



4^e Rencontre groupe médias de la CEPPLA – Madrid (El Escorial) Mercredi 11 avril fin de journée à vendredi 13 avril 2018 après-midi

Jeudi 12 avril

9h à 10h30

Accueil, tour de table

Objectifs de la rencontre 2018

Créer un outil commun (contact GPS) à propos duquel partager les enjeux de la communication (interne/externe) de nos Eglises, en particulier leur présence sur les réseaux sociaux et les modalités.

Contact GPS - Présentation de la démarche (MKocher)

Echange sur le choix du thème :

Risque de perdre la spécificité

Le GPS ne donne pas de magistère

Dimension prophétique du GPS « numérique »

Choisir le thème en fonction de son utilité en Eglise, où l'employer, avec qui le tester dans nos communautés.

Outil pour se rendre compte de sa propre position

Ouvrir l'échange et la communication

Favorise une interaction là où le numérique est souvent parallélisme et opposition

L'outil GPS n'offre pas d'arbitrage (de réponse à une question), le groupe ou la personne se forge une opinion.

Choix du thème

Les participants se lancent dans une journée de programmation commune d'un GPS sur le thème «Quelle présence de nos Églises dans le numérique/digital ?»

Etablir une Carte

4 cadrans

2 axes

11h à 12h30

Temps A. GPS - Consolidation des 4 cadrans

Des personnes en lien par le virtuel	Un support de visibilité pour les Eglises
Des programmes numériques pour transmettre la Foi	Le numérique réinvente l'église

Détermination des axes

Axe Ouest/Est

Quelle est votre priorité (objectifs) ?

Ouest

Approfondir la foi personnelle

Est

Renforcer les communautés

Axe Nord-Sud

Comment s'engager dans le numérique (départ) ?

Nord

En revisitant ses traditions

Sud

En s'immergeant dans la culture ambiante

Le Christ est au centre des 2 axes !

12h à 13h

- **Présentation du travail d'audit des sites institutionnels** préparé par I. Vasquez-Rayssac – Présentation par D. Cassou

Le site d'analyse utilisé : <https://likealyzer.com/?lang=en>

Les participants sont reconnaissants du travail que nous regardons dans le détail des chiffres.

En conclusion, nous proposons que chaque Eglise ou communion d'Eglises nationales reprenne les résultats d'audit de son site sur le site « likealyzer » pour en tirer les enseignements qui favorisent l'évolution des sites.

- **Présentation du projet jeunesse EPUDF** préparé par Marc Schaefer, pasteur responsable jusqu'en 2018 - Présentation par Daniel Cassou

Rencontre nationale pour les 15-18 ans qui sont accompagnés par des responsables de 18 à 30 ans coachés par des professionnels (musique, gestion, com ...)
Quelle dimension européenne pour des rencontres de jeunes à l'avenir ?

<https://regardsprotestants.com/vie-protestante/le-grand-kiff-un-renouveau-pour-la-jeunesse-protestante-francaise/>

<https://www.youtube.com/watch?v=24SzNtIIW1I>

13h à 15h45 Pause – repas et visite du site de l'Escorial

15h45 Travail en 2 sous groupes

GPS Mise en commun du temps A.

Adaptation à sa propre culture
Premier essai de questions

16h45 Retour en plénière

Temps B. GPS - Elaboration des questions

Discussion autour des axes constitutifs du GPS, élaboration de questions et adaptation à sa propre culture

Au travers de ce travail, importants échanges sur les enjeux du numérique. Tous les participants contribuent activement à la réflexion et aux formulations. Les différents enjeux sont repérés.

17h45 En plénière

Appropriation de la technique pour les traductions en italien, espagnol et portugais. Les groupes linguistiques (espagnol, italien, portugais) commencent la traduction des contenus (au total une page A4). Les francophones préparent une proposition de textes pour l'interprétation des positionnements.

20h45 En plénière

Présentation du GPS en 4 langues. Quelques améliorations validées. Participants épuisés mais contents.

Vendredi 13 avril

9h30 à 10h00

GPS - Validation des questions

1. Planning des étapes à venir + gestion des espace linguistique (qui ?), site web
2. Préparation stratégie com + mini interviews pour clip promotionnel (groupe)

Nous discutons les remarques de I. Vasquez-Rayssac retenue à Paris par les grèves ; elle a exécuté le GPS en test. Bonne vérification, bons échanges.

Intervenante extérieure

Mme Alba Sabaté Gauxachs « Religion and digital strategies »

Blanquerna School of Communication and International Relations, Ramon Llull University

Lien sur le texte à disposition sur le site CEPPLÉ et le compte Facebook.

