

Session Baye,  
17 mars 2014

# Annoncer l'Évangile à l'heure des médias numériques

## Enjeux et défis



*Sr Nathalie Becquart, Xavière, directrice du SNEJV*

# Une question d'actualité!



# Médias numériques, où en est-on?

## Petit plongée dans la planète web



## Comment rejoindre, évangéliser et faire Eglise avec ...?

### Les homo numericus

### Du monde numérique

- L' Eglise à l' épreuve de culture post-moderne numérique,
- Dans une société médiatique et numérique complexe, sécularisée, pluriculturelle et démocratique
- Dans une période de transformation et renouveau spirituel





# Introduction

## Génération numérique, génération Y?



Clip <http://www.youtube.com/watch?v=Fdkp39yiYBc>

# Génération connecté...

Ceci dit, des connectés il y a en a : à tout âge et dans tous les lieux....



### Prendre la mesure du développement...

- 7 milliards d'habitants sur la terre
- 5 milliards de tels portables
- Explosion des smartphone : 50% des français
- Toutes les activités humaines se numérisent ...

### **La fracture numérique se réduit**

- Près de huit personnes sur dix ont accès à Internet depuis leur domicile.
- 96 % des 15-29 ans disposent d'un accès chez eux
- 24 % pour les 75 ans et plus.



### Tendances



- Achats en ligne se développent
- Essor de l' internet mobile
- En 2012, 40 % ont déjà surfé sur le Net en dehors de chez elles, depuis un ordinateur portable, un téléphone mobile ou un appareil de poche. En 2007, ils n' étaient que 10 %.
- Dont 75 % chez les 15-29 ans, contre 16 % pour les 60-74 ans. Les internautes nomades sont plus nombreux dans l' agglomération parisienne que dans les villes de petite taille.

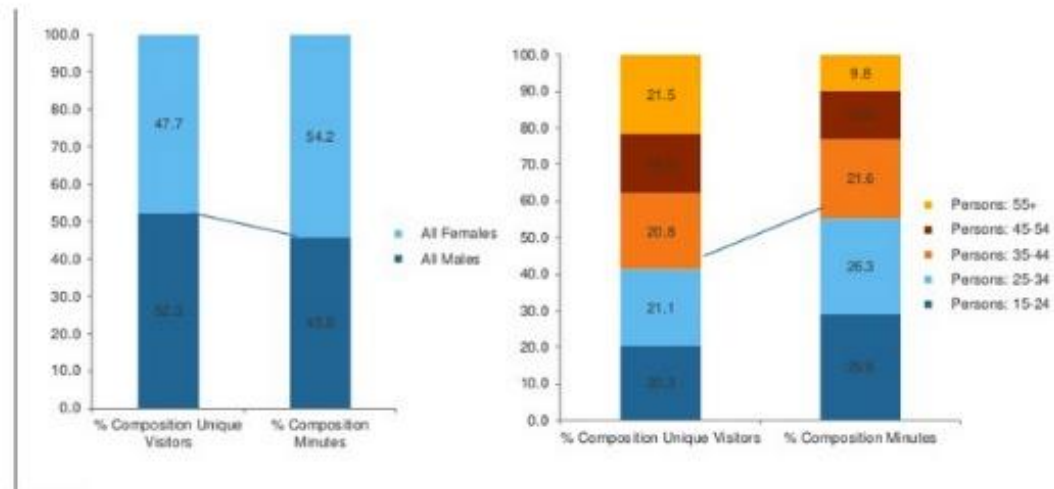
**89%** des internautes français  
sont inscrits sur un  
ou plusieurs réseaux sociaux

**1 minute sur 3** est dédiée aux réseaux  
sociaux en France



Comscore juin 2012

- Les **Françaises passent plus de temps** sur les réseaux que les hommes
- **Les moins de 35 ans** dominent en temps passé, toutes les tranches d'âge utilisent les réseaux en proportions semblables



