

スクリーンから祭具室へ:オンラインでのパウロ会の召命促進

アンジェロ・パオロ・オ・アスプレル, SSP

I. サイバースペース:現代のガリラヤ湖と現代の主要なアレオパゴス

主イエスの大宣教命令「行って... すべての民を弟子としなさい...」(マタイ 28・19)による復活と悔い改めの福音(ルカ 24・46-47)の宣教(マルコ 16・15)は、デジタルまたはニューメディア時代において重要な意味を持ちます。サイバースペースは、主が歩み、人々をより深い友情、探求、共有、そして従順へと呼びかける現代のガリラヤ湖として機能しています。ヨハネ・パウロ二世は、デジタル大陸を現代の「主要なアレオパゴス」と呼び、使徒パウロの多元的・知的環境での福音宣教のアプローチ(使徒 17・28)を想起させる、福音と現代文化の出会いのための特権的な場所としています。このような福音宣教の賜物と課題は、COVID-19 パンデミックによってさらに高められ、多くの秘跡の奉仕と霊的サービスがオンラインプラットフォームへ移行することとなりました。

教会はソーシャルコミュニケーションとメディアを、神によって定められた賜物であり顕著な人類の発見(「驚くべき技術」1 参照)として見なし、信仰の普及(「福音宣教」45-46 参照)と人間の総合的發展(「新しい時代」7-11 参照)のための豊かな可能性を持つものとしています。しかし、コミュニケーション革命によってもたらされた「新しい文化」は、福音宣教を必要とする独特な宣教の場として残っています。文化やお金のような人類のあらゆる発明と同様に、コミュニケーション技術は大きな約束と危険の両方を提示します。この「新しい文化」は、つながりを促進することも、孤立を招くこともあり、人々間の交わりを高めることも妨げることもできます。

結果として、福音の伝達者のための包括的な養成が緊急に必要とされています。私たちは、デジタル技術を生活と使徒職に取り入れるだけでなく、デジタルコミュニケーションによって形作られた「新しい文化」に深く埋め込まれた聖性と奉仕を認識し理解するよう求められています。私たちは創立者である福者ヤコブ・アルベリオーネの vision に従い、モデルとなる福音宣教者コミュニケーターである聖パウロの足跡をたどります:全キリストをすべての人々に!信仰の全体性—教義、道徳、礼拝—は、人格の全体性—心、意志、心情、感覚—に同化されなければなりません。それは「神がすべてにおいてすべてとなられる」(1 コリント 15・28)ためです。

II. パウロ会員は生まれるのではなく、育てられる

2 世紀のキリスト教弁証家テルトゥリアヌスは「キリスト者は生まれるのではなく、育てられる」という有名な言葉を残しました。これはパウロ会員にも同様に当てはまります。その養成は、イエス・キリストへの心と精神の回心に導くキリスト教のアイデンティティを育みます。「パウロ会の養

成は、聖霊によって変容される人格の育成を目指します。。聖霊は、司祭、修道者、そしてパウロ会の召命の真の養成者です。総長ドメニコ・ソリマン神父は、個人のあらゆる側面を考慮しながら、養成の旅における絶え間ない、慎重な、そして創造的な同伴の必要性を強調しています。

聖パウロの教えと証し、そしてパウロ会の伝統から、私たちは使徒職と養成、召命推進と同伴のための重要な心構えを導き出します。それらはP(祈り/敬虔)、A(使徒性)、U(普遍性)、そしてL(愛または慈愛)として要約されます。

祈り(誰のために)

聖パウロの「すべては福音のために」(1コリント9・23)という言葉は、イニシアチブと革新への開放性を促し、最終的にすべてを神の恩寵に委ねることを奨励します:「私は神の恩寵によって今の私であり」(1コリント15・10)。召命の師であり羊飼いであるイエスは、「あなたがたが私を選んだのではない。私があなたがたを選び、任命したのである。あなたがたが出かけて行って実を結び、その実が残るようになるために」(ヨハネ15:16)と私たちに思い起こさせます。「サン・パウロにおける最愛の者たち」(98)で述べられているように、「祈りは人間の第一のそして主要な義務である...それはすべてに先立ち、すべての上に、すべての生命でなければならない」。さらに、「すべて—聖性と使徒職—はミサ、聖体拝領、聖体訪問から来る」。私たちは主にコミュニケーションの観想者として呼ばれ、私たちの証しと働きにおいて相互関係の精神を具現化します。

