

EVANGÉLISER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

FORMATION PARCOURS CLÉS POUR LA MISSION – DIOCÈSE DE VANNES

> **YANN BÉGUIN** RESPONSABLE COMMUNICATION DU DIOCÈSE DE RENNES

> **ISABELLE CLAQUIN** RÉSEAUX SOCIAUX DIOCÈSE DE VANNES



Janvier – Mars 2022

QU'EST-CE QU'UN RÉSEAU SOCIAL ?





A VOUS DE JOUER !

QUELS SONT LES RÉSEAUX SOCIAUX QUE J'UTILISE ?

QUELS SONT LES RÉSEAUX SOCIAUX QUE JE CONNAIS ?

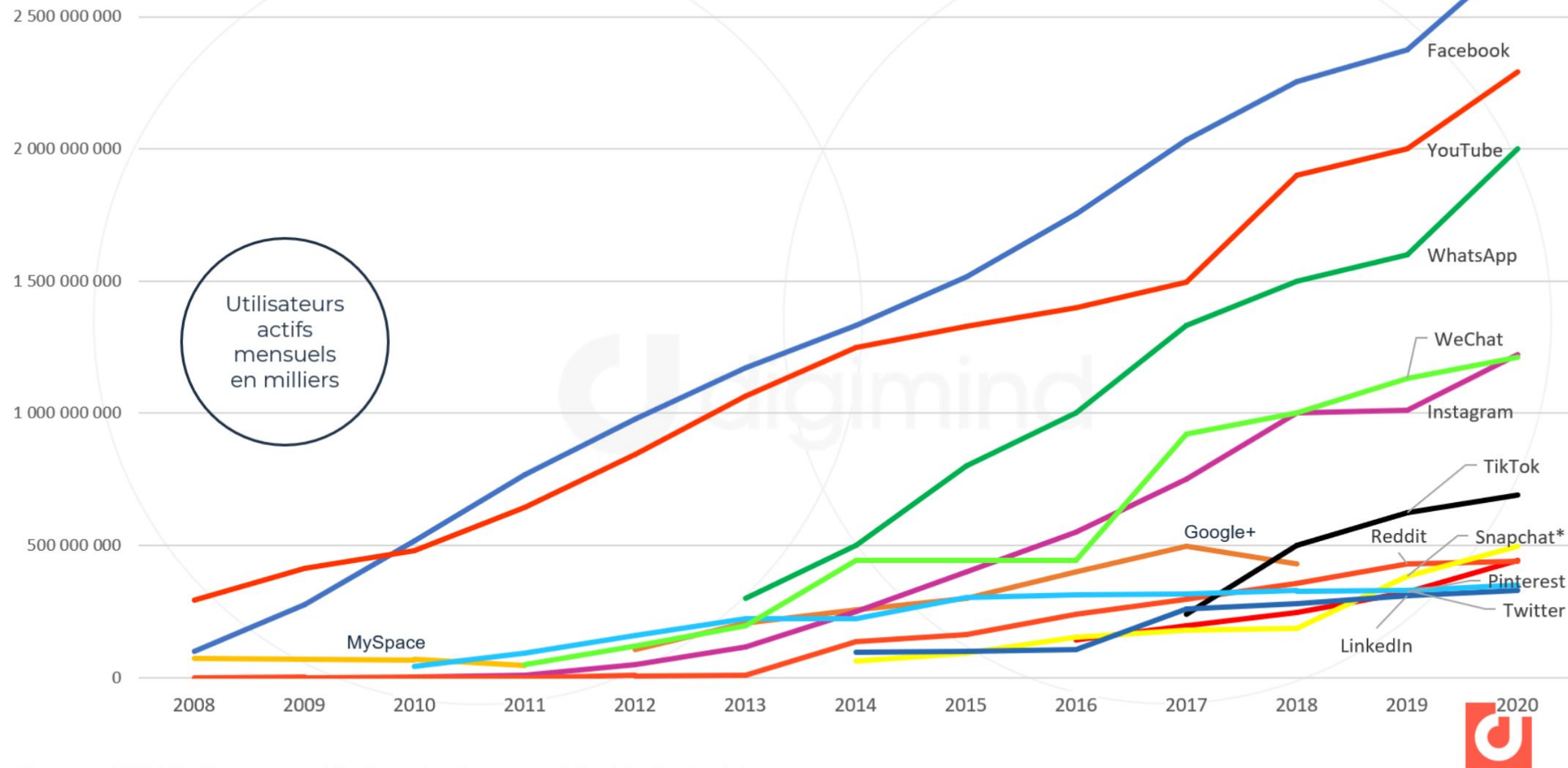
LES PRINCIPAUX



QU'EST-CE QU'UN RÉSEAU SOCIAL ?