Comscore sept 2011



**Youtube deux fois plus puissant que le Français :**

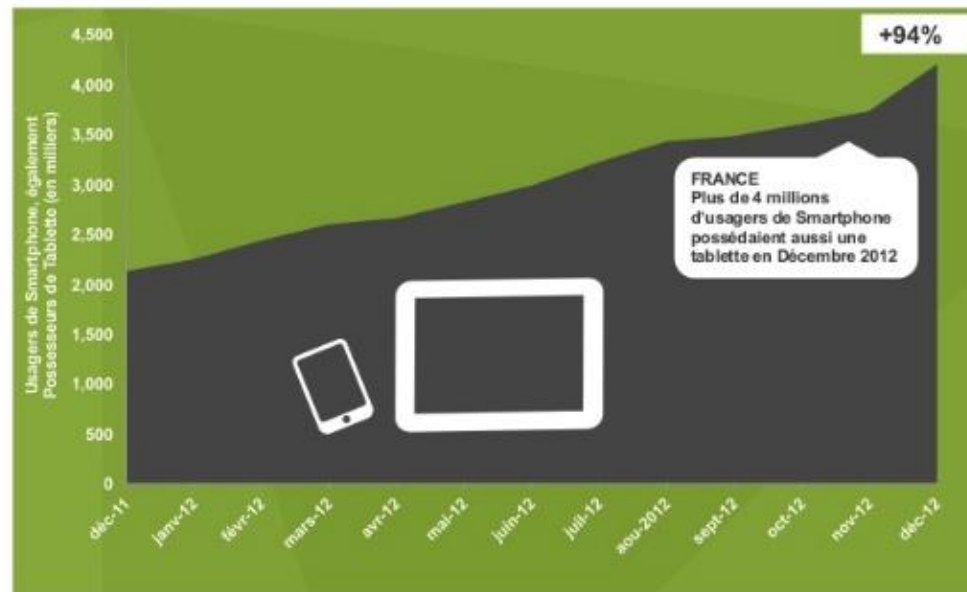
32 millions de VU/mois en France pour Youtube, 16 millions pour Dailymotion (source Comscore - août 2012)

**Cible grand public, jeune :** sur-représentation des moins de 18 ans et 18-24 ans (source [Quantcast](#) - juillet 2013)

**Dailymotion moins puissant mais plus qualitatif :** plus d'options avancées (logo Dailymotion occultable, personnalisation de la chaîne, démarrage de la vidéo à un moment précis, meilleure compression en HD...)



### Boom des tablettes



[Comscore déc 2012](#)

### L'ère des messengers mobile



- Snapchat (150 millions de photos échangées par jour) ,
  - Le messenger Facebook qui tire l'usage mobile de Facebook
  - Skype (250 millions d'utilisateurs en juin 2012) pour remplacer le déclinant Messenger
- > Remplacent les coûteux sms et attirent donc les jeunes

### Quelques chiffres 11-25 ans

- 1% des jeunes n'a jamais navigué sur le web
- 66% des jeunes déclarent utiliser internet quotidiennement
- 86% des jeunes ne créent pas de contenus sur internet (plus consommateurs que créateurs, ce qui est à peu près la même proportion que chez leurs aînés).
- Le smartphone explose, plus répandu chez les jeunes que chez les professionnels (30% des jeunes de 15-24 / 41% s'en servent pour accéder à internet)



### Que font les jeunes sur internet?

1. Regarder des vidéos (91,1%)
2. Ecouter de la musique (90,8%)
3. Jouer (82,3%)
4. Faire des recherches pour soi (78,1%)
5. Discuter (chat + réseaux sociaux) (74,9%)
6. Faire des recherches pour l' école (74,4%)

→ En somme, les mêmes usages que dans le monde physique



- 95% des étudiants ont un compte facebook, 16% twitter
- 98% des lycéens sont sur facebook
- Ados envoient en moyenne 100 sms par jour
- Plus de 50% passent plus de temps avec leurs amis via internet et tel
- 50% disent pouvoir vivre sans internet



Pour Cisco, "206 os composent le squelette humain. le smartphone pourrait bien être le 207ème!". Les jeunes considèrent leur portable comme un appendice de leur être, indispensable à leur vie.

Deux sur cinq assurent qu'être empêché de l'utiliser équivaldrait à être amputé.

### Facebook c' est

- Plus de 800 millions d' utilisateurs
- 26 millions en France
- utilisé par 83 % des 15-24 ans
- Un membre possède en moyenne 130 amis sur Facebook



**Le principe :** avoir un profil, entrer en relation avec autres profils.

- Un profil = 1 personne physique
- Une page = des fans
- Un groupe = un regroupement de personnes partageant un intérêt commun ; plus une espèce de badge, un élément constituant d' une identité (le groupe des personnes venant de telle école primaire, de personnes qui prennent la ligne 6 du métro, de personnes qui aiment les kinder bueno ou qui trouvent telle blague drôle).

### Twitter c' est

- Plus de 465 millions d' utilisateurs dans le monde
- 5 millions d' utilisateurs en France
- 37% mettent leur statut à jour via leur téléphone
- 200 millions de « tweets » ou messages par jour
- Très investi par les journalistes et les blogueurs influents
- Parmi les jeunes : investi par les étudiants, peu par les autres (20%)



Le succès des réseaux sociaux : des  
outils en résonnance avec des  
évolutions de fonds

La révolution des réseaux sociaux :

[http://www.youtube.com/watch?v=Zr5\\_nSadfe8&list=UULC9cX5GntaQmTSF6hTqrzA&feature=player\\_detailpage](http://www.youtube.com/watch?v=Zr5_nSadfe8&list=UULC9cX5GntaQmTSF6hTqrzA&feature=player_detailpage)

# Panorama des médias sociaux 2012



# Social Media 2013

**1.15  
Billion+**  
total users

751 Million users access Facebook from mobile with 7,000 different devices

There over 20 million Facebook apps

23% of Facebook user's check their account more than 5 times a day

34% of marketers believe Facebook is important for their lead generation strategy

350 Million photos are uploaded every day

75% of possible engagement a post gets in its first 5 hours

facebook

There are over 288 million monthly active users

28% of Retweets are due to inclusion of "please RT!"

