

Réseaux sociaux et communication en Église

Nicolas Friedli

avril 2016

Institution et réseaux sociaux (1)

Tout les oppose dans leur nature même, dans leur ADN :

- ces oppositions ne sont pas *en soi* positives ou négatives
- elles font les forces et les faiblesses des institutions et des réseaux sociaux
- il est illusoire pour les institutions de *plier* les réseaux sociaux à leurs modes de fonctionnement !

Institution et réseaux sociaux (2)

Exemples d'oppositions :

- | | |
|--------------------------|----------------------------------|
| • officialité | avis personnel |
| • structure, hiérarchie | réseau mouvant, non hiérarchique |
| • validation | spontanéité |
| • information | sentiment |
| • lenteur | vitesse |
| • sens de l'histoire | immédiateté |
| • horaire | 24/24 365/365 |
| • lisibilité | foisonnement |
| • communication haut-bas | communication au même niveau |
| • témoignage rare | mode témoignage (implicite) |

Débat et thèse de travail

Deux thèses s'affrontent au sujet des réseaux sociaux et du web :

- Ils sont en train de changer le monde : plus rapide, plus dématérialisé, plus futile, plus égocentré
- Ils sont nés dans un monde qui avait déjà changé (mais on ne s'en était pas vraiment rendu compte...)

Ma thèse : Les réseaux sociaux sont les témoins des mutations sociales, politiques, institutionnelles, technologiques, personnelles des 40 dernières années (ou 50 ?).

Poule et œuf

Concrètement, beaucoup d'influences sont réciproques, en cercle.
Par exemple :

- Le smartphone incite à plus utiliser Facebook et les réseaux sociaux.
- Facebook et les réseaux sociaux incitent à utiliser un smartphone.

Ce qui a changé, ce qui change et changera

À chaque fois, je vous propose :

des constats (et non des jugements) techniques, sociologiques,
psychologiques, ecclésiaux, etc.

des questions (et non des réponses) pour lancer le débat ou pour
vous interroger à titre personnel

Gestion de son temps personnel

Constats

- Nous gérons notre agenda en temps réel.
- Nous ne savons pas (encore) ce que nous ferons demain.
- Nous pouvons changer d'avis jusqu'au dernier moment.

Questions et enjeux

- Est-on prêt à prendre ces constats au sérieux ?
- Donc convaincre jusqu'au dernier moment (donc arrêter les inscriptions 1 mois à l'avance pour un souper) ?
- Donc se laisser la chance d'un afflux soudain et imprévu ?
- D'être, quelque part, désécurisé par nos agendas souples ?

Condition d'existence

C'est un corrolaire du précédent.

Constat

- Un événement qui ne se trouve pas immédiatement sur le web n'existe simplement pas.
- Je dois le trouver rapidement, y compris sur mon mobile...

Exemple

- Je me souviens vaguement d'un événement demain :
 - je prends 30 secondes pour vérifier date et lieu
 - si je n'ai rien trouvé en 30 secondes, je pense que je me suis trompé
- Je cherche à faire autre chose... et vous ?

Sentiment d'appartenance

Constat

- *Appartenir* à se fait en un clic
- Ne plus *appartenir* à également...

Questions & enjeux

- Dire, simplement, qu'appartenir est facile ! (est-ce clair dans votre institution ?)
- Si ce n'est pas facile, pourquoi est-ce complexe ?
- Dédramatiser les départs (parce qu'il y a de nouvelles arrivées).

Individu & témoignage

Constat

- La personne est la brique fondamentale des réseaux sociaux.
- Le témoignage est le mode de communication *par défaut* (essentiel) des réseaux sociaux.

Questions

Comment l'institution peut-elle apprendre à :

- faire une place aux individus ?
- accepter que certaines parlent d'elle selon des mots personnels ?
- perdre une partie de la maîtrise qui fait partie de son patrimoine génétique ?

Question de l'autorité

Constat

- Sinon pour quelques grandes marques, le nom n'est plus synonyme d'autorité.
- Sur les réseaux sociaux, l'autorité se construit par la qualité des publications, le sérieux des réponses et du suivi.

Questions et enjeux

- Comment admettre que des institutions parfois séculaires soient moins entendus que des individus ?
- Comment gérer l'idée qu'une certaine trivialité ait plus de succès que nos *informations sérieuses* ?
- Sommes nous prêt à admettre que le nombre est un vrai critère du succès ?

Institutionnalisation excessive

Constat

- On structure le web en fonction des institutions (loi de l'organigramme).
- On fait de même avec les pages et groupes Facebook.

Questions et enjeux

- Peut-on admettre que nos membres / utilisateurs / clients cherchent à trouver des propositions / offres qui les intéressent plutôt que de comprendre comment *fonctionne la machine* ?
- Peut-on se mettre vraiment au service de ceux qui s'intéressent à nous ?
- Ou est-ce mieux de plaire aux président.e / directeur-trice / chef.fe qui veulent des organigrammes ?

Vocabulaire et langue

Constat

Le web façonne le vocabulaire, donc une certaine conception du monde.

Questions et enjeux

- Plutôt que d'émettre des jugements moraux sur la langue qui change (p.ex. notion d'*amis* sur Facebook), sommes-nous prêts à nous laisser changer ?
- Comme Martin Luther, acceptons-nous d'utiliser la langue du peuple plutôt que notre latin ?

Question, remarque, contact

Institutionnel

- nicolas.friedli@eren.ch
- www.eren.ch
- t : @EgliseEREN
- f : eglise.EREN

Perso

- ncls@frdl.ch
- www.frdl.ch
- t : @NicolasFriedli
- f : nicolasfriedli.ch