification des salésiens dans la communication sociale.

#### CHAPITRES GENERAUX

N.B. En plus des numéros indiqués, on peut en trouver d'autres dans les index analytiques des documents.

**CG 20 - 1971/72** (Doc. 6: no. 442 a 462) Réalité culturelle et éducative de première importance. Se posent ainsi les bases pour l'article 43 des Constitutions..

**CG21 - 1978** (no. 148-153) Un signal d'alarme: nécessité d'un saut ! La communication sociale: route pour l'évangélisation.

**CG 22 - 1984** (no. 73-75) Consolidation de l'identité et de l'orientation pratique: les Constitutions renouvées au CGS reçoivent leur rédaction définitive et l'approbation du Siège Apostolique. Naît le dicastère pour la communication sociale avec un conseiller général.

**CG 23 - 1990** (no. 254-260) Le cheminement des jeunes dans la foi requiert de la communauté une nouvelle forme de communication. Le Provincial nommera le responsable (délégué) provincial de la communication sociale

**CG 24 - 1996** (no. 128-137) Un des terrains d'engagement salésien vers l'avenir: relecture de l'engagement salésien à la lumière de la communication; la maturation d'attitudes culturelles et spirituelles adaptées chez ceux qui désirent communiquer; au niveau provincial et au niveau local, il faut renforcer l'animation par le service du délégué; l'évaluation à propos de la qualité des communications.

## ANNEXE 2

---

**CG 25 – 2002** Nouvel espace vital d'agrégation des jeunes (no. 47). Constitution du conseiller pour la communication sociale (no. 133). Une lecture du Chapitre sous le regard de la communication nous fait entrevoir de nombreux aspects: l'image authentique de la communauté: témoignage d'une vie fraternelle qui devient une réponse au besoin profond de communication des jeunes (7) relation interpersonnelle dans la communauté (no. 13-15) présence communicative avec les jeunes et le territoire (no. 37-48) communication dans la société – nouveaux besoins de la mission: agir pour la défense et la promotion de la jeunesse (no. 103, 140) Communication dans les rapports institutionnels provinciaux et mondiaux (no. 111, 159)

**CG 26 - 2008** *Nous sentons aussi que nous sommes interpellés par les nouvelles technologies de la communication sociale et par les défis éducatifs qu'elles posent. Les occasions de communication d'aujourd'hui deviennent pour les jeunes un moyen habituel pour se rencontrer, échanger des messages, partager avec rapidité et mobilité, mais aussi d'une manière impersonnelle et virtuelle. La culture des personal media [médias à usage personnel et privé] peut compromettre le développement de la capacité de relation vers la maturité et expose surtout les jeunes au danger de rencontres et de dépendances fortement négatives; c'est dans cette « cour de récréation » que nous devons nous rendre présents pour écouter, éclairer, orienter. (no. 99); Se sont accrus la sensibilité et l'engagement de la Congrégation dans le domaine de la communication sociale. En sont le signe, par exemple, l'institution de la Faculté de Sciences de la communication sociale à l'UPS, la mise en œuvre de différents projets pour l'éducation à l'usage critique des médias, la présence croissante sur internet de sites d'institutions, la plus grande familiarité avec le réseau informatique tant pour les échanges personnels que pour la formation à distance, la nouvelle manière de voir du Dicastère pour organiser la communication sociale. Nous avons toutefois conscience que les mondes virtuels habités par les jeunes sont multiples et que nous ne sommes pas toujours capables de les partager et de les animer en raison d'un manque*

*de formation, de temps et de sensibilité. (no. 102); en passant: d'une attitude timide et d'une présence sporadique dans les médias à un usage responsable et à une animation éducative et évangélisatrice de plus grand poids; (no. 104); la communauté: prévoit des projets éducatifs pour aider les jeunes à faire un usage critique et responsable des différents types de médias (« mass media », « folk media », « personal media », « convergent media », etc.) et encourage leur action de protagonistes dans le domaine de la communication sociale et de l'expression des jeunes et des gens du peuple; fasse usage des technologies de la communication social pour donner une plus grande visibilité à sa propre présence et pour diffuser le charisme. (no. 109); la province: définit une stratégie réaliste pour favoriser une présence éducative de plus grand poids dans le monde des médias et des expressions artistiques des jeunes et des gens du peuple, et qu'elle prépare du personnel qualifié dans ce domaine; le Recteur majeur avec son Conseil réfléchisse, par l'intermédiaire du Dicastère pour la communication sociale, du Dicastère pour la formation et du Dicastère pour la pastorale des jeunes, sur les nouveaux défis de la culture des personal media en vue de la formation des salésiens, en vue de la préparation des laïcs, en vue de l'aide à apporter aux jeunes (no. 109);*