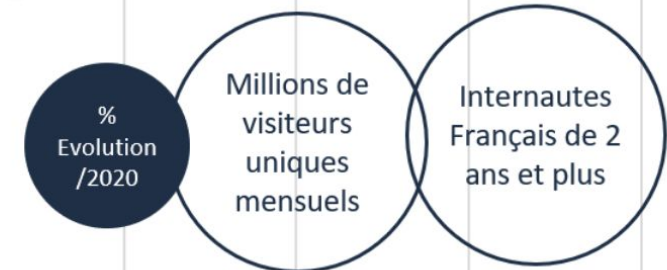
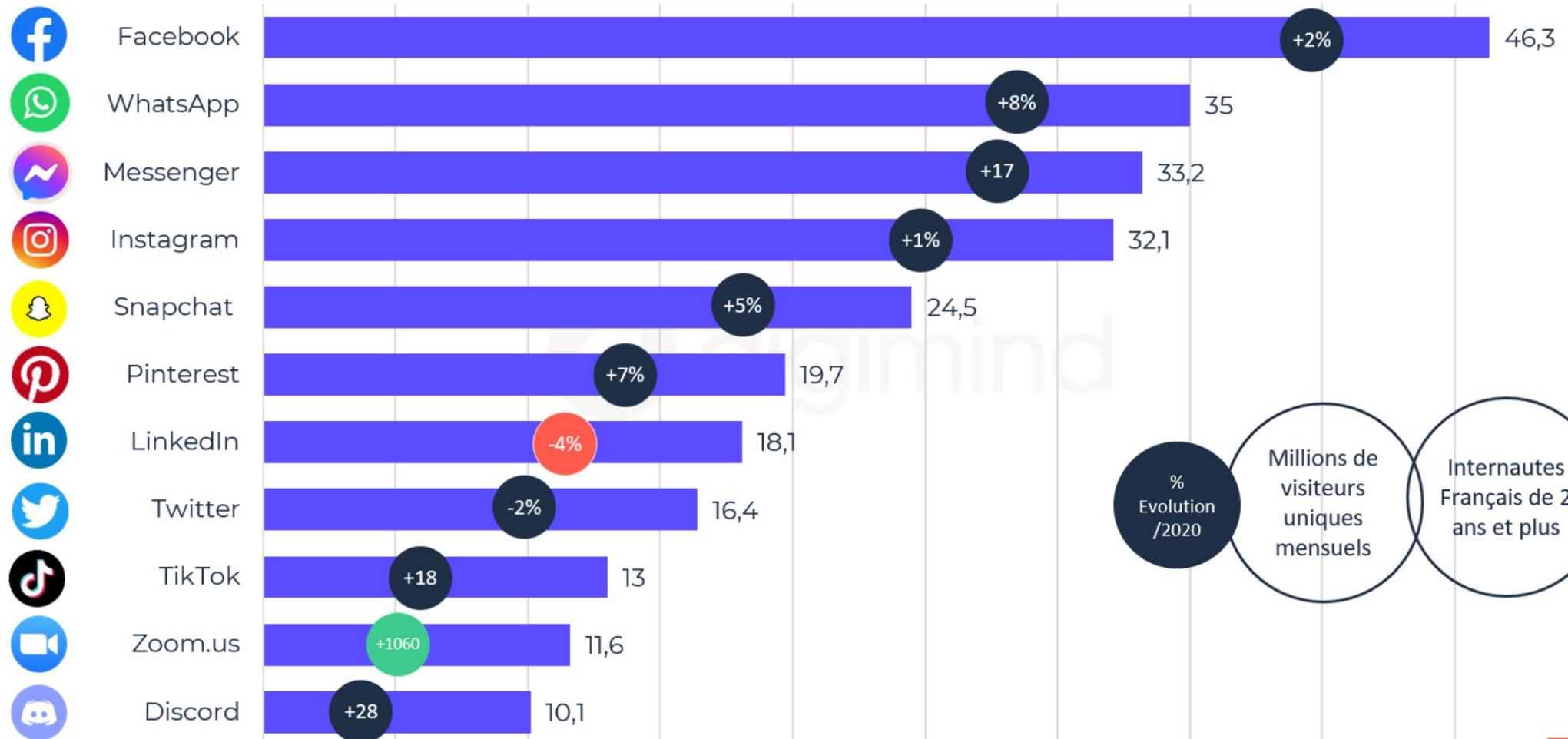
- Une communauté internet reliée par un site ou une application, accessible sur ordinateur mais surtout sur mobile
- A temporalité souvent immédiate, qui met en lien des milliers de personnes à travers le monde quelle que soit leur situation géographique, à destination des particuliers comme des professionnels.
- Chaque utilisateur doit créer un profil pour publier, consulter, et partager différents contenus : texte, photos, vidéos, liens...

Evolution des utilisateurs actifs mensuels par réseau social 2008-2020



Sources : TNW, Statista, ourworldindata, plateformes sociales, We Are Social

Les réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque mois en France (millions VU). 2021



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Avril 2021 . Audience Internet Global – France. Evolution / octobre 2020 – Zoom / mars 2020– base 2 ans et plus – Agrégat ad hoc. Sous cat. Blogs/sites communautaires, messageries instantanées, Zoom (B)



C'EST DANS LA POCHE !

Les écrans peuvent nous suivre partout... les réseaux nous accompagnent dans tous les instants de la vie !

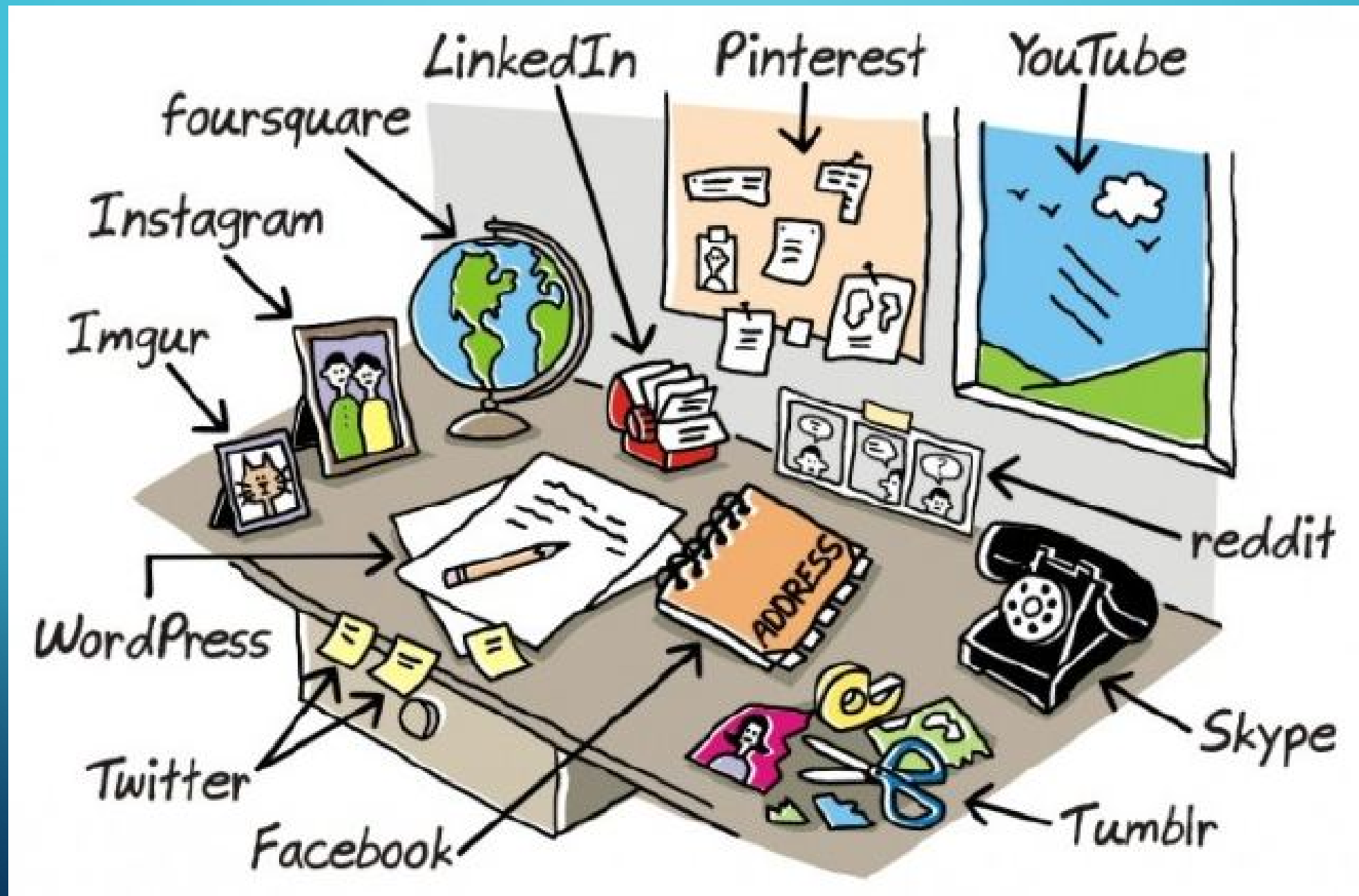
Monde virtuelle ?

