

COMMUNICATION MULTIMÉDIA ET MISSION SPIRITAINE AUJOURD'HUI



Jean-Michel Gelmetti, C.S.Sp.
Jean-Michel Gelmetti, C.S.Sp., possède une Maîtrise en Multimédia de l'Université de Duquesne, Pittsburgh, USA (2005-2008). Il détenait auparavant une Licence ès Lettres, Littérature et Sciences Humaines (1973, Université de Metz), avant de rejoindre les Spiritains en 1980. Après une Licence Canonique d'Études philosophiques et théologiques au Centre Sèvres (Paris), il est ordonné prêtre le 28 août 1988. Missionnaire en Angola de 1988 à 1996, il est Secrétaire de Rédaction du magazine *Pentecôte sur le Monde* de 1996 à 2005. Pasteur en Lorraine France, diocèse de Metz (2008-11), il a rejoint l'équipe de formation en Tanzanie (2011-12) puis l'Université de Duquesne où il a produit des vidéos pour la Province Spiritaine Nord-Américaine (2013-2019).

La communication contribue à façonner la vocation missionnaire de l'Église tout entière

Introduction

Le XX^e Chapitre général de Bagamoyo en 2012, *Soyez Fervent dans l'Esprit* (1.10), insiste: “*Les nouvelles technologies de l'information devront davantage être employées non pas tant pour notre confort personnel que comme moyen de nous faire connaître et comme outils d'évangélisation.*”

Et John Fogarty, Supérieur Général, faisait ce commentaire en 2016: “De nouveaux engagements missionnaires ont été entrepris dans 24 pays différents; L'organisation interne de la Congrégation a radicalement changé. Les nouvelles technologies ont révolutionné nos moyens de communication et nous avons compris plus clairement que notre témoignage communautaire - notre façon de vivre ensemble en tant que famille internationale et interculturelle - fait partie intégrante de notre mission si nous voulons rendre crédible le rêve de Jésus pour une nouvelle humanité.”¹

Cela fait écho au pape François qui insiste sur l'utilisation des médias pour la mission de l'Église: “La communication contribue à façonner la vocation missionnaire de l'Église tout entière [...] la révolution des moyens de communication et de l'information est un grand et passionnant défi, qui requiert des énergies fraîches et une nouvelle imagination pour transmettre aux autres la beauté de Dieu.”²

L'idée maîtresse de cet article

Cet article accepte le défi que pose le pape François à propos de la communication. Il se veut plaider pour que, dans nos efforts d'évangélisation et pour mieux faire connaître le témoignage communautaire des Spiritains, soit accordée une plus grande attention aux tendances actuelles de la technologie de l'information, réponse aux styles évolutifs d'appréhension du monde. Il décrit ces styles en évolution, le changement radical de paradigme dans la manière de consommer l'information et ses implications pour notre mission évangélisatrice. Retraçant la manière dont

les médias actuels s'adaptent au changement de paradigme, il fait ressortir les aptitudes de la technologie audiovisuelle et appelle à la formation de jeunes Spiritains dans ce domaine en perpétuelle évolution. Il prend pour postulat qu'un fonctionnement en équipe de personnes formées à divers aspects complémentaires de cette technologie de communication est la meilleure garantie de succès.

Communication interne et communication externe: une nécessité de qualité

On fait d'habitude une distinction entre communication externe et communication interne. Une communication externe à fin d'évangélisation s'adresse aux personnes et aux groupes du monde extérieur. Une communication interne s'adresse aux membres de la congrégation pour renforcer leur ethos et leur moral missionnaire. Je me concentre sur la communication externe, qui, du fait qu'elle touche le grand public, doit être de haute qualité, à la fois en ce qui concerne forme et contenu. Mais ce qui est dit ici s'applique de manière secondaire à la communication interne. En effet, dans le domaine audiovisuel, Internet ne fait pas la distinction entre communication interne et communication externe. Une vidéo publiée sur un site avec un accès limité et à des fins de communication interne est de toute façon publiée sur l'une des plateformes principales, telle *You Tube*. Par définition, ces plates-formes sont des réseaux ouverts et les vidéos qui y sont publiées sont continuellement indexées par les robots des moteurs de recherche³. Avec le temps, elles finissent par se retrouver dans les recherches sur Internet. Ainsi, une production de qualité s'applique dans un sens à la communication externe comme aussi à l'interne.