## ACTES DU CONSEIL

---

### GENERAL - 1977-2005

---

#### Lettres du Recteur majeur:

**1977 – ACG 287** (p. 3-33): P. Luigi Ricceri: « Les nouvelles de Famille » - Sur l'information salésienne, pour le centenaire du Bulletin salésien.

**1981 – ACG 302** (p. 3-30): P. Egidio Viganò: « Les communications sociales nous interpellent ». Les CS dans la mission, comme nouveauté de présence. Formation aux CS. Promotion de l'information.

**2000 - ACG 370** (p. 3-44): P. Juan Vecchi: « La Communication dans la mission salésienne »

## ANNEXE 2

---

**2005 – ACG 390** (p. 3-46): P. Pascual Chávez: « Avec le courage de Don bosco sur les nouvelles frontières de la communication sociale ».

**1981 – ACG 302** (p. 31-50): P. Giovanni Raineri: « La pensée de Don Bosco: un programme pour les éditions salésiennes ».

**1985 – ACG 315** (47-55): P. Sérgio Cuevas: « Le Bulletin Salésien ».

**1989 – ACG 329** (p. 28-38): P. Sergio Cuevas: « Salésiens: communication et éducation ».

**1989 – ACG 329** P. Sergio Cuevas: « Les Salésiens et la communication »: politiques, méthodologies, secteurs de intervention, priorités pratiques ».

**1991 – ACG 338** (p. 55-64): P. Antonio Martinelli: « Communication sociale: la délibération n° 6 du CG23 ». « Le cheminement des jeunes dans la foi requiert de la communauté une nouvelle forme de communication » (254). « Le Provincial nommera le délégué provincial de la communication sociale » (259).

**1993 – ACG 346** (p. 38-48) P. Antonio Martinelli: « La tâche de la Province pour organiser le secteur de la communication sociale ».

**1996 – ACG 358** numéro spécial (p. 29-32): Programmation des six années.

**1997 – ACG 361** (p. 48-57): P. Antonio Martinelli: « Une présence salésienne espressive: le Bulletin Salésien (BS) ».

**1999 – ACG 366** (p. 100-118): P. Juan Vecchi: Editeurs du Bulletin Salésien (Rome).

**2000 – ACG 370** P. Antonio Martinelli: « Découvrir l'urgence de la Communication » (la CS dans les Chapitres généraux – du CG 19 au CG 24).

**2002 – ACG 380** numéro spécial (p. 46-51) – Programmation des six années.

**2004 – ACG 387** (p. 63-70) – Père Pascual Chávez V., Message du Recteur majeur à la Consulte Mondiale de Communication sociale.

**2005 – ACG 390** (47-56): P. Tarcísio Scaramussa: « Lignes d'orientation pour l'édition salésienne ».

### Documents et nouvelles.

**2005 - ACG 390** (p. 3-56) - Père Pascual Chávez V., « Avec le courage de Don bosco sur les nouvelles frontières de la communication sociale ».

RATIO - 2000

LE LIVRE DU DÉLÉGUÉ - Maintenant connu sous le titre: *Le Salésien, Un Communicateur*.

## ANNEXE 3

---

### *Message du Pape Benoît XVI pour la 43<sup>ème</sup> Journée Mondiale des Communications sociales*

"Nouvelles technologies, nouvelles relations. Promouvoir une culture de respect, de dialogue, d'amitié."

