

FRANÇAIS

Lancez ou ravivez un ministère dans votre église

GUIDE DE LANCEMENT RAPIDE



DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION



Un guide de lancement rapide pour les directeurs de la communication dans l'église locale

Mis à jour en septembre 2010

Manuscrit créé pour le département de la communication de l'Église Adventiste du Septième Jour en Amérique du Nord

Disponible à :

AdventSource

5120 Prescott Avenue

Lincoln, NE 68506

402.486.8800

AdventSource.org

Diseño : Liv Jacobson

Maquetación : Marvin Velasquez et Christal Gregerson

Remerciements spéciaux aux contributeurs suivants: Heidi Martella, Stephanie Kinsey, Celeste Ryan Blyden, Kelly Coe, Kate Simmons, Gerry Chudleigh, Kermit Netteburg, Amy Prindle, et Martin Weber.

© 2021 Division nord-américaine des adventistes du septième jour.

Tous droits réservés. Cet ouvrage peut être utilisé et reproduit sans autorisation dans les publications de l'église locale. Cependant, il est interdit de l'utiliser ou de le reproduire dans d'autres livres ou publications sans l'autorisation préalable du détenteur des droits d'auteur. La réimpression du contenu dans son intégralité pour une distribution gratuite ou la revente est strictement interdite.

Imprimé aux États-Unis d'Amérique.

ISBN # 978-1-57756-306-8

Introduction

Bienvenue dans un ministère qui a le potentiel incroyable de partager le message de l'Église Adventiste du Septième Jour. En tant que directeur de la communication, votre rôle prévoit que vous partagiez les nouvelles avec les membres d'église et veilliez à ce que votre église soit convenablement représentée dans la communauté. Vous communiquez avec trois groupes de personnes principaux : les membres de votre église, le département de la communication de votre fédération, et la communauté.

Les membres d'église

Les membres ont besoin de savoir ce qui se passe dans votre église. Ce groupe comprend ceux qui viennent toutes les semaines, occasionnellement, rarement, ceux qui sont isolés et ceux qui sont inactifs.

Le département de la communication de la fédération

Vous faites partie d'un réseau global de communicateurs adventistes, qui aident l'ensemble de l'Église adventiste à rester connecté. En envoyant des articles et des photos au directeur de la communication de votre fédération, vous partagez vos informations avec les membres du monde entier et témoignez de l'histoire de l'Église.

La communauté

Ce groupe comprend les personnes dont l'expérience avec l'Église adventiste peut aller du positif au négatif, et dont la connaissance de l'Église peut être approfondie ou inexistante. Vous cherchez comment susciter un intérêt accru pour l'Église adventiste et encourager les personnes de votre communauté à venir dans votre église. Les événements tels que l'EBV, les ateliers de cuisine, une série d'évangélisation, ou un séminaire de planification financière sont des occasions de premier ordre pour que les visiteurs pénètrent dans votre église.

Le comité de la communication

Si votre équipe en charge de la communication comprend plusieurs personnes, Le Manuel d'Église suggère la création d'un comité de la communication. Le directeur de la communication œuvrera en tant que président et le comité pourra comprendre un webmestre, un directeur de l'audiovisuel, un rédacteur en chef de la lettre d'information, un photographe, et des membres professionnels des médias et de la technologie. Ce comité travaillera de concert pour organiser la stratégie de relations publiques de l'église.



LA STRUCTURE DE L'ÉGLISE

Pour avoir une meilleure idée du rôle que vous, en tant que volontaire en charge de la communication dans l'église locale, occupez, voici un aperçu des quatre niveaux de la structure de l'Église Adventiste du Septième Jour :

1. L'église locale est constituée des différents croyants.
2. La fédération ou la mission locale comprend un certain nombre d'églises locales d'un état, d'une province ou d'un territoire.
3. L'union de fédérations ou de missions regroupe des fédérations ou missions sur un plus grand territoire (souvent un ensemble d'états ou tout un pays).
4. La Conférence générale, unité la plus grande de l'organisation, comprend toutes les unions/entités du monde entier. Les divisions sont des sections de la Conférence générale, ayant une responsabilité administrative pour certaines régions géographiques.