使徒性(どのように)

パウロ会員は、神と人類とのより深い交わりを目指す使徒職の生活に呼ばれています。焦点は単なる生産性ではなく、意味のある証しにあります。ヨハネ・パウロ二世は、現代の道具を使用する際の超自然的精神の必要性を強調し、単なる技術ではなく、メンタリティの変化を提唱しました。使徒職は、心と考え方の変容的な変化のために主の恩寵を求めることから始まります。イエス・キリストは単に聖パウロの心を変えただけでなく、彼の献身を方向転換させました。この根本的な変化は、プラットフォームや技術を超えて不可欠です。

普遍性(何を)

パウロ会の使命は社会のあらゆる層に及び、聖パウロの普遍的なアプローチを具現化します。福者ヤコブ・アルベリオーネは初期のパウロ会員に「すべてをキリスト教的な方法で語る」よう促しました。養成は使命志向であり、パウロ会の教育的伝統に基づいています。それは総合的で、実践的で、継続的で、教会の教導権に沿ったものです。この養成は、特に貧しい人々や疎外された人々の間で、地域の現実と深く関わり、個人的で、共同体的で、多文化的

です。パウロ会員は、勇気、創造性、希望を受け入れながら、コミュニケーションと出会いの文化を育て、現代のコミュニケーションのデジタル的、双方向的、グローバルに接続された性質に適応しなければなりません。デジタルの認識、能力、態度、アクセス、適応性が不可欠です！

愛または慈愛(なぜ)

前総長のヴァルディル・ジョゼ・デ・カストロ神父は、「模範の使徒職」の重要性を強調し、真の慈愛を育む深い内面性を提唱しています。彼は、愛の行為は言葉よりも大きく響き、真正な証しが福音宣教の中心にあると主張しています(2015年フィリピン-マカオ管区の修道士への総長書簡参照)。実生活に沿わない説教は心を動かすことなく、心を動かすことはできません。具体的な愛の行為が言葉に先立たなければなりません。いかに洗練されたコンテンツ、スタイル、技術であっても、「愛を通じて働く」聖性と真理のうちに生きられた生活の説得力ある証しを超えることはできません。

デジタル時代において、効果的なパウロ会の養成、召命推進と同伴は、教皇フランシスコのビジョンと教えにも沿っています。

第一に、養成者と召命推進者は喜びと真正さを体現すべきです。教皇は、喜びは伝染性があり、他者をキリストに引き寄せることができると指摘しています。この喜びは、誠実さが重要な個人的な出会いとオンラインでの交流の両方において、真正なものでなければなりません。

第二に、教皇フランシスコが「福音の喜び」で強調しているように、深い霊性と祈りが不可欠です。そこで教皇は、祈りと対話を育む出会いの文化を呼びかけています。養成者と推進者は、対面でもオンラインでも、霊的なつながりとコミュニティを深めるために、祈り、識別、そして議論の機会を作り出すべきです。

第三に、養成者と召命推進者は、存在、対話、そしてコミュニティを育みながら、個人の旅に寄り添わなければなりません。これは、対面でもデジタルプラットフォームを通じて、積極的に耳を傾け、思いやりのある導きを提供し、若者が自分独自の賜物、歴史、そして苦闘を理解するのを助けることを含みます。エマオへの道で弟子たちと共に忍耐強く歩んだ復活したイエス(ルカ 24:13-35)や、真の富を識別する上で金持ちの若者を導いた(マタイ 19:16-22)ように、養成者と召命推進者は、マリアの母性的な養育の配慮とヨセフの父性的な導きをイエスに対して示したように(ルカ 2:41-52)、羊飼いの精神を体現すべきです。