Twitter's fastest growing age demographic is 55 to 64 year olds with active users of 79%

60% of Twitter users access it from mobile

Approx 20 million user accounts are fake

On an average, over 400 million tweets being sent per day

208 is average number of tweets per account

**500  
Million+**  
total users

twitter

**500  
Million+**  
total users

Over 343 Million active users on Google+

Platform has over 83% male users

80% users login at least once a week to Google+ and 60% users login everyday

The +s button is served more than 5 billion times per day

40% of marketers use Google+, 76% desire to learn more and 82% plan to increase Google+ activities

Animated GIFs are still the most engaging type of post

Google+

### Définition web2.0

- Le **Web 2.0** ne peut être résumé à une technologie ou une technique, c'est un ensemble de bon procédés qui suivent une évolution logique du Web. C'est une notion (un concept) qui n'a pas vraiment une définition mais plusieurs, ce terme a été inventé par O'reilly dans son fameux post [what is Web 2.0](#). On peut résumer le "**concept**" **Web 2.0** en deux aspects : l'un qui est technique et l'autre qui est plus lié à la communication et le partage
- Au niveau technique le **Web 2.0** correspond à ce que l'on peut appeler les interfaces enrichies (Ajax, Flash 8, Ruby on Rails...) Tous ces outils techniques, on pour but de faciliter la navigation et l'ergonomie
- Au niveau communication cela correspond **au partage et à la diffusion d'information** (blog, rss, utilisation d'api, portail communautaire, forum, folksonomie, wiki...) mais aussi au marketing viral
- il y a une volonté de redonner le pouvoir aux utilisateurs, les internautes deviennent acteurs c'est ça la philosophie du **Web 2.0**



## II – La culture post- moderne numérique

### une nouvelle culture web

---

- La google culture : question/recherche
- Une culture web « ludique » et « personnalisée à outrance »
- Les écrans sont devenus le support privilégié du rapport à la culture
- Maître mot = interactivité

# L'univers des médias numériques

## Le réseau



<http://www.youtube.com/watch?v=Fdkp39yiYBc>

## La mosaïque





## La mer, les flux



[http://www.youtube.com/watch?v=\\_pGNSOevujU](http://www.youtube.com/watch?v=_pGNSOevujU)

## L'humour, le ludique



<http://www.youtube.com/watch?v=rLIAZMPB78c>

Session Baye,  
17 mars 2014

# Annoncer l'Évangile à l'heure des médias numériques

## Le défi de l'inculturation de la foi



*Sr Nathalie Becquart, Xavière, directrice du SNEJV*



## Des défis à relever pour l'Eglise

- Une révolution culturelle, anthropologique, sociale....
- Et donc ecclésiale
- La question de l'inculturation de la foi à la suite de St Paul...
- Des ressources...



### Jésus, le 1<sup>er</sup> twitto?



- *« Jésus a été la première personne au monde à tweeter », avec des formules brèves et pleines de sens, cardinal Gianfranco Ravasi.*
- Jésus-Christ a « utilisé le tweet avant tout le monde, avec des phrases essentielles et comprenant moins de 45 caractères comme “Aimez-vous les uns les autres”
- les paraboles de Jésus, à l'instar de « la télévision d'aujourd'hui transmettait un message en passant par une histoire, un symbole »
- « Si un ecclésiastique, un pasteur ne s'intéresse pas à la communication, il se place hors de son ministère »