Nos vies en réalités augmentées !



POURQUOI LES RÉSEAUX SOCIAUX ?





RÉSEAU ? SOCIAL ?

Une « communauté »

- qui fait exister
- qui fait appartenir à un groupe
- qui ôte le sentiment de solitude
- qui permet de partager
- qui rend service

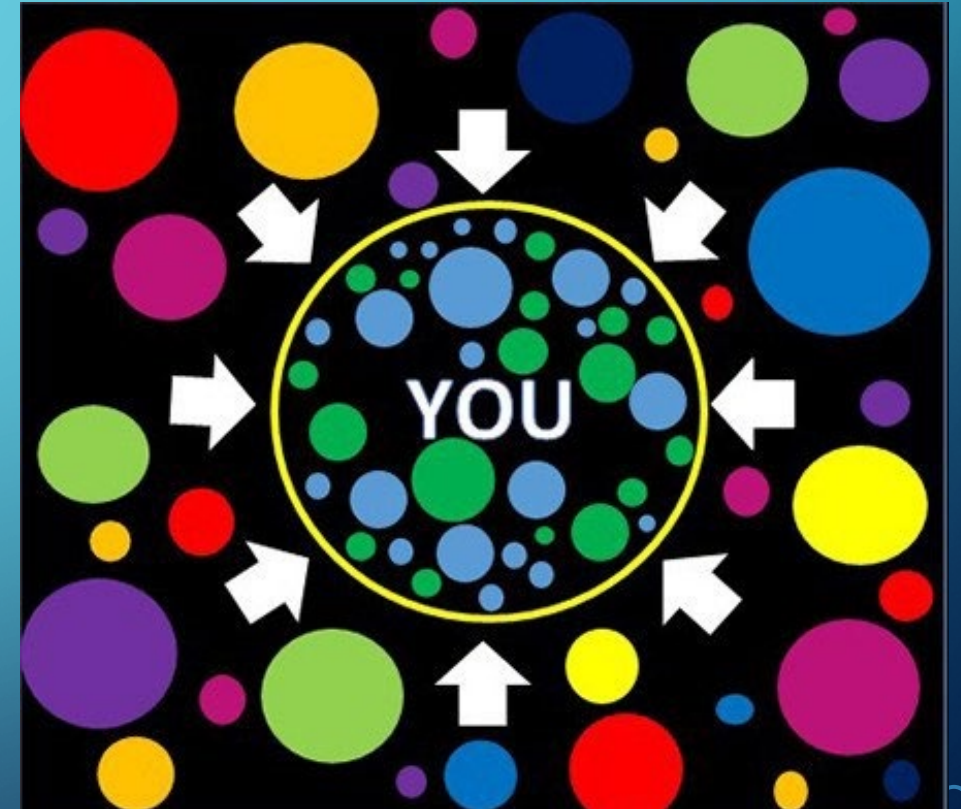


MAIS AUSSI...

- Défouloir => l'émotion !
- « Extime » => notre intime partagé à l'extérieur
- Informations toxiques => exhibitionnisme, non-respect des âges
- Informations mensongères => « fake news », anonymat
- Addiction => scrolling, omniprésence du mobile