*une production de
qualité s'applique
dans un sens à la
communication externe
comme aussi à l'interne*

Nos provinces utilisent traditionnellement les imprimés (en particulier les magazines). Un magazine cherche à attirer un public extérieur et ce public est sa raison d'être. Les magazines s'adaptent aux tendances du moment pour susciter l'intérêt et capter l'attention des lecteurs. Une plus grande attention est accordée à la conception, à la présentation et à l'aspect des articles; on traque leur longueur et celle des phrases qui le composent, on place illustrations et graphiques selon des règles esthétiques et efficaces soigneusement appliquées. Néanmoins, l'abonnement aux magazines continue de diminuer. Pour atteindre plus efficacement ceux que nous ciblons dans nos efforts d'évangélisation, nous

devons tenter quelque chose de nouveau, à côté ou même à la place de la presse écrite. La technologie audiovisuelle nous donne l'occasion de transmettre le message directement à leur domicile. Ses productions peuvent servir à remplir et à mettre à jour des contenus de sites Web et de médias sociaux des Provinces.

Communication: Imprimé versus Non-Imprimé

Les générations plus jeunes perçoivent le monde différemment de celles qui les précèdent. Deux types de perception différentes influencent notre compréhension et notre appréhension du monde. Nous sommes plus ou moins familiers avec l'une ou l'autre en fonction de notre âge, de notre formation et de nos habitudes cognitives. Il ne s'agit en aucun cas de porter ici un jugement de valeur ni de délimiter une façon meilleure ou pire de communiquer. Il s'agit seulement de considérer deux réalités liées aux différents supports utilisés. Et l'un de ces médias intéresse particulièrement les plus jeunes. Les Spiritains doivent s'aventurer dans cet "autre monde" et dans ce contexte avec lequel les jeunes se sentent à l'aise.

Les Spiritains doivent s'aventurer dans cet "autre monde" et dans ce contexte avec lequel les jeunes se sentent à l'aise

Livre versus Écran, Logique versus Émotion

Une autre façon de dire la même chose est de mettre en contraste imprimé et écran, logique et émotion. Dans une civilisation basée sur le verbe écrit, l'architecture du discours a un début, un milieu et une fin, c'est-à-dire qu'elle obéit à la logique de la phrase. Nous avons appris à penser, à prêcher et même à nous divertir sur une base structurelle de pensée constituée à peu près ainsi: "sujet-verbe-complément", "thèse-antithèse-synthèse", "introduction-développement-conclusion". C'est la "Logique du Livre" ou "Logique du Discours". Celle-ci n'habite plus l'intuition spontanée des jeunes générations au nez collé aux écrans. Pour elles, la "Logique de l'Écran" est à l'œuvre, avec son langage audiovisuel et sa navigation intuitive, libérés de la nécessité de suivre un modèle fortement prédéterminé à l'instar de la "Logique du Livre". Cette Logique de l'Écran représente un virage à 180 ° par rapport à la culture de l'écrit où la fonction logique intervient au début. La culture de l'écran, la culture de l'ère numérique, est une culture dans laquelle la fonction logique n'intervient qu'en fin de course, tandis que l'émotion règne dès le point de départ et doit être "digérée" pour produire de la fonction logique, elle-même à choix multiple.

Nous sommes bien aux prises avec un changement de paradigme dans le domaine de la communication. Écrans et moniteurs sont devenus omniprésents

Nous sommes bien aux prises avec un changement de paradigme dans le domaine de la communication. Écrans et moniteurs sont devenus omniprésents avec le développement des téléphones mobiles, écrans tactiles, tablettes et ordinateurs, portables ou non. Le fossé est devenu un gouffre entre certaines formes de discours de l'Église et celles des jeunes. Ces derniers se rapportent mieux à une nouvelle forme de discours éclairée par des flux d'informations multiples et en constante évolution, basés sur l'émotion et le rythme. Nous essayons de les engager à travers une "Logique du Livre" qui leur semble archaïque et ennuyeuse et qu'ils ont tendance à rejeter intuitivement pour leur plus familière "Logique de l'écran". Cela signifie que, du point de vue de la communication, les Spiritains et l'Église d'une part, et de l'autre les jeunes générations, coexistent dans deux réalités différentes d'absorption de la connaissance. Les Spiritains et l'Église sont plus généralement dans la "Logique du Livre / du Discours", tandis que les jeunes sont passés de la culture de l'écriture à celle de l'ère numérique avec sa "Logique de l'Écran".