## Les nouveaux médias et la nouvelle évangélisation

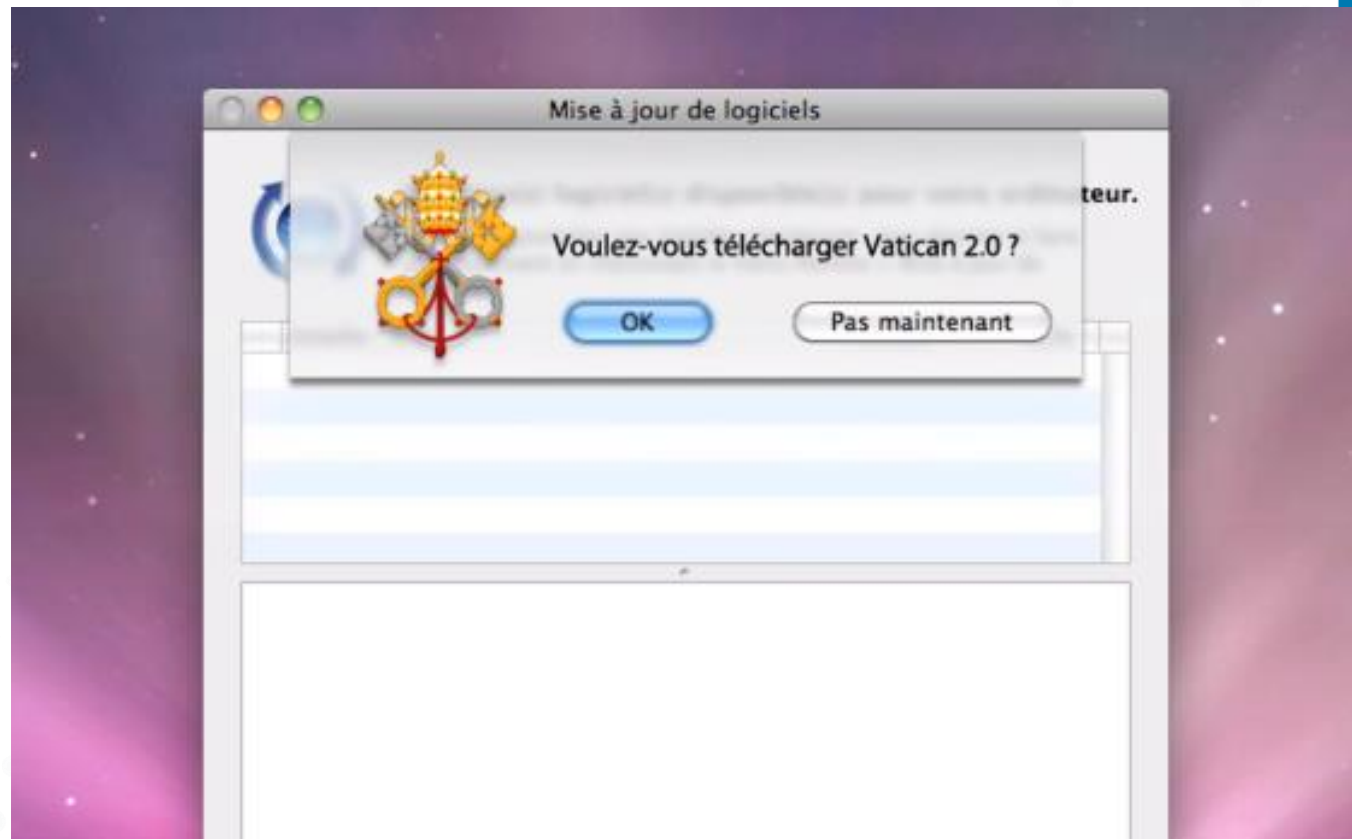
### Message final du synode n° 10

*"L'évangélisation exige qu'on prête une attention particulière au monde des communications sociales, routes sur lesquelles, en particulier dans les nouveaux médias, s'entrecroisent tant de vies, tant d'interrogations et tant d'attentes. C'est un lieu où se forment souvent les consciences et où se rythment les temps et les contenus de la vie vécue. C'est une chance nouvelle pour rejoindre le cœur de l'homme »*

# Entrer dans l'univers du web

## Changer de paradigme

## Introduction



<http://www.youtube.com/watch?v=K-uPuvEO2og>

# Faire buzzer la Bonne Nouvelle de Pâques

La viralisation : rendre la Vérité populaire...

FRANÇOIS, UN PAPE MODERNE









# Le vocabulaire du Social media

---

## Des affinités avec l'Évangile?

- Communauté
- Amis
- Partage
- Conversion
- Engagement
- Interaction

## II – La culture post-moderne numérique

# Une société paradoxale





## II – La culture post-moderne numérique

# Une société paradoxale

Abritée



Anxieuse



## II – La culture post- moderne numérique

# Une société paradoxale

Généreuse



repliée  
sur soi





# 1 les jeunes qui sont-ils?

## Une société paradoxale

Sens du succès ↔ Emotionnelle



## II – La culture post- moderne numérique

# Une société paradoxale

Ouverte ↔ identitaire





## Les jeunes de la culture post-moderne numérique

### Nuage de tags génération Y

Engagement citoyen

Globalisation

Information instantanée

Gratification immédiate

Connectés

Impatients  
(MAINTENANT)!  
Pas dans 5 minutes

Horizontale

Rapidement ennuyés

Mobiles

Multi-tâches

Interdépendants

Adaptables

## II – La culture post-moderne numérique

### Des comportements à prendre en compte

- Joueur, consommateur à la recherche du bon plan
- Sans illusion, conscient et débrouillard
- Acteur hyperactif web.2
- Communicant relationnel horizontal
- Tense attitude
- World attitude

# De nouvelles manières de communiquer et mobiliser

## Pour toucher la web génération

- Susciter de l'interactivité
- Agir vite et de manière percutante
- Créer de l'engagement et de la proximité
- Simplifier et favoriser la transparence

# Les jeunes et le web, acteurs d'une société en mutation

## Une société de la communication et des savoirs partagés, de la conversation

- Du vertical à l'horizontal, de la transmission à la communication
- Vers des manières de penser et de se construire non linéaires comme sur internet
- Une nouvelle articulation individu/groupe : « les individualistes solidaires »

Manière d'être ensemble change profondément : besoin de vibrer, d'expérimenter pour adhérer, d'être acteurs des lieux et processus de socialisation.