第四に、「兄弟の皆さん」(47-50)と2021年世界コミュニケーション日のメッセージ(“来て、見なさい”)で強調されているように、明確で親しみやすいコミュニケーションが重要です。教皇フランシスコは、複雑な専門用語を避け、関与を呼びかける親しみやすい言葉の使用を提唱

しています。

第五に、「デジタル大陸」での創造的な関与が重要です。カテケーシスの指針は、デジタル領域を宣教の場として認識し、推進者がソーシャルメディアのミーム、インフォグラフィックス、ポッドキャスト、リール、動画、ライブストリーム、ストーリーなどの現代的なツールを活用して、福音を効果的に伝え、若い聴衆にインスピレーションを与えることを奨励しています。教皇フランシスコは、信仰を分かち合う上でストーリーテリングの重要性を強調し、コミュニケーターに自らの経験の真正な語り手となることを促しています。

第六に、「喜びに喜べ」(140-146)に反映されているように、コミュニティの育成が最重要です。教皇は、キリスト教の召命の共同体的性質を強調しています。召命推進と同伴に関わる人々は、対面でもオンラインでも、相互支援と励ましを育むための支援的なコミュニティを育成すべきです。

最後に、文化的感受性と包摂性が重要であり、疎外されたグループが歓迎されていると感じられるようにすることが大切です。教皇フランシスコは、デジタルコミュニケーションにおける多様な文化的文脈の認識の重要性を一貫して強調しています。

III. 神の呼びかけのためのネットワーク

若者とデジタルネイティブーミレニアル世代、Z世代、アルファ世代ーに効果的に働きかけるためには、テクノロジー主導の環境によって形作られた彼らの独特な特徴を認識することが重要です：

目的とつながりの探求

デジタルネイティブは、霊的・宗教的生活において、真正性、コミュニティ、関連性、社会問題への関与を求めています。彼らの基本的なニーズには、関係性、メンタリング、メンタルヘルスのサポート、目的意識が含まれます。

主な特徴

- テクノロジーに精通:スマートフォン、ソーシャルメディア、デジタルツールを容易に操作
- マルチタスク:複数のタスクを同時に処理し、大量の情報を同時に処理できる
- 即時の満足感:コミュニケーションとコンテンツに迅速な反応と即時の結果を期待
- 視覚的・双方向的学習者:従来のテキストよりも視覚、動画、インタラクティブなコンテンツを好む

- 短い注意カスパン:長い説明よりも、簡潔で魅力的なコンテンツを好む
- 相互接続:ソーシャルネットワークに従事し、デジタル領域で関係を維持
- グローバルな視点:多様なニュースと文化にアクセスし、広い世界観を育む
- 協働的・参加型:ゲームやソーシャルメディアでインタラクティブでコミュニティベースの経験を求める
- 価値主導:持続可能性、社会正義、包摂性など、自らの価値観に合うブランドや組織を重視

世代別特徴

- ミレニアル世代(1981-1996 年生まれ):インターネットの台頭を目撃し、Facebook や Instagram などのプラットフォームを好む。個人的・職業的生活を反映する厳選されたコンテンツと長文の議論を楽しむ。
- Z 世代(1997-2012 年生まれ):スマートフォンとソーシャルメディアが支配するデジタル世界で育った。TikTok と Instagram を好み、真正性とリアルタイムの関与を重視。
- アルファ世代(2013 年以降生まれ):主に YouTube と子供向けアプリに関与し、ゲーム化された形式での教育的で楽しいコンテンツに惹かれる。