Changement de paradigme et pourquoi tenter une réponse?

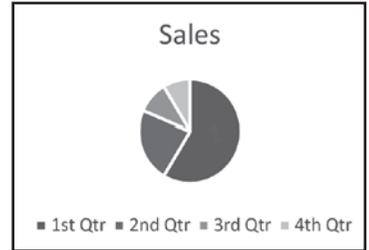
Cent cinquante ans de cinéma et soixante-quinze ans de télévision ont habitué les spectateurs à attendre un certain type de diffusion d'informations. Le cinéma et la télévision ont un impact sur le cœur avant la tête, l'émotion avant le cérébral. Nous avons dit que cette nouvelle ère numérique reposait sur un stimulus audio et visuel rythmé et à facettes multiple. Cela signifie que souvent plusieurs fils d'information sont expérimentés en simultanéité. La diffusion d'actualités moderne en est un exemple. Le même écran peut contenir une vidéo, un texte défilant et une voix-off tandis qu'un présentateur commente une des infos. Nous sommes également en train d'entrer dans une ère nouvelle où l'information en plongée dans une réalité virtuelle peut déjà être accessible dans certains secteurs comme l'enseignement aux personnes handicapées, la médecine, la visite de musées, la reconstitution de sites archéologiques ou historiques, ou même la vente d'objets en magasin, etc. Cette réalité virtuelle sera certainement de plus en plus accessible à mesure qu'évoluera la technologie et que l'habitude d'être en situation d' "Émotion-vers-Logique" vs. "Logique-vers-Émotion" deviendra encore plus culturellement prégnante.

Pour nous, Spiritains, il ne s'agit nullement de faire le pont avec le monde informé par la "Logique de l'Écran", mais il nous faut, me semble-t-il, commencer à y parler de l'intérieur

Pour nous, Spiritains, il ne s'agit nullement de faire le pont avec le monde informé par la "Logique de l'Écran", mais il nous faut, me semble-t-il, commencer à y parler de l'intérieur. Pour ce faire, une seule recette, produire pour l'écran.

Différentes façons de répondre aux nouvelles demandes en communication

La plupart des écoles, paroisses et institutions gèrent maintenant un site Web. Éditeurs de magazines, webmasters et présentateurs PowerPoint, comme indiqué plus haut,



s'efforcent de répondre aux nouvelles demandes en luttant contre l'ennui suscité par une prédominance de textes.

Les sites Web ont moins de textes longs, sont parsemés de titres en gras, de sous-titres et de paragraphes courts avec au besoin un bouton "*pour en savoir plus*" permettant à l'utilisateur d'obtenir d'un clic plus de détails avec l'accès aux paragraphes plus fournis. Ces sites Web plus attrayants et moins directifs mettent l'accent sur la conception graphique, l'utilisation d'images, de graphiques et de vidéos. La même chose vaut pour d'autres médias comme *Facebook*. Un logiciel de retouche photo comme *Photoshop* permet à un utilisateur expérimenté de superposer des images d'archives, etc. L'utilisation d'effets sonores et d'animations (textes, images multiples, infographies) améliore aussi l'expérience de l'internaute. Grâce à de telles méthodes, des images d'archives peuvent recevoir nouvelle vie. Les commentaires en voix-off peuvent susciter l'émotion appropriée, tandis que de la musique de fond peut créer l'atmosphère appropriée.

la réalisation de courtes vidéos constitue une première étape vers une meilleure utilisation des "[...] nouvelles technologies de l'information"