# Les valeurs de la génération numérique

- **Autonomie et solidarité :**  
utilité, action et passion
    - > intérêt projets
  - **Interconnexion et communication :**  
relation et réseaux sociaux
    - > coopération et proximité
  - **Authenticité et spontanéité :**  
besoin de sens et de cohérence
    - > réactivité et questionnement finalité
  - **Curiosité et inventivité :**  
innovation et fluidité
    - > Ouverture au monde/changement
- Subjectivisme, relativisme, utilitarisme



## II – La culture post- moderne numérique

### Fonctionnements à prendre en compte

- Primat de la communication en réseaux
- Primat des projets et événements sur les structures
- Primat du charisme et des personnes sur les fonctions
- Primat de l'émotion, des sensations, du symbolique, de l'intuitif sur le conceptuel

## Nouvelle anthropologie?

### Homo numericus

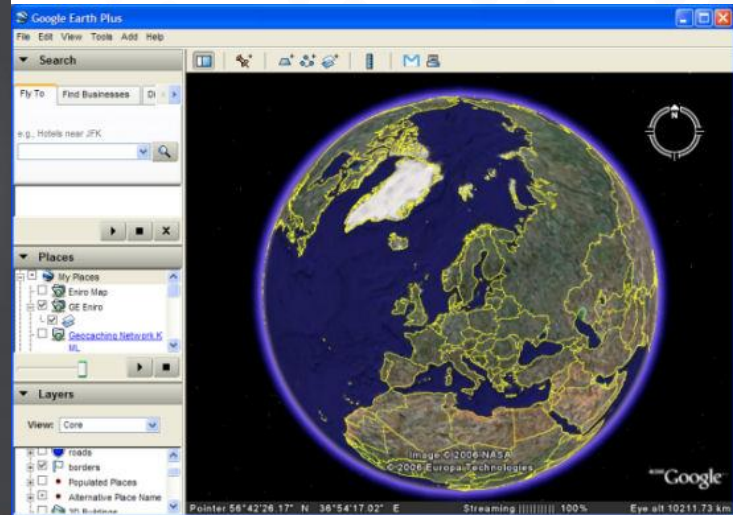


- Nouveau rapport au temps
- Nouveau rapport à l'espace
- Nouvelles sociabilités
- Nouveaux rapports aux savoirs