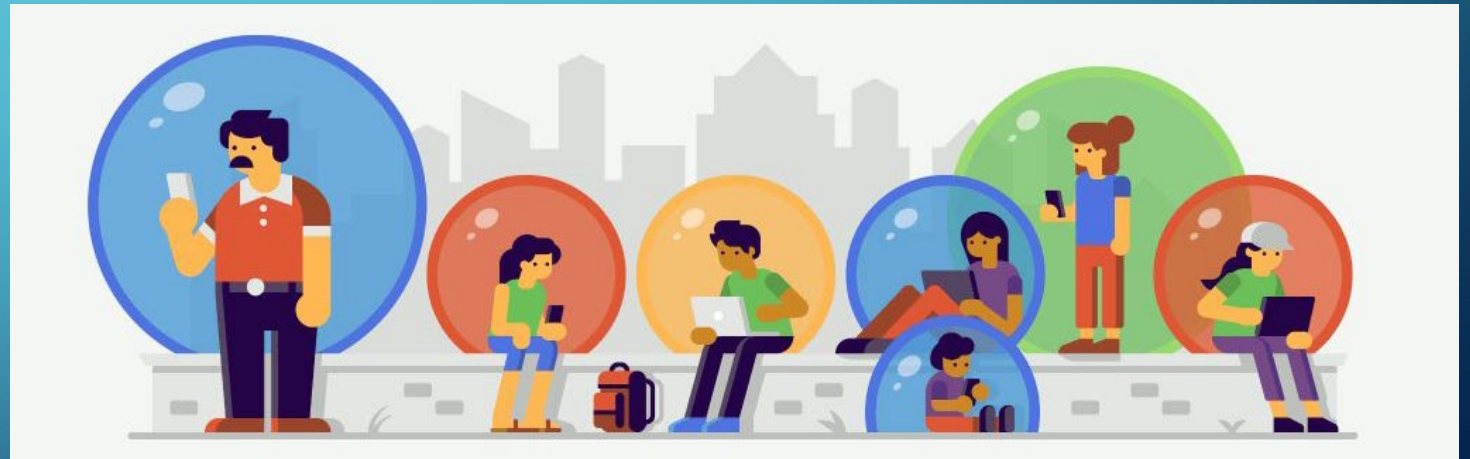
MÉCANISME DE BASE DES RÉSEAUX

- Algorithmes => non-maîtrise
- Objectif commercial
=> augmenter les interactions
Si c'est gratuit, c'est vous le produit !
- Choix => émotion, immédiateté,
proximité, effet de masse...



EFFET BULLE + BIAIS COGNITIFS !

- Effet bulle => ultra-personnalisation des réseaux grâce à nos données
- Biais de confirmation
=>
on croit ce que l'on connaît déjà



LES CHRÉTIENS EN RÉSEAUX !





A VOUS DE JOUER !

COMMENT JE PEUX UTILISER LES RÉSEAUX EN TANT QUE CHRÉTIEN ?
COMMENT JE PEUX UTILISER LES RÉSEAUX POUR MA COMMUNAUTÉ ?

> 10 MN D'ÉCHANGE PAR 2

PRÉSENCE CHRÉTIENNE ?

- St Jean-Paul II
 - Un nouveau carrefour pour l'annonce de l'Evangile (2002)
 - Une vaste bibliothèque (2005)
 - Un nouveau continent à évangéliser



UNE APPROCHE POSITIVE

- Pape François
 - « Un don de Dieu » et « une grande responsabilité »
 - Depuis l'avènement de l'internet, l'Église a toujours cherché à en promouvoir l'utilisation au service de la rencontre entre les personnes et de la solidarité entre tous
 - Le réseau est susceptible de piéger



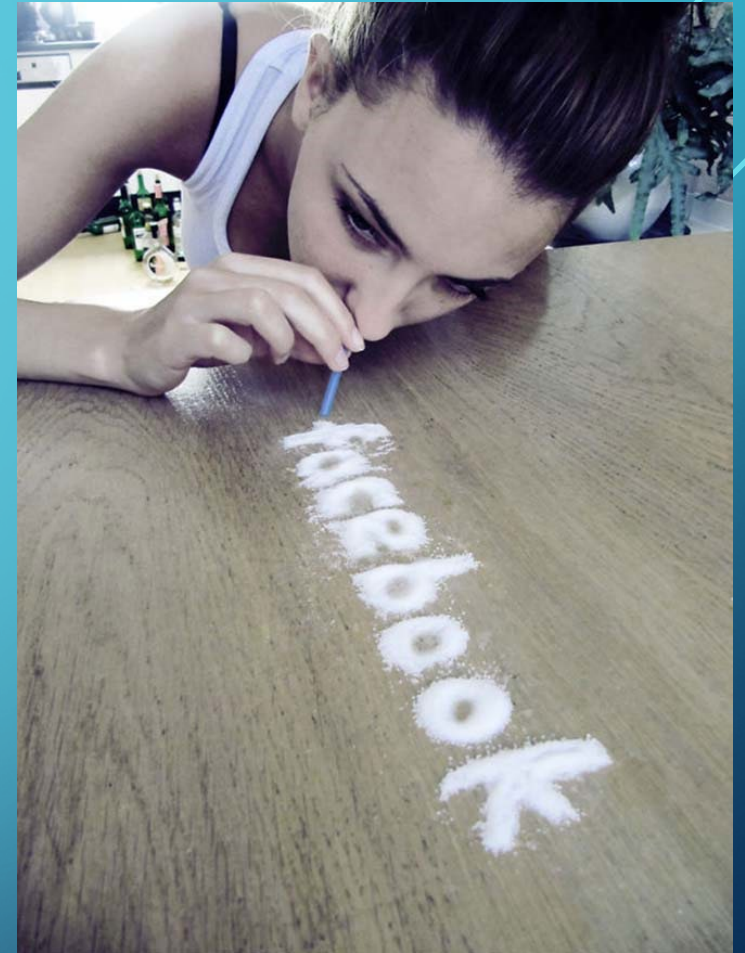
ÉGLISE & MÉDIAS : 2 OBJECTIFS

- Encourager leur correct développement pour le bien du développement humain, de la justice et de la paix
- Développer une communication exemplaire dans et par l'Eglise elle-même
 - Annonce de la Bonne Nouvelle
 - Outil de communication interne
 - Education aux médias



POINTS DE VIGILANCE

- Relativisme : pas de Vérité, hiérarchie... y compris pour la foi !
- Haine en ligne... y compris entre « chapelles »
- Valorisation de la violence & pornographie
- Changements anthropologiques
- La réalité virtuelle ne remplace pas la Présence réelle du Christ et la participation au culte dans une communauté humaine



DÉJÀ DES SAINTS SUR INTERNET !

Carlo Acutis
1991-2006
Béatifié en 2020

À 11 ans, il décide de créer une exposition numérique sur les miracles eucharistiques. Cette mission lui a pris 3 ans !



QUELLE ATTITUDE ?