Chers frères et sœurs,

à l'approche de la Journée Mondiale des Communications Sociales, c'est avec joie que je m'adresse à vous pour vous exposer quelques-unes de mes réflexions sur le thème choisi cette année: Nouvelles technologies, nouvelles relations. Promouvoir une culture de respect, de dialogue, d'amitié. En effet, les nouvelles technologies digitales déterminent des changements fondamentaux dans les modèles de communication et dans les rapports humains. Ces changements sont particulièrement évidents chez les jeunes dont la croissance est étroitement liée à ces nouvelles techniques de communication. Ils sont donc à leur aise dans un monde digital qui, par contre, semble souvent étranger à ceux d'entre nous, adultes, qui ont dû apprendre à comprendre et à apprécier les opportunités que ce monde offre à la communication. Dans le message de cette année, j'ai donc pensé m'adresser en particulier à ceux qui font partie de cette génération digitale: je voudrais partager avec eux quelques idées sur l'extraordinaire potentiel que détiennent les nouvelles technologies quand elles sont utilisées pour favoriser la compréhension et la solidarité humaine. Ces technologies sont un véritable don pour l'humanité: par conséquent, nous devons faire en sorte que les avantages qu'elles offrent soient mis au service de tous les êtres humains, surtout de ceux qui sont dans le besoin et sont vulnérables, et de toutes les communautés.

L'accessibilité des téléphones portables et des ordinateurs, unie à la portée globale et à la capillarité d'internet, a créé une multiplicité de canaux à travers lesquels il est possible d'envoyer, de manière instantanée, des mots et des images aux angles les plus éloignés et les plus isolés du monde: c'est bien sûr une possibilité qui, pour les générations précédentes, était impensable. Les jeunes, en particulier, ont compris l'énorme capacité des nouveaux médias de favoriser la connexion, la communication et la compréhension entre les individus et les communautés, et ils les utilisent pour communiquer avec leurs propres amis, pour en rencontrer de nouveaux, pour créer des communautés et des réseaux, pour chercher des informations et des nouvelles, pour partager leurs idées et leurs opinions. De nombreux avantages dérivent de cette nouvelle culture de la communication: les familles peuvent rester en contact, même si elles sont séparées par d'énormes distances, les étudiants et les chercheurs peuvent accéder plus facilement et immédiatement aux documents, aux sources et aux découvertes scientifiques et ils peuvent, par conséquent, travailler en équipe à partir de différents lieux; en outre, la nature interactive des nouveaux médias facilite des formes plus dynamiques d'instruction et de communication, qui contribuent au progrès social.

Bien que soit un motif d'étonnement la vitesse avec laquelle les nouvelles technologies se sont développées eu égard à leur fiabilité et à leur efficacité, leur popularité parmi les usagers ne devrait pas nous surprendre, puisqu'elles répondent au désir fondamental des personnes d'entrer en relation les unes avec les autres. Ce désir de communication et d'amitié est enraciné dans notre propre nature d'êtres humains et ne peut être compris de façon adéquate uniquement comme une réponse aux innovations technologiques. À la lumière du message biblique, ce désir doit plutôt être considéré comme un reflet de notre participation à l'amour communicatif et unifiant de Dieu, qui veut faire de l'humanité entière une seule famille. Lorsque nous sentons le besoin de nous rapprocher d'autres personnes, lorsque nous voulons mieux les connaître et nous faire connaître, nous répondons à l'appel de Dieu - appel qui est inhérent à notre nature d'êtres créés à l'image et à la ressemblance de Dieu, le Dieu de la communication et de la communion.