# Nouveau rapport à l'espace

## Ici et là-bas

### III- Réflexion anthropologique



# Nouveau rapport au temps

Densification du présent,  
accélération et individualisation

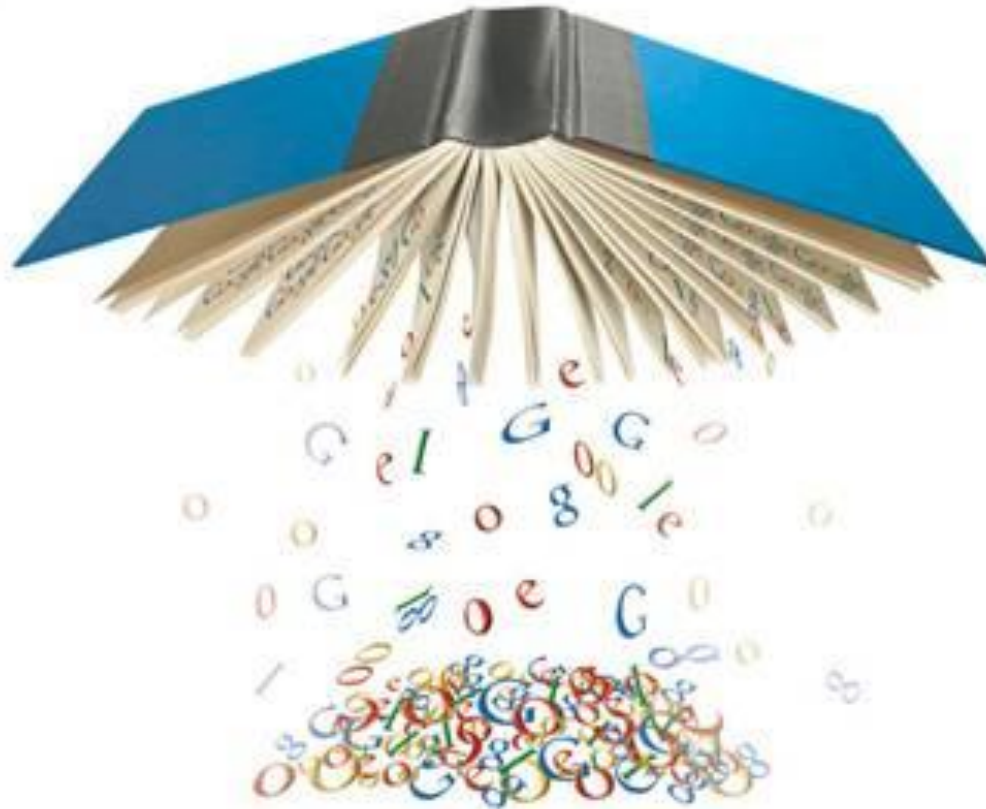


## Multiappartenances, liens forts et liens faibles...





### Flux médiatique et infos en temps réel, infobésité, big data



# Nouveaux rapports aux savoirs

Savoirs partagés, délinéarisation  
dématérialisation...



## Des pierres d'attente pour la spiritualité

- Soif de sens et de cohérence
- Intérêt pour la spiritualité et inculture religieuse
- Besoin d'être utile
- Recherche d'épanouissement personnel plus de que réussite matérielle
- Soif de relations vraies et d'une vie affective riche
- Besoin de s'accomplir et vivre selon ses convictions personnelles : authenticité

# IV – Réflexion pastorale

## Annoncer l'Évangile à l'heure des nouveaux médias



# L'Eglise et la révolution numérique

## Communication partage

## Espace de dialogue

- « L'information c'est le message; la communication c'est la relation »  
D. Wolton, sociologue des médias





### *Ecclesiam suam, Paul VI, 1964*

67 - L'Eglise doit entrer en dialogue avec le monde dans lequel elle vit. L'Eglise se fait parole ; l'Eglise se fait message ; l'Eglise se fait conversation

# Changement de paradigme

## "Web & Co et pastorale".

Jean-Claude Boillat et François-Xavier Amherdt, [Editions Saint-Augustin](#), 2013

- Avec l'interactivité offerte par les NTIC, affirment les deux auteurs, nous assistons à un changement de paradigme: nous passons de la communication "ex cathedra", dirigée de haut en bas, à un modèle personnalisé, centré sur le destinataire. Il en résulte une nouvelle manière de penser, de réfléchir, d'agir, que la pastorale doit prendre en compte.

# Com et nouvelle évangélisation

## Les nouvelles frontières de la communication

- **De vastes possibilités - Un des grands défis pour l'Eglise**
- **Culture médiatique et numérique : lieu de la vie publique et de l'expérience sociale**
- « ces technologies et l'espace des communications qu'elles engendrent doivent être **vus de façon positive, sans préjugé aucun, comme étant des ressources**, même si c'est de **manière critique** et que l'emploi qui en est fait soit sage et responsable »
- « **effectuer un discernement attentif et partagé** pour comprendre le mieux possible les potentialités que cet espace offre en vue de l'évangile, mais aussi pour en saisir correctement les dangers »
- « Face aux scènes de la nouvelle évangélisation, pour être crédibles, **les témoins doivent savoir parler les langages de leur temps**, annonçant de l'intérieur les raisons d'espérance qui les anime »

## Président du conseil pontifical pour les communications sociales

- *« La communication n'est pas une activité de plus de l'Église, mais l'essence même de sa vie. »*
- *« La communication de la bonne nouvelle de l'amour de Dieu pour tous les hommes, telle qu'elle s'exprime dans la vie, la mort et la résurrection de Jésus Christ, est ce qui unifie et donne du sens à tous les autres aspects de la vie de l'Église »*

# Message du Pape pour la JMC 2013

## **‘Réseaux sociaux : portes de vérité et de foi, nouveaux espaces pour l’évangélisation’**

- À l’approche de la Journée mondiale des Communications sociales de 2013, je voudrais proposer quelques réflexions sur **une réalité toujours plus importante concernant la manière dont les personnes communiquent entre elles aujourd'hui. Je voudrais examiner le développement des réseaux sociaux numériques qui contribuent à mettre en évidence une nouvelle « agora », un espace public ouvert où les personnes partagent des idées, des informations, des opinions, et où peuvent naître aussi de nouvelles relations et formes de communauté.**



## Message du Pape pour la JMC 2013

### 'Réseaux sociaux : portes de vérité et de foi, nouveaux espaces pour l'évangélisation'

- Ces espaces, quand ils sont bien valorisés et de manière équilibrée, contribuent à promouvoir des formes de dialogue et de débat qui, si elles sont effectuées avec respect, attention pour la vie privée, responsabilité et dévouement à la vérité, peuvent **renforcer les liens d'unité entre les personnes et promouvoir efficacement l'harmonie de la famille humaine**. L'échange d'informations peut devenir une réelle communication, **les liens peuvent se développer en amitié, les connexions faciliter la communion**. Si les réseaux sont appelés à réaliser ce grand potentiel, les personnes qui y participent doivent s'efforcer **d'être authentiques, parce que dans ces espaces on ne partage pas seulement des idées et des informations mais en définitive on se communique soi-même**.