- On cherche à apporter la Bonne Nouvelle !
- Ne pas rentrer dans le jeu des provocations, rester positif, apaiser, apporter le spirituel dans les conflits.
- Donner un peu de soi, partager le positif de sa vie



Les 10 commandements **DU CHRETIEN** *sur les réseaux sociaux*

*Tu partageras en utilisant
les filtres du Bon, du Vrai et de l'Utile.*

*Tu prendras soin de ne pas
étaler toute ta vie privée.*

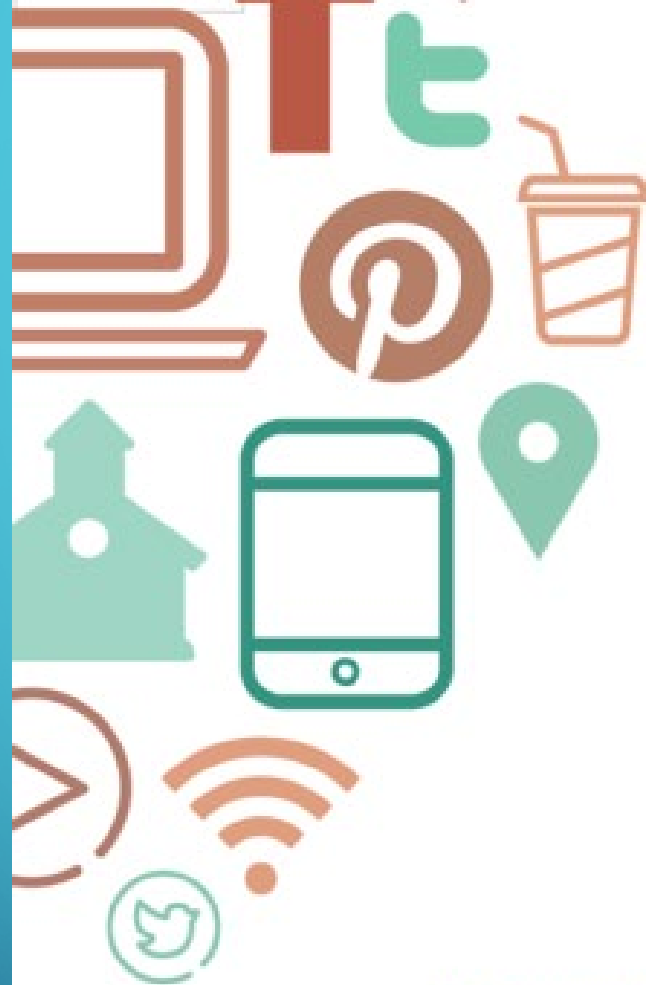
*Tu fuiras la polémique
et tu préféreras
que l'on t'explique.*

*Tu
respecteras
les avis
différents
de toi.*

*Tu seras
cohérent
entre ce que
tu dis et ce
que tu vis.*

*Tu feras attention
à ce que tu écriras
car tu ne sais
pas qui le lira.*





*Tu seras
cohérent
entre ce que
tu dis et ce
que tu vis.*

*Tu feras attention
à ce que tu écriras
car tu ne sais
pas qui le lira.*

*Tu n'y parleras pas que de toi, car
« La vanité, non seulement nous
éloigne de Dieu, mais nous rend
ridicules » (Pape François)*

*Tu seras connecté, non pour faire croire
mais pour témoigner avec sincérité
de ce que tu crois.*

*Tu tisseras des liens
dans le monde virtuel,
mais tu tâcheras de les vivre
aussi dans le monde réel.*

*Et enfin, tu porteras un
regard positif sur le monde
car la joie de l'Évangile
se partage !*

COMMENT EVANGÉLISER ? (PAPE FRANÇOIS)

- Témoigner d'une foi concrète
 - Témoigner, raconter nos actions
- Dialoguer sur la vie de foi
 - Dialoguer avec les périphéries
- Partager le cœur de la foi
 - Esprit Saint et Christ, plutôt que des idées, être créatif

QUELS RÉSEAUX EN PASTORALE ?





FACEBOOK : PRÉSENTATION

- L'ancêtre (2007)... mais reste le n°1
- Public : 40-60 ans
- Communication :
 - Locale
 - Amis
 - Viralité
 - Commentaires





FACEBOOK : OBJECTIFS

- Personnel : publier des informations, partager, commenter
- Page de paroisse, mouvement : informer
- Groupes publics ou fermés : passer les infos, discuter
- Story : image mise en valeur





FACEBOOK : QUE PUBLIER

- Annoncer ou relater évènements : photos, dessins
- Partager liens : articles site web
 - Relayer le diocèse, les institutions...
- Publier vidéos, directs
- Créer de l'interactivité ? Question, jeux...