## ANNEXE 3

---

Le désir de connexion et l'instinct de communication, qui sont tellement évidents dans la culture contemporaine, ne sont en vérité que des manifestations modernes de la disposition fondamentale et constante des êtres humains à sortir d'eux-mêmes pour entrer en relation avec les autres. En réalité, lorsque nous nous ouvrons aux autres, nous accomplissons entièrement nos besoins les plus profonds et nous devenons plus pleinement humains. Aimer c'est, en effet, ce pour quoi nous avons été engendrés par le Créateur. Naturellement, il ne s'agit pas de relations passagères, superficielles, mais du véritable amour, qui constitue le centre de l'enseignement moral de Jésus: « Tu aimeras le Seigneur, ton Dieu, de tout ton cœur, de toute ton âme, de toute ta pensée, et de toute ta force » et « Tu aimeras ton prochain comme toi-même » (cf. Mc 12, 30-31). Sous ce jour, en réfléchissant sur le sens des nouvelles technologies, il est important de considérer non seulement leur indéniable capacité de favoriser le contact entre les personnes, mais aussi la qualité des contenus qu'elles sont appelées à mettre en circulation. Je désire encourager toutes les personnes de bonne volonté qui travaillent dans le monde émergent de la communication digitale, afin qu'elles s'engagent à promouvoir une culture du respect, du dialogue, de l'amitié.

C'est pourquoi, ceux qui opèrent dans le secteur de la production et de la diffusion de contenus des nouveaux médias, ne peuvent pas ne pas se sentir tenus au respect de la dignité et de la valeur de la personne humaine. Si les nouvelles technologies doivent servir au bien des individus et de la société, ceux qui les utilisent doivent éviter l'emploi de mots et d'images dégradants pour l'être humain, et donc exclure ce qui alimente la haine et l'intolérance, avilit la beauté et l'intimité de la sexualité humaine, exploite les personnes faibles et sans défenses.

Les nouvelles technologies ont également ouvert la voie au dialogue entre des personnes de différents pays, cultures et religions. La nouvelle arène digitale, le soi-disant cyberspace, permet de se rencontrer et de connaître les valeurs et les traditions des autres. Toutefois, pour être fécondes, de telles rencontres requièrent des formes d'expression honnêtes et correctes, ainsi qu'une écoute attentive et respectueuse. Le dialogue doit s'enraciner dans une recherche sincère et réciproque de la vérité, afin de promouvoir le développement dans la compréhension et la tolérance. La vie n'est pas une simple succession de faits et d'expériences: elle est plutôt la recherche du vrai, du bien et du beau. C'est précisément dans ce but que nous faisons nos choix, exerçons notre liberté et en eux, c'est-à-dire dans la vérité, dans le bien et dans le beau, nous trouvons bonheur et joie. Encore faut-il ne pas se laisser duper par ceux qui cherchent tout bonnement des consommateurs sur un marché de possibilités indifférenciées, où le choix en lui-même devient le bien, la nouveauté se fait passer pour beauté, l'expérience subjective remplace la vérité.

Le concept d'amitié a bénéficié d'une relance renouvelée dans le vocabulaire des réseaux sociaux digitaux apparus ces dernières années. Ce concept est une des plus nobles conquêtes de la culture humaine. Dans nos amitiés et à travers elles, nous grandissons et nous nous développons en tant qu'êtres humains. C'est précisément pour cela que la véritable amitié a été considérée depuis toujours comme l'une des plus grandes richesses dont puisse jouir l'être humain. C'est pourquoi il faut être attentif à ne pas banaliser le concept et l'expérience de l'amitié. Il serait regrettable que notre désir de consolider et développer des amitiés on-line se réalise au détriment de notre disponibilité envers la famille, envers les voisins et envers ceux que nous rencontrons dans notre existence quotidienne, sur notre lieu de travail, à l'école, pendant nos loisirs. En effet, lorsque le désir de connexion virtuelle devient obsessionnel, la conséquence en est que la personne s'isole, interrompant ainsi l'interaction sociale réelle. Cela finit par perturber aussi les modèles de repos, de silence et de réflexion nécessaires à un développement humain sain.

L'amitié est un bien humain important, mais il serait privé de valeur, s'il était considéré comme une fin en soi. Les amis doivent se soutenir et s'encourager les uns les autres en développant leurs dons et leurs