# Message du Pape pour la JMC 2013

## **‘Réseaux sociaux : portes de vérité et de foi, nouveaux espaces pour l’évangélisation’**

- **Le développement des réseaux sociaux exige de l’engagement : les personnes participent à construire des relations et à trouver de l’amitié, dans la recherche de réponses à leurs questions, en se divertissant mais aussi en se stimulant intellectuellement et dans le souci du partage des compétences et des connaissances. En unissant les personnes en fonction de ces besoins fondamentaux, les réseaux font de plus en plus partie du tissu social même. Les réseaux sociaux sont donc alimentés par des aspirations enracinées dans le cœur humain.**

# Les nouveaux médias, une dynamique missionnaire

**« Allez donc, de toutes les nations faites des disciples »** Mt28,19

- Enjeu missionnaire
- Proposer la rencontre du Christ au plus grand nombre de nos contemporains
- La foi, un cadeau à offrir, une chance = rejoindre au-delà de nos réseaux
- Poser des objectifs de développement et de visibilité

### « La Joie de l'Évangile »

- 1. Une joie qui se renouvelle et se communique

1.8 « Parce que, si quelqu'un a accueilli cet amour qui lui redonne le sens de la vie, comment peut-il retenir le désir de le communiquer aux autres ? »





## La Joie de l'Évangile

2. La douce et réconfortante  
joie d'évangéliser



### 9. Le bien tend toujours à se communiquer

Chaque expérience authentique de vérité et de beauté cherche par elle-même son expansion, et chaque personne qui vit une profonde libération acquiert une plus grande sensibilité devant les besoins des autres.

**Lorsqu'on le communique, le bien s'enracine et se développe.**

## Passer de Vatican I à Vatican II



### Aller au bout de la réception de Vatican II

Du dogmatique à l'herméneutique :

*Accent sur le pôle subjectif et  
interprétatif de la foi*

*Accent sur la dimension langagière et  
communicationnelle*

**Une théologie de la communication  
enracinée dans  
une théologie trinitaire**

# De Vatican I à Vatican II

d'un régime de la transmission à un régime de la communication  
changement de paradigme

définition juridique et  
politique  
Vérité  
Autorité

Modèle d'instruction  
Dieu → homme

définition mystique  
Parole de Dieu  
Mission  
Liberté/herméneutique

Modèle de communication  
Dieu ↔ Homme  
Révélation/réception/  
histoire

## Des questions et tensions...

- Expression de soi ou transparence
- Authenticité/vérité ou popularité/manipulation
- Pluralité ou formatage
- Sur-mesure ou fragmentation
- Ouverture ou cloisonnement
- Superficialité ou profondeur
- Communication ou consommation
- Gestion du temps et des infos
- Parole/rencontre ou bavardage/solitude

# Comment communiquer sur les réseaux sociaux?





## Discerner son mode et son style

---

### Chacun selon son charisme

- Inculturer les charismes et fonctionnements dans cette nouvelle culture
- De « l'accueil » au « aller vers », enjeu d'interpeller, communiquer et proposer
- Se positionner dans une offre ecclésiale et spirituelle multiple = discerner et spécifier sa vision, son projet, ses propositions

## IV- Réflexion pastorale

# L'éthique de la communication

## Ou le dilemme du chartreux



## Défi de la communication au service de l'évangélisation

### La com et les nouveaux médias numériques : un élément clé

- A intégrer dans la démarche pastorale, articulée au reste
- Des contenus pratiques, ludiques, d'actualité : importance de l'humour, enjeu du narratif, du témoignage
- Former et se former au témoignage online et offline : Exemple média training

## Entrer dans une démarche stratégique

### Analyser, choisir et agir

- Mettre en cohérence tous les projets et actions
- Hiérarchiser et poser objectifs pour mobiliser
- Préciser positionnement et cible pour avoir une chance de l'atteindre
- Partir de la cible, ses besoins et attentes, ses comportements pour penser communication
- Des partis pris clairs
- Des cibles et problématiques identifiées
- Un axe directeur
- Des actions cohérentes : un plan d'action

## L'exemple des JMJ et d'EC

- Un évènement en 3 dimensions
- Communauté de pèlerins, téléspectateurs, internautes
- La frontière de la communauté s'élargit



# Associer des jeunes à la mission?

**Il a une mission, nous aussi!**



<http://www.youtube.com/watch?v=rLIAZMPB78c>

## Développer une communication positive

- Vérité/honnêteté/transparence
- Cohérence/Authenticité/sincérité
- Courage et audace/sagesse et prudence
- Pas d'agressivité/paix et politesse

# Acteur pastoral, porte-parole de l'Eglise?

---

« mes tweets n'engagent  
que moi » ???