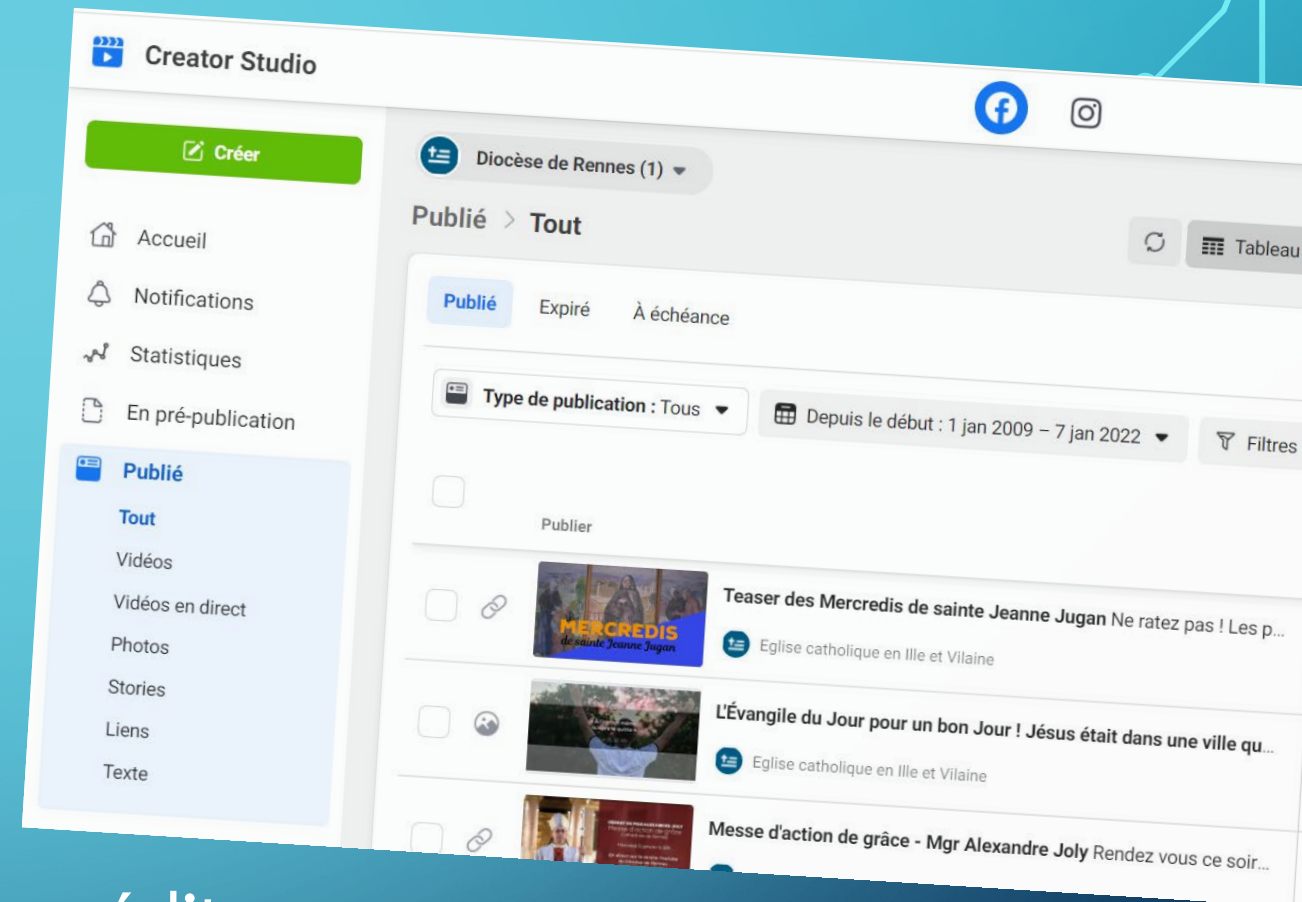


FACEBOOK : UTILISATION

Institution : pas profil mais page !

Avantages :

- Protection des personnes
- Programmation des posts, plusieurs éditeurs
- Statistiques, faire de la publicité
- Couplage avec Instagram





TWITTER : PRÉSENTATION

- L'info courte en temps réel !
- Public : 20-60 ans
- Communication :
 - Nationale
 - Amis
 - Informations
 - Discussions





TWITTER : OBJECTIFS

- Personnel : suivre des comptes persos ou institutions, discuter
- Compte de paroisse : informer, suivre l'actualité de l'Eglise





TWITTER : QUE PUBLIER

- Annoncer ou relater évènements :
photos, dessins, live tweet
- Partager liens : articles site web
 - Relayer le diocèse, les institutions...
- Publier vidéos, directs



Diocèse de Rennes @DioceseR... · 5 déc. 2021 · ...

Messe du Centenaire du bienheureux [#MarcelCallo](#) à [#Rennes](#). En présence de nombreux scouts, du MEJ et de la JOC, de délégations d'Allemagne, d'Autriche, d'Afrique et de France

[@sgdf](#) [@ScoutsUnitaires](#) [@Scouts_Europe](#)
[@JOC2France](#) [@MEJ_France](#) [@AAuteuil](#)
[@Eglisecatho](#)



2

8

25



[Afficher cette discussion](#)



Diocèse de Rennes @DioceseR... · 5 déc. 2021 · ...

Les historiens de [@UnivRennes_2](#) présentent l'exposition sur [#MarcelCallo](#), puis les délégués témoignent de la place qu'il occupe, en Allemagne, Autriche, Burkina Faso. Nathalie Appéré, maire de





TWITTER : UTILISATION

- Texte courts : 280 caractères
 - Abréviations, conçois
 - Liens
 - Mentions : # hashtags, @ comptes
- Images : 1 à 4
- Vidéos : 2'20 mn (ou partage Youtube)





INSTAGRAM : PRESENTATION

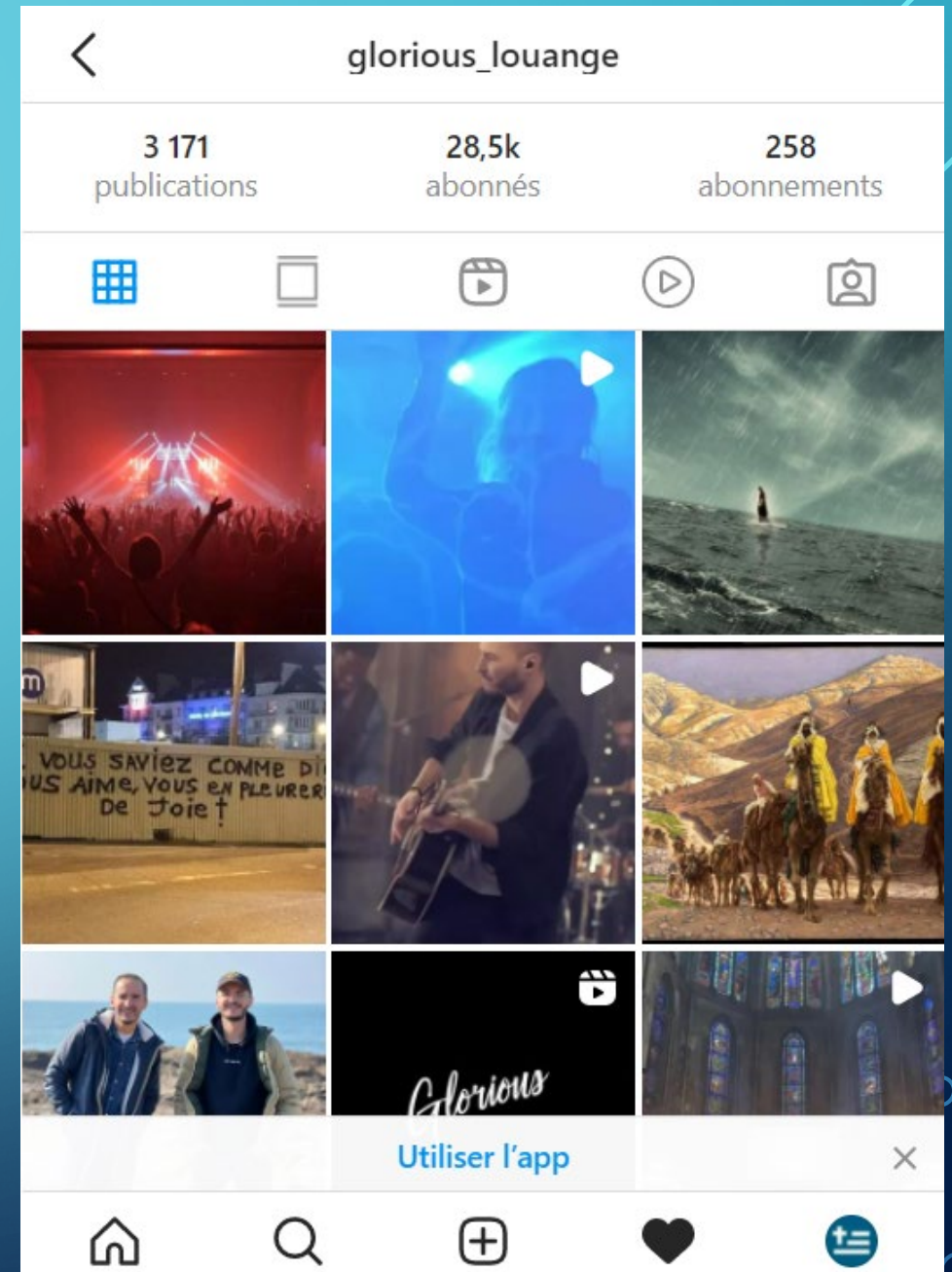
- Le remplaçant de Facebook : l'image reine
- Public : 15-50 ans
- Communication :
 - Locale, nationale
 - Amis
 - Informations
 - Commentaires