Population cible de jeunes de 12 à 18 ans en dehors de Barcelone, dans les villes environnantes de Catalogne.

65% des jeunes interrogés disent avoir une croyance.

81% de ceux-ci disent ne pas « utiliser la religion », 6% sont connectés à une Eglise.

Ils utilisent les ressources des réseaux sociaux, mais très peu les ressources chrétiennes.

Pas d'échanges entre les communautés WEB de musulmans et de juifs.

Critères qui influencent un message : vérité, apport de connaissance, envie d'aider, bon timing, pouvoir de persuasion

Quelques personnalités reconnues par les jeunes

Matt Maher, Ami Grant, Asma Lamrabet, Omar Suleyman sont des influenceurs en Catalogne (followers ...). Importance des influenceurs !

Discussion

La nature des influenceurs (penseurs en Islam, chanteurs en chrétienté) interpelle.

Les applications chrétiennes sont plus orientées sur la formation.

Pour les Eglises chrétiennes. Penser à des têtes d'affiche ?

Assumer avoir une croyance, partager sur cette croyance se fait dans la communauté WEB, entre ceux qui utilisent les mêmes applications.

Pour les Eglises minoritaires, créer des applications est difficile par manque de financement et de compétences.

Pour les protestants, adopter le canal de l'image et de la vidéo sur les réseaux sociaux est une révolution de modalité et de théologie ? Nous devons devenir capables de produire des images.

« Regarder » est une introduction à « utiliser » la religion. S'il n'y a rien à voir, cela n'existe pas. Sur les réseaux sociaux, on est utilisateur (user).

Dans l'Eglise catholique, il y a moins d'évènements à voir (les processions sont en diminution).

Une procession, on regarde ou on participe ?

Se sentir participer en prenant part (marcher derrière la procession ...).

La part émotionnelle et la part rationnelle.

Intervenante extérieure

Maria Stavragi « La science de la persuasion »

Université Castille La Mancha

Professeure assistante en marketing et psychologie

Persuasion en vue de changer l'attitude de quelqu'un

Attitude selon ce que j'aime ou n'aime pas

Pourquoi je pense « non » et je dis « oui » ?

Le principe de la « preuve sociale » : ce qui fait que l'on se conforme au groupe.

Motivation :

désir d'avoir raison

désir de s'intégrer

La décision est impactée par :

Ambiguïté ou clarté de la situation

Nombre de personnes en présence ou qualité de celles-ci

Unité entre les participants ou diversité

Influences informatives

et

Influences normatives

- accepter de se soumettre aux attentes de l'environnement

- être en accord avec les règles

Efficacité de la consigne en vue de la persuasion de modifier une attitude

Exemple : économiser sur le changement de serviettes dans les hôtels

- Consigne 1 : aidez-nous avec l'environnement : 34% suivent

- Consigne 2 : rejoignez ceux qui protègent l'environnement : 48%

Influence d'une information sur les comportements : après l'info du suicide d'une personnalité dans la presse, forte augmentation du taux des suicides (USA)

En général, nous sommes susceptibles d'être influencés par l'opinion d'autrui.

Sur les réseaux sociaux, les « like » ont un impact.

La technique du « pied dans la porte » (rapprochement) est efficace pour persuader.

Principes qui favorisent la persuasion (besoins de l'autre) : la réciprocité (qui donne l'impression à l'autre d'être en lien, partenaire de vie) et la rareté (qui donne l'impression à l'autre d'être libre).

Ce qui se joue dans le processus de décision. L'habitude préside au quotidien (choisir son shampoing). Investissement lorsque cela vaut la peine.

Marketing : le rôle du cadeau qui fait de l'autre un obligé, nous met en situation de lui arracher un agrément.

Discussion

L'influence ...

L'impact de l'autorité : si la persuasion n'est pas basée sur l'expérience, l'impact est limité. Rejoindre l'autre dans l'espace d'expérience commune est un préalable. Se mettre dans un monde de pensées compatible.

L'impact du look (le grand et le beau dégagera plus facilement l'impression d'avoir raison ...)

Le rôle que la société nous assigne influence dans la prise de décision (acteur ou spectateur).

Persuasion n'est pas toujours manipulation

S'il y a réciprocité c'est du domaine de la persuasion

Persuasion est une chose

Manipulation est d'un autre domaine

La persuasion demande du temps.

Les interactions sont dans la nature humaine, les tractations aussi.