## ANNEXE 3

---

talents et en les mettant au service de la communauté humaine. Dans ce contexte, il est gratifiant de voir émerger de nouveaux réseaux digitaux qui s'efforcent de promouvoir la solidarité humaine, la paix et la justice, les droits de l'homme et le respect de la vie et le bien de la création. Ces réseaux peuvent faciliter des formes de coopération entre peuples de contextes géographiques et culturels différents, en leur permettant d'approfondir l'humanité commune et le sens de coresponsabilité pour le bien de tous. Il est nécessaire toutefois de veiller à ce que le monde digital, dans lequel ces réseaux peuvent être établis, soit un monde vraiment accessible à tous. Le futur de l'humanité subirait un grave préjudice, si les nouveaux instruments de la communication, qui permettent de partager connaissances et informations de manière plus rapide et efficace, n'étaient pas rendus accessibles à ceux qui sont déjà économiquement et socialement marginalisés ou s'ils ne contribuaient qu'à creuser l'écart qui sépare les pauvres des nouveaux réseaux qui se développent au service de l'information et de la socialisation humaine.

Je voudrais conclure ce message en m'adressant, en particulier, aux jeunes catholiques, pour les exhorter à apporter dans le monde digital le témoignage de leur foi. Très chers jeunes, engagez-vous à introduire dans la culture de ce nouvel espace communicatif et informatif les valeurs sur lesquelles s'appuie votre vie ! Au début de l'Église, les Apôtres et leurs disciples ont répandu la Bonne Nouvelle de Jésus dans le monde gréco-romain: comme alors, pour être fructueuse, l'Évangélisation requérait la compréhension attentive de la culture et des coutumes des peuples païens afin d'en toucher les esprits et les cœurs, de même, à présent, l'annonce du Christ dans le monde des nouvelles technologies suppose une connaissance approfondie pour une utilisation cohérente et adéquate. C'est à vous, jeunes, qui vous trouvez presque spontanément en syntonie avec ces nouveaux moyens de communication, qu'incombe, en particulier, la tâche de l'Évangélisation de ce « continent digital ». Sachez assumer avec enthousiasme la charge d'annoncer l'Évangile à vos contemporains ! Vous connaissez leurs peurs et leurs espoirs, leurs enthousiasmes et leurs déceptions: le don le plus précieux que vous pouvez leur faire est celui de partager avec eux la « Bonne Nouvelle » d'un Dieu qui s'est fait homme, a souffert, est mort et est ressuscité pour sauver l'humanité. Le cœur humain aspire à un monde où règne l'amour, où les dons sont partagés, où se construit l'unité, où la liberté trouve son sens dans la vérité et où l'identité de chacun se réalise dans une communion respectueuse. À ces attentes, la foi peut apporter la réponse: soyez-en les hérauts ! Le Pape vous est proche par sa prière et avec sa bénédiction.

Du Vatican, le janvier 2009.

BENEDICTUS PP. XVI

## INDEX

animateurs culturels	26, 27, 32
animation	9, 21, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 40, 43, 44, 48, 53, 54, 58, 59, 61, 65, 66, 68, 69
animation et gouvernement (projet)	17, 26, 29, 32, 38, 46, 49-50
ANS	44, 46
apostolat	42
archives	33, 40, 42, 49, 67
photographiques	42, 49
Archives Centrales Salésiennes	40, 49
Benoît XVI	9, 15, 71
blog	15, 18, 31
Bulletin, Salésien	9, 15, 18, 19, 33, 42, 44, 48, 57, 65, 69, 70
bureau de presse	33, 42, 44, 46, 47, 48, 67
cadre de référence	15, 19, 26, 29, 39, 42, 45, 53, 59, 60
catéchèse	22, 33, 34, 54, 58, 60
conscience	16, 25, 32, 36, 38, 42, 54, 67
critique	25, 26, 27, 31, 32, 35, 42, 54, 66
centres	
formation	26, 27, 50
production	21, 67
CG23	39, 70
CG24	10, 23, 26, 30
CG25	23, 66
CG26	9, 15, 17, 21, 25, 69
CGS	57, 68
charisme	10, 21, 22, 23, 36, 49, 50, 61, 66, 69
chat	15, 31, 49
commission	28, 43, 45, 55
communication	9ss, 12ss
definition	12
ressources	18, 25, 26, 27, 32, 36, 39, 49, 67
communauté éducative	30, 45
Communio et Progressio	13
communion	9, 19, 21, 22, 24, 26, 27, 28, 38, 50, 66, 67, 68, 71, 73