Nouvelles et informations

Annonces et encarts du bulletin d'église

Les bulletins d'église et prospectus spéciaux sont idéaux pour communiquer avec les membres qui fréquentent l'église chaque semaine. Examinez avec précaution le bulletin. L'information est-elle correcte et d'actualité ? L'image sur la couverture est-elle appropriée ? Est-il facile de trouver l'information recherchée ? Si le bulletin ne répond pas à ces critères, il serait peut-être temps de le repenser.

Astuces :

- Si le bulletin contient des erreurs, demandez l'aide d'un correcteur.
- Réévaluez l'apparence du bulletin de temps en temps. Trouvez un membre ayant des compétences en matière de conception pour vous aider à maintenir le graphisme à jour afin que le bulletin soit toujours actuel.
- Soyez cohérent dans votre style, c.-à-d. virgules, majuscules et abréviations.
- Limitez le nombre de polices de caractères.
- Choisissez soigneusement chaque image de couverture.
- Créer des encarts dans le bulletin pour attirer l'attention sur des événements spéciaux ou des annonces particulières.
- Si vous n'êtes pas le rédacteur en chef du bulletin, présentez vos suggestions à cette personne de façon agréable.



UNIONS DE FÉDÉRATIONS, FÉDÉRATIONS LOCALES, ET JOURNAUX DE LA DIVISION NORD-AMÉRICAINNE

Union des fédérations de l'Atlantique

Quartier général : South Lancaster, Massachusetts
Fédérations: Bermudes, Grande région de New York, New York, Nord-est, Nord de la Nouvelle Angleterre, et Sud de la Nouvelle Angleterre
Magazine de l'Union: Gleaner

Union des fédérations de Columbia

Quartier général: Columbia, Maryland
Fédérations: Allegheny Est, Allegheny Ouest, Chesapeake, Mountain View, New Jersey, Ohio, Pennsylvanie, et Potomac
Magazine de l'Union: Visitor

Union des fédérations des Lacs Quartier général: Berrien Springs, Michigan
Fédérations : Illinois, Indiana, Lake Region, Michigan, et Wisconsin
Magazine de l'Union : Herald

Union des fédérations du centre de l'Amérique Quartier général: Lincoln, Nebraska
Fédérations: États du Centre, Dakota, Iowa-Missouri, Kansas-Nebraska, Minnesota, et Rocky Mountain
Magazine de l'Union: Outlook

Union des fédérations du Pacifique Nord
Quartier général: Vancouver, Washington
Fédérations: Alaska, Idaho, Montana, Oregon, Upper Columbia, et Washington
Magazine : de l'Union : Gleaner

Union des fédérations du Pacifique

Quartier général: Westlake Village, Californie
Fédérations: Arizona, Centre de la Californie, Hawaï, Nevada-Utah, Nord de la Californie, Sud-est de la Californie, et Sud de la Californie
Magazine de l'Union: Recorder

Union des fédérations du Canada

Quartier général: Oshawa, Ontario
Comprend les fédérations de l'Alberta, de la Colombie-Britannique, de Manitoba-Saskatchewan, des Provinces maritimes, de l'Ontario, et du Québec, ainsi que l'Église Adventiste du Septième Jour de Terre-Neuve-et-Labrador
Magazine de l'Union : Canadian Adventist Messenger

Union des fédérations du Sud Quartier général: Decatur, Géorgie
Fédérations: Caroline, Floride, Géorgie-Cumberland, les États du Golf du Mexique, Kentucky-Tennessee, Atlantique Sud, Centre Sud, et Sud-est
Magazine de l'Union: Tidings

Union des fédérations du sud-ouest

Quartier général : Burleson, Texas
Fédérations: Arkansas-Louisiane, Oklahoma, Région du Sud-ouest, Texas, et Texico
Magazine de l'Union: Record

Tableau d'affichage du hall d'entrée

Les tableaux d'affichage sont une bonne façon pour connecter les membres le jour du sabbat. Ils représentent des sujets de conversation pour les personnes qui s'arrêtent pour discuter à l'entrée. Pensez à afficher des collages photo des événements de l'église et des nouveaux membres. Les gens aiment voir des images d'eux-mêmes, de leurs enfants et de leurs amis.