La réalisation de courtes vidéos

Étant donné que n'importe qui peut aujourd'hui créer et gérer un site Web en utilisant une plateforme CMS (système de gestion de contenu) tel que *WordPress* et ses nombreux alter ego, ce sont les vidéos de courte durée qui se démarquent pour une information multimédia moderne. On devrait orienter une formation multimédia spiritaine

vers la production de telles vidéos de courte durée. Sur des sites Web, ce qui pose toujours problème, c'est la mise à jour régulière des contenus. Tout site Web non mis à jour régulièrement est condamné à l'abandon. Ainsi, la réalisation de courtes vidéos constitue une première étape vers une meilleure utilisation des "[...] *nouvelles technologies de l'information*". Une deuxième étape, peut-être la plus importante, est justement leur aptitude à la mise à jour constante des sites. Une nouvelle vidéo est toujours une bonne mise à jour et en prime propose par essence un contenu plus accessible aux générations de la "Logique de l'Écran". Les contenus audiovisuels aident les sites Web à effectuer la transition de "la logique du livre" vers celle de l'écran, du contenu "logique vers émotion" vers le contenu "émotion vers logique".

Qualité audiovisuelle

Comme on l'a vu plus avant, toute vidéo, quelle que soit sa destination, ad intra ou ad extra, sera accessible à partir de sa plate-forme de distribution. D'où l'insistance sur la qualité (son, image, cadrage, montage) de toute vidéo publiée en ligne. La qualité de la forme attire, une mauvaise qualité repousse. Lors de la visualisation d'infos, le texte défilant ne captive pas, même si le contenu de l'info et la musique choisie sont excellents. Le contenu du texte défilant serait-il cent fois meilleur que celui proposé par une équipe de professionnels de l'info télévisée, les gens préfèrent la qualité de présentation à laquelle ils sont habitués. La coopération de différents professionnels permet d'obtenir de meilleurs effets - studios bien éclairés avec plusieurs cameramen prenant des vues sous différents angles, tables de mixage multiples, effets sonores, etc. C'est ce que nous choisissons inconsciemment, car le cinéma et la télé ont façonné les goûts et les attentes en termes de qualité de forme. Et ce qui permet d'atteindre la qualité, c'est le travail d'équipe. La production multimédia laissée à un seul individu ne peut pratiquement jamais atteindre le niveau de qualité minimal requis par le public. Pour les raisons expliquées ci-dessus, elle peut se voir rejetée et ce refus, en général sans lien avec le contenu, est un refus pour vice de forme. Il nous sera difficile d'atteindre le niveau de technologie et de compétences nécessaires à la production de documentaires, de films ou d'émissions d'infos, cependant un certain niveau de qualité est obligatoire dans notre communication multimédia externe. Ainsi des Spiritains qui travailleraient dans le multimédia auraient besoin d'une bonne formation professionnelle. Une chose qui peut nous

La coopération de différents professionnels permet d'obtenir de meilleurs effets

faire réfléchir est le coût des équipements, cependant le coût du matériel de tournage, autrefois prohibitif, s'est nettement démocratisé. Sans aucun doute, former des Spiritains à la production multimédia et à ses techniques narratives pourrait vraiment être un vecteur de promotion de la Mission spiritaine et cela de différentes manières tout en aidant à mieux faire connaître la Congrégation et ses activités.

Quelques statistiques

En 2019, sur *YouTube*, on a visionné un milliard de vidéos par jour. Cela montre une nette prédominance des médias vidéo sur le Net. Les prédictions suivantes d'utilisation du marketing vidéo illustrent bien cette prédominance:

- En moyenne, les Français ont regardé 190 vidéos en janvier 2014 (plus de 16 heures).
- En 2008, 59,7% des vidéos ont été regardées en ligne. Ce chiffre est passé à 78% en 2014.
- 85% des internautes français ont regardé au moins une vidéo sur Internet au cours du mois de janvier 2014 (40,5 millions, soit 66% de la population).
- la vidéo à la demande (VOD) a été multipliée par trois en 2016.
- il faut 6 millions d'années pour regarder toutes les vidéos téléchargées en un mois en 2016.
- si quelqu'un cherche votre nom sur Internet, il préférera cliquer sur une vidéo: les chances de regarder une vidéo par rapport à la lecture d'un contenu écrit sont deux fois plus grandes.
- 36% des vidéos visionnées sur Internet sont des publicités.
- en 2019, 80% du trafic de données mondial sera lié à de la vidéo.⁴