召命推進材料とプログラムの重要な特徴

- 現代的な美的感覚:魅力的な視覚体験を生み出すための、マルチメディア要素を含むクリーンで活気のあるデザイン
- 真正性と共感性:若い司祭の個人的な物語と証言を共有し、実生活の経験を強調し、つながりの感覚を育む
- 双方向性と関与:活動、識別ツール、クイズ、フィードバック機能、ダウンロード可能なコンテンツを組み込み、利用者の積極的な関与とより深い探求を促す
- 現代の課題との関連性:メンタルヘルス、社会正義、人間関係、個人の目的など、現代的なトピックに取り組み、今日の若者に響く霊的な導きを提供
- 持続性と一貫性:ソーシャルメディアを通じた個人ブランドの構築には定期的な関与とコンテンツ作成が必要で、これは召命推進にも当てはまる。散発的または形式的なコンテンツでは、勢いを失い、関連性を失うリスクがある

- 会話的なトーン: 関与を呼びかける親しみやすい包括的な言語を使用。若者とつながる際には、召命に参加を促す開かれた旅として提示し、形式的、学術的、説教的な言語を避ける
- 明確な行動喚起: 識別のための具体的なステップを示す魅力的で説得力のある資料を提供し、若者を関連するコミュニティ、イベント、リソースにつなげる
- モバイル最適化: 若者のスマートフォン利用の高さに対応するため、すべての資料をモバイルフレンドリーにする
- ビジュアルストーリーテリング: 注目を集め、メッセージを効果的に伝えるためのインフォグラフィックス、画像、動画の使用
- コミュニティ構築: ユーザー同士が関わり合える機会を作り、召命コミュニティ内での帰属意識と共通の目的を育む

これらの要素を統合することで、司祭職と召命に関する資料は、デジタル世界でつながり、真正性、目的を求める若者に深く響くことができます。

効果的な召命キャンペーン資料とプログラム

- ビデオ証言: 全国召命意識週間や月間で強調されるような個人的な物語を、Facebook、Instagram、TikTok、YouTube などのプラットフォームで共有
- インタラクティブなウェブサイトとオンラインコミュニティ: オンラインフォーラム、チャットルーム、ソーシャルメディアグループなどの協働スペースを作成し、個人がリソースにアクセスし、メンター、宗教者や霊的指導者、同じ志を持つ仲間とつながれるようにする
- バーチャルリトリートと祈りの出会い: オンラインリトリート、霊的な出会い、識別ウェビナー、ライブ配信のミサ、Q&A セッション、礼拝サービス、聖体礼拝などのイベントを主催
- プロモーションとニュースレター: 召命に関する黙想、ニュース、イベント案内、証言を掲載したニュースレター、メッセージ、メールを定期的に配信
- インフルエンサー: カトリック、宗教、霊的なインフルエンサーを活用して、召命のメッセージをより身近で親しみやすいものにする
- ターゲット広告: ソーシャルメディアの広告を活用して、関心のある層に効果的に召命のメッセージを届ける

- インタラクティブな調査とアンケート:若者が召命の旅に求めているものについての洞察を得るため、ソーシャルメディアで調査とアンケートを実施
- 学校や大学との連携:召命フェア、講演、ワークショップを開催するために教育機関と協力

これらの戦略は、魅力的なストーリーテリング、インタラクティブなコンテンツ、デジタルマーケティングの組み合わせが、デジタル時代において若者に司祭職、修道生活、パウロ会の召命を探求するよう促すことができることを示しています。認識と好奇心を高めることで、これらの取り組みは最終的に活気のある支援的な個人的・オンラインコミュニティの構築に役立ちます。

IV. 心をつなぐ:デジタルの道

今日のデジタル環境において、教会—特にコミュニケーションと福音宣教に焦点を当てている者—は、オンラインプラットフォームの広範な到達範囲、アクセシビリティ、双方向性を活用して、司祭職と修道生活の召命を推進し育む独特な機会を持っています。この取り組みには、ソーシャルメディアキャンペーンからバーチャル黙想会まで、様々な方法を活用したデジタル戦略の慎重な構想、関与、実行、評価が必要です。

しかし、誤情報、注意散漫、デジタルデバイドの課題の中で、真正で意味のあるつながりを優先することが重要です。そうすることで、教会は霊的、宗教的、召命的な旅を求める個人に深く響く真正な関与を育むことができます。