Faites en sorte que cela soit dynamique et coloré, et ajoutez des prospectus annonçant les événements à venir.

Packs d'information sur l'église

Songez à préparer des packs ou sacs cadeaux pour les offrir aux visiteurs. Incluez-y une brochure telle que *What's a Seventh-day Adventist* (Qu'est-ce qu'un adventiste du septième jour), *Steps to Christ* (Vers Jésus), des prospectus annonçant les événements futurs, des informations sur les cours de Bible, et la bienvenue du pasteur. Vous pouvez également y inclure un bloc-notes, un stylo, ou un aimant présentant les coordonnées de l'église. Ajoutez-y une fiche de commentaires et demandez au visiteur son nom, son adresse, son courriel, et comment il a entendu parler de votre église. Cela vous aidera pour les appels et visites de suivi. Une fois que les packs sont prêts, dites aux hôtes ce qu'ils doivent faire.

Lettre d'information de l'église

Une lettre d'information est un moyen efficace pour créer des liens dans la famille de l'église. Les lettres d'information tiennent les membres au courant des événements, programmes et actualité de l'église. Elles sont aussi une bonne façon de toucher les membres qui n'y sont pas venus depuis longtemps. N'oubliez pas d'ajouter le directeur de la communication de votre fédération à votre liste de diffusion.

Le comité de la communication doit choisir un rédacteur en chef. Il n'est pas nécessaire que le rédacteur en chef soit le directeur de la communication, mais vous travaillerez étroitement avec lui. Discutez avec votre pasteur de la nécessité d'une lettre d'information. Quel en est le but ? A quelle fréquence devrait-elle être imprimée ou envoyée par courriel ?

Le titre de votre lettre d'information devra être accrocheur et en rapport avec votre église. Vous pouvez impliquer les membres et attirer l'attention en organisant un concours pour lui trouver un nom.

Que vous imprimiez ou envoyiez votre lettre d'information par courriel, rappelez-vous que les formats simples sont les meilleurs. Choisissez des polices de caractères modernes et faciles à lire, et limitez-en le nombre. Que votre lettre d'information soit imprimée ou envoyée par courriel, pensez à incorporer le nom de votre église, son adresse, numéro de téléphone, courriel et site Internet dans chaque numéro afin que les gens sachent de qui elle vient.

Si vous imprimez votre lettre d'information, vous pourrez y inclure des histoires sur les personnes – des expériences de mission, les nouveaux membres, la participation au service communautaire, et des profils. Apprenez à vos lecteurs ce qui est prévu dans votre église, et si quelque chose d'intéressant se passe dans les autres églises de la région. Mettez l'accent sur différents départements et ministères.

Quand vous créez une lettre d'information électronique, souvenez-vous que la lecture sur un écran d'ordinateur est différente de la lecture sur papier. Dans la mesure où vous pouvez envoyer des lettres d'information électroniques plus fréquemment que celle qui sont



imprimées, vous n'avez pas besoin d'y mettre tant de renseignements d'un seul coup, et il est ainsi plus facile de proposer des informations pertinentes qui tombent à point nommé. Cela rend la lettre d'information électronique plus accessible. Vous économiserez également de l'argent puisque la conception, l'impression et la distribution par la poste ne sont pas nécessaires.

Faites en sorte que les paragraphes et les phrases demeurent courts et mettez des titres au dessus de chaque section. Limitez la longueur de votre courriel à un ou deux écrans. Si vous désirez donner plus de détails sur un certain sujet, incluez un lien vers une page de votre site ayant plus d'informations.

Transmettez des nouvelles à votre fédération

Le directeur de la communication de votre fédération recherche des histoires à partager avec la communauté de l'église dans son ensemble. Les histoires sur les projets de service communautaire, les réunions d'évangélisation, la reconnaissance de la communauté, et les membres qui se distinguent sont des exemples des types de nouvelles désirés. La nature de l'histoire déterminera si elle sera imprimée, envoyée par courriel, ou apparaîtra sur le site de la fédération ou de l'Union. Le directeur de votre fédération locale vous fournira une liste d'instructions.