communauté	16, 22, 23, 28, 30, 31, 32, 34, 35, 39, 43, 44, 45, 47, 50, 4, 65, 66, 68, 69, 70, 71
communauté operative	35
Conseiller général	21, 29, 38, 39, 42, 43, 55, 65, 67
Constitutions	17, 39, 53, 57, 68
Consulte (Mondiale)	9, 43, 49, 53, 70
coordination	9, 15, 21, 29, 31, 39, 48
coordinateur	28, 45
cour de récréation	11, 69
critères	9, 10, 20 (n 10), 22 ss, 29, 32, 44, 46, 61, 66
culture, culturel	9, 15, 20, 23, 27, 30, 32, 33, 35, 40, 53, 54, 56, 58, 60, 66, 67, 68. 69. 71 fss
cyberespace	15, 72
Da mihi animas	14
données	24, 25, 33
linguistiques	40
délégué	
national	28, 43
provincial	9, 10, 28, 30, 39, 43, 44, 47, 49, 53, 55, 68
regional	30, 43
destinataires prioritaires	25
développement	11, 20, 21, 25, 27, 28, 35, 36, 38-39, 43, 57, 67, 72
Directeur	9, 28
Direction Général	26, 30, 40, 49, 57, 66
documentation	33, 42, 49
Don Bosco	10ss, 13-14, 15, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 28, 31, 33, 34, 48, 50, 57, 58, 66ss
droits de l'homme	24, 25, 36, 73
Eco, Umberto	13
Éconômât Général	39
économe provincial	44
ecosystème	9, 11, 12, 16, 24, 25, 26, 28, 66
Éditions	9, 29, 34, 70
éducation	10, 19-24, 25-36, 42, 47-49, 54, 58, 66
éducation aux médias	30, 69

éducommunication	16, 50, 59
Église	14, 15, 16, 17, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 33, 36, 38, 46, 48, 53, 56, 57, 60, 61, 67, 73
élaboration de projets	36, 38ss, 43, 44, 45, 46
entreprises	26, 28, 33ss, 43, 44, 67
entreprise de communication	44
équipe	9ss, 24, 28, 29, 30, 31, 38, 41, 42, 43, 44, 45, 71
éthique	23, 36, 54, 60
évangélisation	10 ff, 16, 20, 21-30, 33, 35, 45, 49, 59, 61, 67, 68, 73
Famille Salésienne	19, 23, 24, 26, 27, 29, 32, 43, 44, 46, 47, 48, 50, 57, 61, 66, 68
F/LOSS	16
formation	9, 21, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 34, 36, 38, 39, 43, 45, 48, 49, 50, 53ss
initiale	53, 54,
permanente	16, 44, 53, 54, 61ss
fraternité	22
gestion	28-31, 33, 36, 39, 40, 46, 53, 61
González, Filiberto	11
identité	9, 34, 35, 68
image, langage de	25, 32, 33, 71
salesien, de l'institution	23, 26, 28, 30, 33, 35, 44, 46, 47, 48, 65, 67, 69
Incarnation	13, 22
information	12, 16, 19, 21, 25, 26-30, 32, 35, 38, 43-49, 50, 53, 54, 56, 58, 60, 66-67, 69, 71
Interdisciplinarité	24
Internet	15, 32, 43, 49, 53, 56-60, 67, 71
Jésus	12, 22, 72
jeunes	9ss, 13, 15, 19, 21-35 passim, 44, 45, 53, 66-59, 60, 65, 67, 68, 69, 71
laïcs	9ss, 26, 27, 28, 30, 38, 43, 44, 50, 61, 66, 69
langage	10, 16, 18, 19, 24, 25-27, 30, 31, 32, 40, 54, 56, 58, 61
leadership	15
Lecture Catholique	19
liturgie	19, 57
magisterium	33
médias	16, 17, 20, 21, 25, 27, 30, 31, 32, 45, 48, 53ss
convergents	16, 25, 30, 69