Production multimédia dans le cadre de la mission de la Province américaine

Le Provincial des États-Unis et son conseil ont reconnu le multimédia comme un élément important de la mission de la Province. J'ai été chargé de produire de courtes vidéos illustrant notre mission et nos œuvres. Comme la création et la maintenance du site Web par une équipe en coordination sont facilitées par le choix d'une plate-forme CMS appropriée, je me concentre depuis décembre 2013 sur la production de courtes vidéos, en collaboration avec un professionnel du multimédia, le Dr. Dennis Woytek, un professeur retraité (2016) de l'université de Duquesne, qui possède une vaste expérience en production radiophonique et vidéo. Le Conseil Provincial a alloué un budget pour l'équipement, les déplacements et autres dépenses connexes. Plus de trente vidéos ont été produites. Environ la moitié traitent d'œuvres spiritaines; l'autre moitié traite principalement d'événements à l'Université de Duquesne. Les premières ont nécessité la longue chaîne des processus de pré-production, de production et de post-production; les autres n'ont pas impliqué cette lourde chaîne de production.

Plus de trente vidéos ont été produites. Environ la moitié traitent d'œuvres spiritaines; l'autre moitié traite principalement d'événements à l'Université de Duquesne

Les vidéos ont été publiées sur le site Web de la Province des États-Unis. Nous ne pouvions pas distribuer les vidéos sur d'autres sites où elles pourraient être utiles, principalement par manque de temps et manque de personnel dans cette équipe plus que minimale. Un autre membre de l'équipe pourrait effectuer ce travail de diffusion via les médias sociaux et en liaison avec les responsables de communautés, de projets, de sites Web et de la communication dans les Provinces spiritaines, et ceci sans nécessiter de formation spécialisée dans le domaine de la production vidéo.

Les idées de production sont nombreuses. Nous disposons de matériel pour de futures vidéos sur la vie spiritaine (par exemple, sur les associés laïcs spiritains) et pour des vidéos historiques spiritaines - voir par exemple la vidéo à l'adresse: <https://youtu.be/163vx6DpId8>. Ces courtes vidéos de style documentaire décrivent les communautés spiritaines et leur travail pastoral aux États-Unis sur le thème "*Regardez comme ils s'aiment*". Un exemple est la vidéo *Les Spiritains à Baltimore* (2015 – à: <https://youtu.be/jiwi4Y8ZqNc>), à propos de deux paroisses afro-

américaines desservies par les spiritains. Elle a attiré plus de 800 spectateurs (sur différentes plates-formes) et a permis aux Spiritains de S^t Edward et de S^t Gregory de collecter des fonds auprès de différentes sources.⁵

De courtes vidéos pourraient également mettre en lumière des domaines tels que: les projets collectifs ou institutionnels spiritains

De courtes vidéos pourraient également mettre en lumière des domaines tels que: les projets collectifs ou institutionnels spiritains (école, paroisse ou mission); les projets en phase de planification (comme la construction d'une école ou d'une maternité); des projets montrant les besoins d'une population et les soucis de son pasteur spiritain. Les personnes qui y figurent peuvent aussi en profiter en tant que ressources pour leurs activités pastorales ou leur collecte de fonds. Les vidéos peuvent être utilisées pour remercier les donateurs ou demander plus d'aide pour terminer les constructions ou acheter du matériel ou pour montrer à quel point le projet sert la population locale. Enfin, de courtes vidéos à caractère historique peuvent présenter la vie et l'histoire des fondateurs⁶ et autres figures de la congrégation. Celles-ci doivent être soigneusement pensées, notamment pour illustrer divers aspects. Par exemple, je pense à une future vidéo du séjour de Libermann à Lyon après son séjour à Rennes, étape de son voyage à Rome (*L'embellie de Lyon*). En effet il s'agit d'un moment important dans sa vie, donc aussi d'un moment décisif pour la Congrégation.

Une équipe de production vidéo

Comme je l'ai déjà dit, tout cela serait mieux exécuté par une équipe de production vidéo résidant en communauté. Lier divers membres possédant des compétences informatiques dispersées dans le monde entier lors de rencontres virtuelles par vidéoconférence ne saurait suffire. L'unité du temps et de lieu est idéale en la matière. Mettre en lien des collègues dispersés à travers le monde peut être une bonne chose pour différentes entreprises et pour des réunions d'ordres du jour spécifiques, mais en tant que religieux, nous avons besoin de vie communautaire avec partage de prière quotidienne et du travail que seule l'unité de lieu et de temps peut offrir. L'unité de lieu facilite la collecte de data pour des productions données, souvent soumises à un calendrier très serré pré et post production. Elle facilite la bonne intégration des compétences et des connaissances et interactions nécessaires à la production de vidéos de qualité.