INSTAGRAM : OBJECTIFS

- Personnel : échanges
- Suivre des comptes persos ou institutions
- Partager informations, évènements, témoignages





INSTAGRAM : QUE PUBLIER

- Images seule ou en album :
photos ou composition
avec texte intégré
- Textes explicatifs
- Vidéos
- Privilégier le beau, le témoignage,
le ton direct





INSTAGRAM : UTILISATION

- Images : 1 à 10
- Textes : # et @
- Vidéos : 60 s ds le flux, longues ds Instagram Vidéo (IGTV), direct (60 mn)
- Vidéos Réels : verticales 15 s
- Story à la une : image avec texte et décor, vidéo 15 sec



AUTRES RESEAUX... LES PRINCIPAUX !



- Youtube : hébergement de vidéos, commentaires



- TiTok : vidéos courtes et musicales



- Pinterest : mur d'images par collections thématiques



- Whatsapp : messagerie, groupes



- Messenger : messagerie, groupes

- Snapchat : messagerie, photos, vidéos



- Linkedin : professionnel



COMMENT ÊTRE VUS SUR LES RÉSEAUX ?



PRÉPARER SA COMMUNICATION : « C.O.M.M. »

1. Définir vos publics **Cibles** : tranche d'âge, centres d'intérêts
2. Définir vos **Objectifs** (projet pastoral) : divertir, annoncer, sensibiliser, expliquer, témoigner, motiver...
3. Définir votre **Message** : qui parle ? Que montre t-on ? Lieux ?
4. Définir votre **Média** : en fonction des critères précédents, en utilisant texte, photo, vidéo ?