personell	25, 30
milieux populaires	25, 27, 29, 33, 68
mission, Salesienne	9ss, 15, 19, 21-24, 26, 27, 29, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 42-48, 50, 53, 57, 66ss
mission et vision	19ss
dicastères de la	15
missions	9, 25, 27, 30
numérique (definition)	16
continent (digital, nouveau)	9, 10, 15, 31, 73
fracture	16
génération	10, 15, 25
médias	27
témoins	10
nouvelles technologies	9, 17, 20, 21, 58, 61, 69, 71ss
nouvelles frontières	17, 70
nouvelles	
provinciales	19, 33, 50, 67
noviciate	57ss
oratoire	13, 14
organisation	17, 19, 25, 28, 30, 31, 33, 34, 36, 39, 41ss, 65, 66
organigramme	41
Orientations	19, 20, 28, 31, 43, 53ss
participation	9, 15, 17, 22, 24, 29, 30, 31, 32, 35, 45, 71
Pastorale des Jeunes	9, 15, 16, 28, 30, 31, 36, 44, 45, 50, 53, 69
PEPS	10, 38
Pie IX	19
POP	10
politique	16, 19, 20, 21, 22, 24, 66
communication	22, 29ss, 47, 49
portail	33, 34, 42, 49, 67
porte-parole	47, 48
postnoviciate	58ss
prénoviciate	56ss
préservation	26, 49

presse	15, 32, 33, 43, 45, 46, 50, 56, 58, 60
promotion	19, 23, 27, 29, 30, 33, 36, 38, 42
principes	9 <sup>ss</sup> , 15, 17, 26, 31
processus	15, 16, 17, 22, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 36 <sup>ss</sup> , 42, 44, 46, 48, 53, 59, 66
production	21, 26, 27, 28, 33, 34, 38, 42, 44, 46, 47, 53, 68
professionalisme	23, 30, 33, 47, 49, 50
Provincial (avec son Conseil)	10, 21, 28, 29, 30, 34, 39, 43, 44, 45, 48, 68
Radio	9, 13, 15, 28, 35 <sup>ss</sup> , 44, 53, 56, 58, 60, 61, 67
Ratio	16, 17, 31, 53, 54, 55, 70
recherches	25, 27, 43
Recteur majeur	9, 20, 29, 30, 32, 38, 42, 48, 53, 65, 67, 69 <sup>ss</sup>
Règlements	17, 31, 34, 42, 53, 68
Relations publiques	30, 48, 53
relations humaines	9, 11, 12, 16, 24, 71
réseau, mise en réseau	10, 13, 15, 17, 18, 19, 22, 24, 25, 26, 29, 30, 33, 36, 44, 47, 65-67, 69, 71 <sup>ss</sup>
révision ecclésiastique	44
Ricaldone	20
Ricceri	20
Rua	19
Sales, François de	14
Scaramussa, Tarcisio	9, 55, 67
Secrétaire général	40, 48
solidarité	22, 27, 56, 71, 72
spiritualité	23
Stage pratique	59 <sup>ss</sup>
Stella, Pietro	14
structures	21, 26, 29, 33, 35, 38, 39, 42, 46, 66, 67, 68
support	36, 39
système	9, 15, 16, 20, 24, 26, 27, 28, 32, 36, 38, 45, 46, 53, 65 <sup>ss</sup>
Système Préventif	10, 13, 20, 22, 23, 27, 31, 34, 35, 66
terminologie	40
témoin, témoignage	10, 22, 23, 24, 33, 34, 69, 73
typographie	9, 33

mémoire de traduction	16, 40
traducteurs	16, 40
TV	9, 13, 15, 28, 32, 36, 43, 53, 56, 60, 61, 67
Valdocco	10, 14, 33
valeurs	9, 11, 16, 21, 23, 26, 27, 29, 33, 34, 35, 36, 39, 48, 54, 57, 66, 72
Vecchi	53, 65, 69
vérité	23, 25, 72
Vicaire du RM	48
Vie salésienne consacrée	10, 23, 38, 57
Viganò	53, 69
vision	9, 19 <sup>ss</sup> , 26, 30, 33-35 44, 58, 65
Web	18, 28, 34 <sup>ss</sup> , 42, 49, 67
webmaster	9, 34
website	51, 54, 56
www.sdb.org	57

finito di stampare ad aprile 2011