Ci-dessous se trouve la structure de base que vous pouvez suivre pour les nouvelles histoires. Le but est d'adapter les articles aux lecteurs occasionnels :

1. Gros titres basiques (sujet, verbe, complément)
2. Introduction sommaire et originale (qui, quoi, quand, où)
3. Historique ou contexte bref (Pourquoi cette histoire intéresse les lecteurs)
4. Citation d'un responsable
5. Détails sur l'événement/ministère (comment)
6. Citation d'un participant/volontaire
7. Conclusion ou appel à l'action indépendants

Règles pour bien écrire

- Le mot le plus simple est le meilleur.
- Faites en sorte que les gros titres soient courts et au présent. Étudiez les journaux pour avoir des exemples.
- Évitez d'utiliser en excès les verbes comme « être » et « avoir » : est, sommes, était, étaient, a, ont, avait, avaient.
- Une phrase simple vaut mieux qu'une phrase complexe.



- Variez la longueur de vos paragraphes et phrases.
- Ôtez les mots, phrases et paragraphes inutiles.
- Ne commencez pas une phrase par une date. La date est moins intéressante que l'évènement qui s'est produit.
- N'exprimez pas votre opinion comme dans un éditorial. N'écrivez jamais « Tout le monde s'est bien amusé. » Proposez plutôt une citation expliquant pourquoi ils ont aimé l'évènement.
- Utilisez beaucoup de citations et identifiez chaque intervenant.
- Tenez compte des différences culturelles. N'employez pas « croisade » mais « événement d'évangélisation » ou « réunions d'évangélisation » .
- Revoyez et réécrivez.
- Ne vous citez jamais vous-même dans un article dont vous êtes l'auteur. Prenez la citation d'une autre personne. Si cela n'est pas possible, enlevez votre nom de la signature.
- Relisez votre travail ou trouvez un bon réviseur.

Faites attention au jargon

L'adventisme a son propre jargon. Des termes tels que la Division nord-américaine et l'Union des fédérations du centre de l'Amérique n'auront pas de sens pour la communauté. Dites plutôt, « l'Église adventiste en Amérique du Nord » et « l'Église adventiste du centre de l'Amérique ». Rappelez-vous que les visiteurs n'ont jamais probablement participé à une collecte, mangé de nourriture végétarienne, ou ouvert le sabbat en groupe (vêpres). Cependant, ils comprendront les termes collecte de fonds, substituts de viande et services du vendredi soir. Vous devrez également faire attention aux clichés d'ordre religieux tels que saison de prière, high sabbath ou fête biblique annuelle, et traveling mercies ou prière spéciale pour ceux qui partent en voyage.

Usages du nom de l'église

Correct :

Église Adventiste du Septième Jour
Adventiste du Septième Jour
Adventiste, adventiste

Incorrect :

Église Adventiste du septième-jour
adventiste du septième jour

Directives pour le logo de l'Église

Pour accéder au logo officiel de l'Église adventiste du septième jour, visitez le site **Adventist.org** et taper « logo » dans la barre de recherche. Vous trouverez une description du logo, des directives pour l'employer, et des versions téléchargeables du logo adventiste dans des formats et langues divers. Vous pourrez également trouver la signification des différents symboles utilisés dans le logo.



Photographie

Les photographies sont essentielles pour rendre vos publications intéressantes. Les membres aiment se voir en photo, ainsi que leur famille, leurs amis et surtout leurs enfants. Des photos de bonne qualité en diront aussi davantage aux visiteurs sur votre église (qui la fréquente, comment s'habiller pour les événements), et leur montreront à quoi s'attendre. Vos photos apparaîtront sur le site Internet de l'église, dans la lettre d'information de la fédération, dans celle de votre église, et partout où vous désirerez utiliser des images comme par exemple le tableau d'affichage.