Bien entendu, des services de téléconférence peuvent être utilisés pour contacter, par exemple, des archivistes ou des collègues spécialisés dans l'histoire de la Congrégation, ou pour discuter d'un point particulier avec des membres d'autres communautés avant d'envoyer quelqu'un sur le terrain pour collecter séquences filmées et photos essentielles pour la production, etc.

Conclusion

La presse écrite peut toujours communiquer efficacement au sujet de notre congrégation, en soulignant sa force et son originalité dans l'Église, son internationalité et son choix prioritaire pour les plus abandonnés et rejetés de la société. Mais à une époque où la communication sur écran basée en premier lieu sur l'émotion est omniprésente et a modelé les jeunes générations, la communication doit s'adapter à la manière dont le grand public reçoit la plupart de ses informations quotidiennes. Elle doit observer le changement de paradigme décrit plus haut, passant de la logique-reine du discours et du livre à l'émotion-reine de l'audiovisuel et de l'écran. Et l'une des meilleures façons de le faire consiste à utiliser de courtes vidéos. Pour participer efficacement à la mission moderne, la Congrégation doit former quelques-uns de ses membres à l'utilisation du "langage" qui aujourd'hui engage les gens. Ce langage englobe l'utilisation efficace des images et des sons dans le contexte de médias en constante évolution. Le développement de la photographie, de la radio, du cinéma et de la télévision, avec leur distribution de masse, a progressivement commencé à prendre forme au milieu du XIX^e siècle, au moment même où notre congrégation connaissait sa croissance libermanienne. Nous devons continuer à grandir et à développer notre capacité à communiquer efficacement en tant que Spiritains.

à une époque où la communication sur écran basée en premier lieu sur l'émotion est omniprésente et a modelé les jeunes générations, la communication doit s'adapter à la manière dont le grand public reçoit la plupart de ses informations quotidiennes

Nous sommes appelés au même genre d'humble apprentissage que n'importe quel missionnaire. Les missionnaires doivent apprendre de nouvelles langues comme s'ils étaient des enfants, revivre toutes les étapes frustrantes de la dépendance vis-à-vis des autres et apprendre à affiner leur compréhension de ces nouvelles langues. Et cela, souvent sans l'aide de manuels ou de dictionnaires! Tout cela fait partie de l'effort pour devenir "*Nègres avec les Nègres*" et partager l'histoire des peuples dont nous avons embrassé culture et destin pour l'amour du Christ. C'est bien la même demande qui est faite aujourd'hui par les nouvelles technologies de l'information multimédia.

Jean-Michel Gelmetti, C.S.Sp.
Duquesne University

Notes de Fin

¹Rome, célébration spiritaine du 50^e anniversaire du Généralat à Rome.

²Message du Pape François pour la 48^e Journée Mondiale de la Communication, 2014.

³C'est ainsi que de nombreuses vidéos spiritaines destinées à la communication interne sont devenues accessibles au public. Même celles qui se trouvent sur un site Web Spiritain protégé par un mot de passe finissent par être indexés par des moteurs tels que Google. La nature même de l'Internet les fournit au grand public, même si cela n'était pas souhaité au départ.

⁴Voir par exemple: <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/> ou <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/03/08/video-marketing-statistics>.

⁵Selon le P. Honest Munishi, C.S.Sp. (Tanzanien), pasteur de St Edwards, l'ambassadeur de Tanzanie aux États-Unis (2015) qui a vu la vidéo a attribué des fonds à la paroisse; il a également mentionné d'autres donations.

⁶J'en ai produit une semblable sur Claude François Poullart des Places, à: <https://youtu.be/5J6dAal0wQg>.

⁷François Libermann dans une lettre à ses confrères de Dakar et du Gabon, 19 novembre 1847. Voir Anthologie Spiritaine, p. 276.