- Responsabilité et compétences
- Vérité et authenticité
- Liberté et loyauté
- Choix et discernement

### Question du langage

- Paraboles et métaphores
- Langage symbolique et artistique
- Enjeu de pouvoir nommer la vie intérieure, l'expérience

### Des pistes pratiques

- Croiser les réseaux, fonctionner en réseaux, créer des synergies, favoriser les connections
- Soigner la relation, faire des liens, être des hommes et des femmes de communion, entrer en dialogue et en conversation
- Assurer un rôle d'aiguilleurs, les nœuds de communication deviennent stratégiques



## Relever le défi!

- « Se faire geek avec les geeks »,  
internautes avec les internautes
- « Priez donc le maitre de la  
moisson d'envoyer des  
*communicants/blogueurs/twittos*  
pour sa moisson »

# IV- Réflexion pastorale

Question de la communication dans  
la culture post-moderne  
numérique vient toucher tous les  
aspects de la vie chrétienne, de la  
vie en Eglise

Relation à Dieu, aux autres, à soi  
Relation au temps et à l'espace

Une Eglise 2.0 avec une com  
audacieuse, décomplexée,  
pragmatique et créative...

...dans le souffle de Vatican II et  
du Pape François

Conclusion





# Communiquer c'est s'exposer...

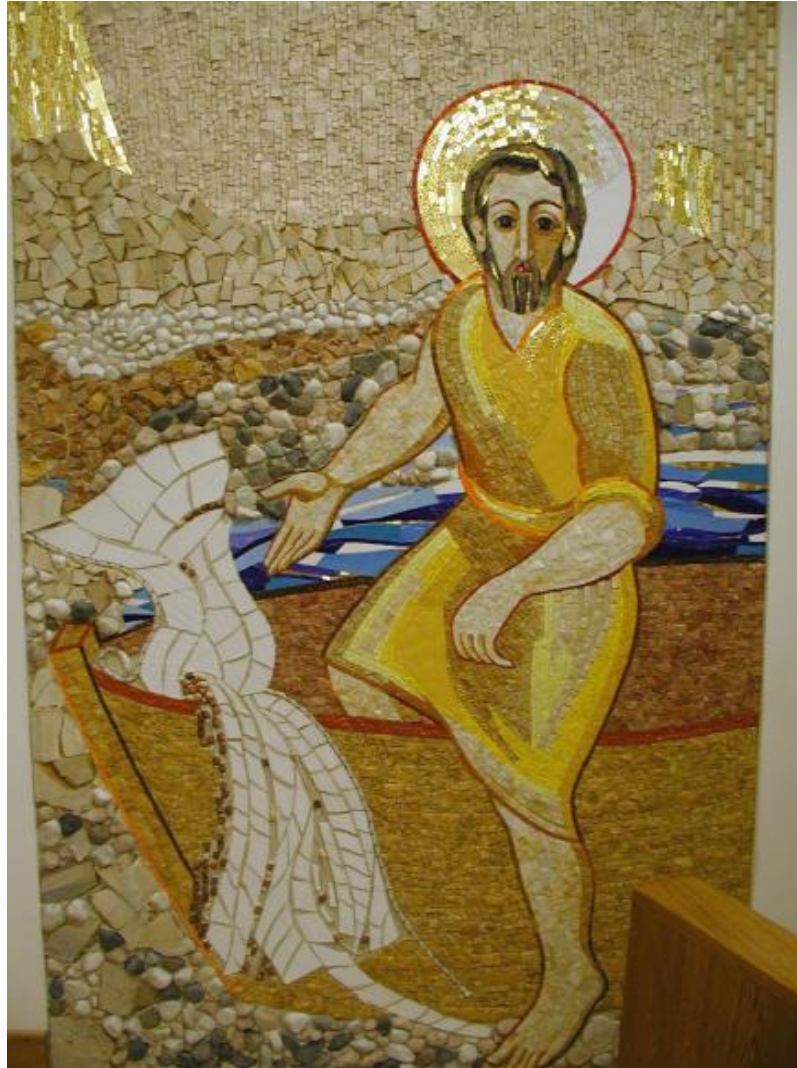
## Conclusion



- Communiquer à hauteur d'homme, à la manière de Dieu qui descend à la rencontre de l'homme
- Prendre un risque, avancer au large dans la confiance, ouverts à l'imprévisible de la rencontre

Rejoindre les gens là où ils  
sont, écouter et dialoguer

Conclusion





# Conclusion

## Proposer l'expérience de la rencontre du Christ



## Au service du bien commun et de la communion



Pour aller plus loin



Service National pour  
l'Évangélisation des Jeunes  
et pour les Vocations



**Le blog des jeunes cathos**  
**<http://blog.jeunes-cathos.fr/>**

Outils, réflexions et ressources  
sur le site des acteurs de la pastorale  
des jeunes et des vocations

**<http://www.jeunes-vocations.fr>**

**<http://www.eglise.catholique.fr/tisserands/espace-tisserands.html>**