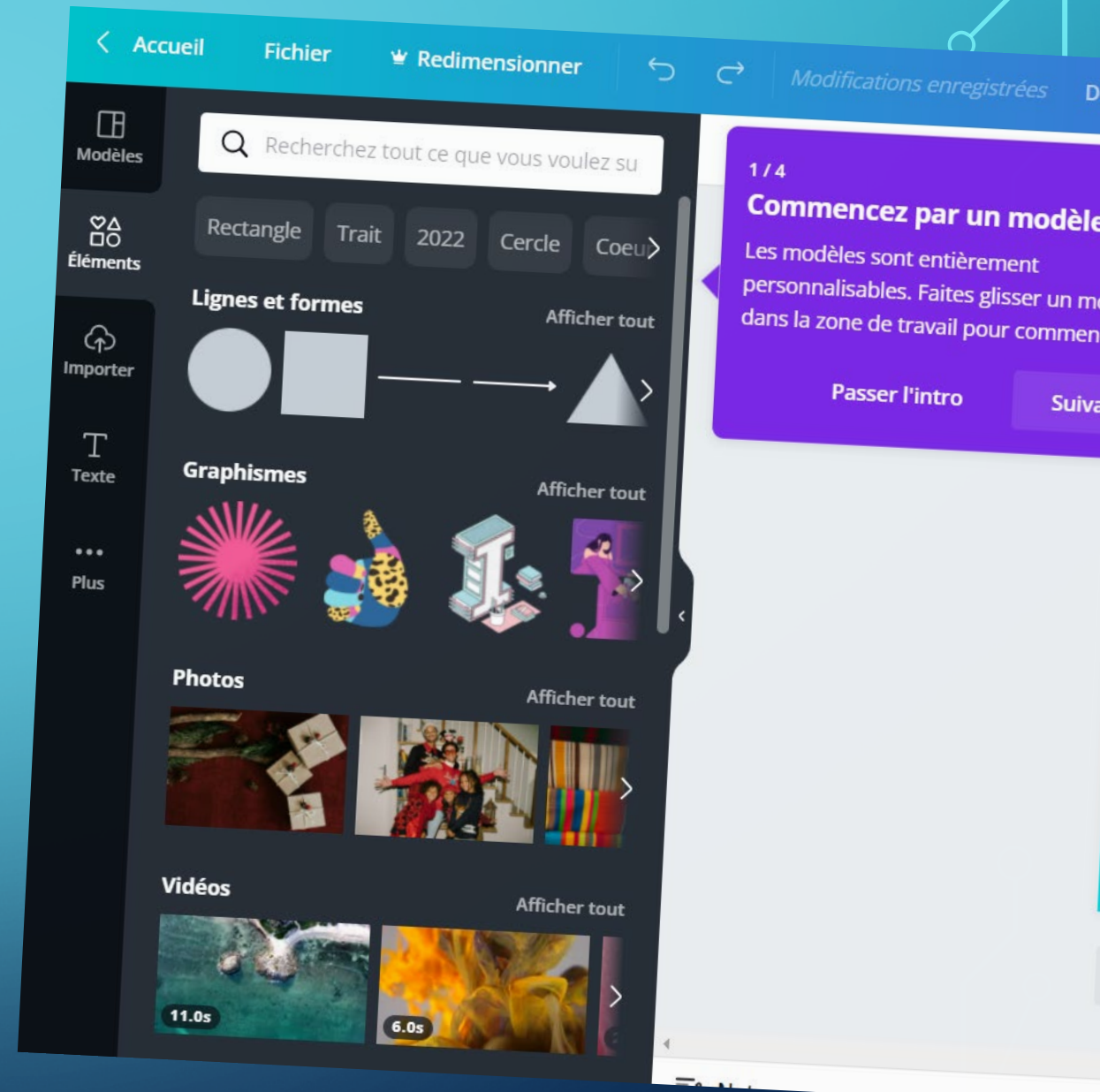
PRÉPARER SES PUBLICATIONS

- Fréquenter le réseau pour connaître les habitudes
- Etudier les possibilités de publication (post, story...)
- Créer des contenus de qualité
- Trouver un rythme, programmer à l'avance
- Publier au bon moment
- Regarder les statistiques pour s'adapter au public



OUTILS DE CREATION

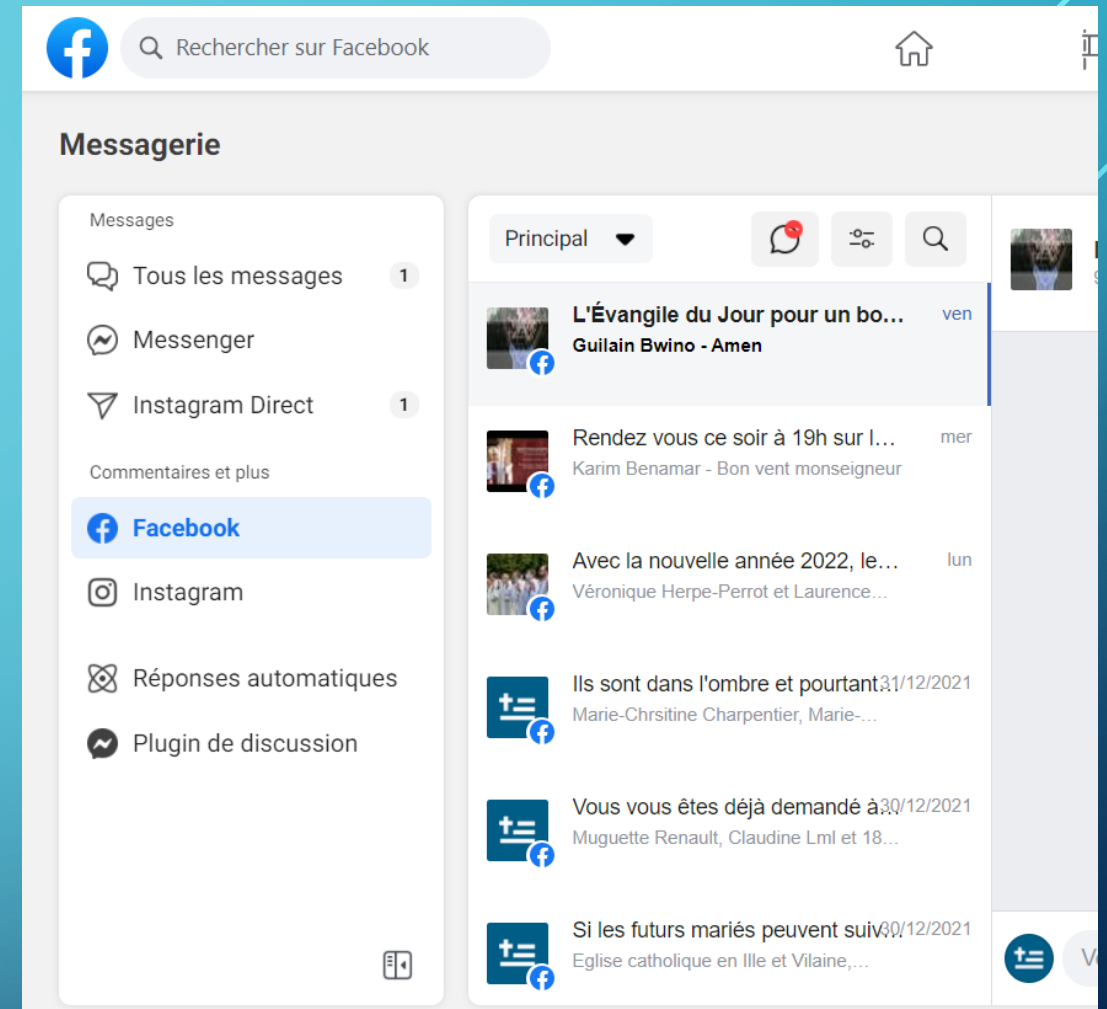
- S'informer (sites web) et se familiariser avec les outils de publication et de création : ça évolue ! Tester, chercher !
- Utiliser des applis annexes, des sites de création (Canva), des logiciels, images libres



EN LIGNE : INTERAGIR !

- S'abonner
- Liker, commenter, répondre
- Tagguer : # @
- Partager
- Modérer !

Message personnel > masquer > bloquer



SE FONDRE DANS LA CULTURE INTERNET

- Des codes spécifiques à chaque réseau mais une culture commune
- Evolutive !
- Caractéristiques :
 - Recyclage : « mêmes », parodie, effets de modes
 - Humour : divertissement, légèreté
 - Personnalisation : pas institutionnel, règne du « témoin »
 - Direct : l'émotion du vécu, sensation du réel, qualité moindre
 - Story-telling : raconter une histoire, « parabole »

CONCLUSION



ALORS... ÉVANGÉLISER ?

- Évangéliser nos réseaux
- Évangéliser aux périphéries :
 - Par chacun !
 - Attitude
 - Viralité
 - Par les experts !





A VOUS DE JOUER !

VOS QUESTIONS ?

ON SURFE ?