Se conformer demande moins d'effort que de se positionner mais peut se révéler moins confortable ; il faut alors modifier son positionnement.

Processus cognitifs et émotionnels.

14h à 15h30

- GPS : dernières consignes

Les 25 premiers % ont été franchis ensemble.

Pour exploiter l'outil, il nous faut une capacité commune de se dire : « ce GPS, il sert à quoi ? » pour le promouvoir de manière adaptée.

Partager l'expérience, ouvrir un forum, ajouter des illustrations.

Comment va-t-on travailler ensemble dans le monde numérique ?

Les participants au colloque sont attendus à poursuivre la collaboration en adressant des retours, sur le compte Facebook par exemple.

Possibilité d'utiliser le GPS en mode « off line » sur une tablette, charger préalablement le contenu. Se reconnecter pour enregistrer les résultats.

URL pour un accès direct au GPS, dans chaque langue.

Français <http://gps.contactgps.ch/rungps/0Z1R0J6UGA>

Italien <http://gps.contactgps.ch/rungps/0Z1R0J6UGA/it>

Portugais <http://gps.contactgps.ch/rungps/0Z1R0J6UGA/pt>

Espagnol <http://gps.contactgps.ch/rungps/0Z1R0J6UGA/es>

Informations sur la philosophie du ContactGPS sur le site :

En français : <http://contactgps.ch/presentation>

En anglais : <http://contactgps.ch/presentation?lang=en>

- Evaluation et suites à donner au colloque de Madrid

François Thollon Choquet (Belgique) : un an entre 2 rencontres, très long et très court en même temps

Comment entretenir la mise en commun entre 2 rencontres annuelles ?

Rencontres régionales entre 2 colloques ?

Alfredo Abad (CEPPE) : le rapprochement en réseau demande une vie propre au réseau entre 2 rencontres. Une équipe régionale à tour de rôle peut-elle s'occuper de l'animation dans l'année entre 2 rencontres (par ex l'équipe qui recevra le prochain colloque) ?

Daniel Cassou (France) : Tour de force réalisé avec le thème du GPS, thème exigeant qui nous a permis d'entrer dans les contenus de l'enjeu des Eglises sur le numérique.

Le groupe de professionnels CEPPE a réussi à fidéliser les liens, une fraternité est solidement créée.

Travailler plus entre les sessions, notamment dans les relations bilatérales (par ex : 2016, France/Belgique – 2017 France/Eglise valdese)

Deux nuits pour le colloque, c'est bien.

La qualité d'accueil au Monasterio a participé au travail.

Sabina Barral (Italie) s'associe aux remarques de Daniel. Approfondir les relations bilatérales. Le pays qui reçoit pourrait orienter et animer l'entre deux rencontres et le colloque.

Le lien thématique entre Lisbonne et Madrid n'était pas évident à percevoir.

Difficulté à établir le programme faute de retour des sous-groupes et d'un groupe de soutien engagé suffisamment en amont.

Il y a eu un risque à s'inscrire. La curiosité de l'outil GPS a aidé à se décider positivement.

Le chemin fait ensemble sur place valide le choix de venir.

Une rencontre de techniciens avec contenus théologiques, cette richesse est une spécificité de notre groupe, nourrissante.

Maria Eduarda Titosse (Portugal) est venue pour la première fois. Le GPS est un bon outil que l'on va pouvoir utiliser.

La CEPPE sans papier ni crayon, mais avec computers et beamer lié au WIFI, étonnant !

Eduardo Conde (Portugal) : colloque plus pratique que les précédents, bonne expérience.

Le choix du thème connecté avec nos attentes.

A l'avenir, à visiter l'expression radio ?

Regret de l'absence des responsables Com des Eglises suisses romandes.

Médiaspro ne peut les remplacer. La part du journalisme est prégnante par rapport à la Com dans leurs responsabilités.

Le compte Facebook comme compte fermé est notre fil rouge pour rester en contact.
La langue ne doit pas être un obstacle, on peut mettre des contenus dans sa langue.

Hypothèse de se rapprocher de l'ECIC (European Christian Internet Conference – œcuménique) – www.ECIC.MOBI

Invitation à s'intéresser à la rencontre annuelle de l'ECIC, à Paris en mai 2018.

Prochaine rencontre : à Paris du 15 mai 2019 au soir au 17 mai à 15h au Foyer du Pont.
Daniel s'occupe de la réservation. L'animation sera préparée par FranCois et Marianne de l'EPUB.

Notes C. Kuffer