Astuces pour prendre de belles photos

Par Kelly Coe

Réimprimé avec la permission de l'Union des fédérations de Columbia

1. **Regardez votre sujet dans les yeux.** Un contact visuel direct peut être aussi engageant dans une photo que dans la vie réelle. Quand vous prenez la photo de quelqu'un, tenez l'appareil au niveau des yeux de la personne pour libérer le pouvoir de ces regards magnétiques et sourires ensorcelants. Pour les enfants, cela signifie : se baisser à leur niveau. Ainsi, votre sujet n'a pas toujours besoin de fixer l'appareil photo. En se situant à hauteur de l'œil, l'angle de la photo crée une sensation personnelle et chaleureuse qui vous attire.
2. **Utilisez un arrière-plan simple.** Un arrière plan simple met en valeur le sujet photographié. Lorsque vous regardez par le viseur de l'appareil photo, efforcez-vous d'observer l'environnement du sujet. Assurez-vous qu'aucun poteau ne sorte de la tête de votre membre d'église préféré !
3. **Utilisez le flash à l'extérieur.** Un soleil éclatant peut créer des ombres disgracieuses sur le visage. Éliminez ces ombres en utilisant votre flash pour éclairer le visage. Quand vous prenez des personnes en photo et que le soleil brille, mettez votre flash. Il se peut que vous ayez le choix entre la technique du flash d'appoint ou fill-in et celle du flash intégré ou full flash. Si le sujet se trouve à moins d'un mètre cinquante, utilisez le flash d'appoint. Au delà, le flash intégré pourrait être nécessaire. Sur un appareil photo numérique, utilisez l'écran de visualisation pour apprécier le résultat.

Par temps nuageux, utilisez le mode Flash d'appoint si l'appareil en est doté. Le flash illuminera les visages et les fera ressortir. Vous pouvez également prendre des photos sans flash, car la lumière douce d'un ciel couvert suffit parfois à donner aussi de bons résultats.
4. **Rapprochez-vous.** Si le sujet est plus petit qu'une voiture, rapprochez-vous d'un pas ou deux avant de prendre la photo et zoomez. Le but recherché est que le sujet occupe toute la surface de la photographie. De près, des détails tels que des taches de rousseur ou l'expression d'un sourcil sont révélés.

Ne vous approchez cependant pas trop près ou la photo sera floue. La distance de mise au point la plus courte pour la plupart des appareils photo est d'environ un mètre,



soit un éloignement d'un pas. Si vous ne respectez pas la distance de mise au point minimum de votre appareil (voir votre manuel), vos photos seront floues.

5. **Décentrez le sujet.** Le centre de la scène est le meilleur endroit pour un artiste, mais le centre de la photo n'est pas la place idéale pour le sujet. Donnez vie à vos photos en décalant le sujet. Commencez par déplacer le sujet selon une grille imaginaire sur le viseur. Placez ensuite le sujet principal à l'une des intersections de la grille.
6. **Apprenez à connaître la portée de votre flash.** L'erreur la plus fréquente dans l'utilisation du flash est la surestimation de sa portée. Pourquoi est-ce une erreur? Parce que les photos prises hors de la portée maximum du flash seront trop sombres. Pour la plupart des appareils photo, la portée maximale du flash est inférieure à cinq mètres, soit environ cinq pas. Quelle est la portée de votre appareil photo. Pour le savoir, consultez le manuel de votre appareil. Si vous ne la trouvez pas, ne prenez pas de risque et placez-vous toujours à moins de trois mètres du sujet.
7. **Observez la lumière.** Le paramètre le plus important après le sujet, c'est la lumière. Elle affecte tout ce qui est photographié. Sur le visage d'une arrière-grand-mère, la lumière vive du soleil venant sur le côté peut accentuer les rides, alors que la douce lumière d'un ciel nuageux a plutôt tendance à les atténuer.

Si vous n'aimez pas l'éclairage du sujet, déplacez-vous ou déplacez-le. Quant aux paysages, photographiez-les de préférence en tout début ou en fin de journée, quand la lumière du soleil se répand en tons plus orangés.
8. **Prenez quelques photos verticales.** Votre appareil ne prend-t-il que de petites photos? C'est le cas si vous ne le tournez jamais pour prendre des photos verticales. Beaucoup de choses ressortent mieux sur une photo verticale. D'un phare situé près d'une falaise à la tour Eiffel en passant par votre nièce de quatre ans qui saute dans une flaqué. Alors, à la prochaine occasion, faites l'effort de tourner votre appareil photo.
9. **Devenez directeur de la photographie.** Dirigez les prises de vue et vous verrez à quel point les résultats s'améliorent. Soyez un directeur de la photographie et non plus un photographe passif : un directeur de la photographie prend les choses en main. Le directeur de la photographie choisit l'emplacement : « Que tout le monde sorte dans l'arrière-cour. ». Il ajoute des accessoires : « Les filles, mettez vos lunettes rose. » Il dispose ses sujets : « Maintenant, approche-toi et penche-toi vers l'appareil photo. »

Composez vos photos

Comme un compositeur utilise tous les instruments d'une symphonie pour élaborer une œuvre musicale émouvante, vous devez composer chaque photo de façon à ce que ses différentes parties travaillent ensemble pour créer quelque chose de beau. Chaque élément d'une photo a un effet sur l'ensemble ; ne vous contentez donc pas de viser et d'appuyer. Prenez un peu de temps pour composer chaque photo et faites-en une œuvre d'art.



Choisissez votre point d'intérêt principal

Bien que vous connaissiez votre sujet, il peut être difficile pour une personne de comprendre vos intentions si un trop d'éléments sur la photo la rendent confuse. Éliminez ce qui n'a pas d'importance en vous rapprochant, en faisant un zoom avant, ou en choisissant un angle de prise de vue différent.

Ajustez votre angle de prise de vue

Pour un portrait des plus flatteurs, maintenez l'appareil au niveau des yeux de votre sujet. Néanmoins, si vous voulez quelque chose de créatif et d'amusant, changez votre angle de prise de vue.

Changez votre position

Changez votre position pour souligner ou exagérer la taille (grande ou petite) de votre sujet. Accroupissez-vous et levez votre appareil vers une personne et celle-ci vous surplombera. Baissez votre appareil vers votre animal de compagnie et il paraîtra ridiculement petit. Vous pouvez aussi déplacer vers l'appareil photo de seulement quelques pas vers la droite ou la gauche, et cela changera radicalement la composition de votre photo.

Décentrez le sujet

Décentrer le sujet rend parfois la composition plus dynamique et plus intéressante.

Même si le sujet remplit le cadre, sa partie la plus importante (par exemple, les yeux dans un portrait) ne doit pas se trouver au centre même de la photo.

Regardez l'horizon. De la même manière qu'un sujet décentré donne de meilleurs résultats, c'est aussi le cas pour une ligne d'horizon droite. Évitez de couper votre image en deux en plaçant l'horizon au milieu de la photo. Pour mettre l'accent sur l'espace, maintenez l'horizon en bas de la photo. Pour donner une impression de proximité, placez l'horizon en haut de la photo.

Réalisez des photographies avec une faible luminosité

De nombreuses personnes pensent qu'il est difficile de prendre des photos lorsque la lumière est faible, mais cela peut aussi être l'occasion de prendre des photos très originales. Alors quand les nuages s'amoncellent au dessus de votre tête lors d'un camp meeting ou que la salle de culte n'est pas suffisamment éclairée, vous serez prêt à prendre des photos éblouissantes.

Maintenez l'appareil parfaitement stable. Pour éviter les photos floues, calez-le contre une balustrade, le dossier d'un banc ou d'une table, ou contre un poteau ou un arbre. Ainsi, l'appareil photo ne bougera pas et les images ne seront pas floues. Vous pouvez aussi utiliser un mini trépied ou un de taille normal.

Attendez que l'action ralentisse. Si votre sujet est en mouvement, attendez qu'il ralentisse ou qu'il s'arrête avant de prendre la photo.



Respectez la portée du flash. Pour un appareil numérique, la portée du flash est habituellement de 1,80 mètre à 3 mètres (6 à 10 pieds) et peut même atteindre 4,5 mètres (15 pieds) pour les appareils argentiques. Les sujets hors de portée du flash apparaissent trop sombres ou trop clairs. Consultez le manuel de l'appareil photo et assurez-vous que le sujet se trouve dans la portée du flash.

Appuyez doucement sur le déclencheur. Pour éviter que la photo ne soit floue, appuyez doucement et délicatement sur le déclencheur afin de ne pas secouer l'appareil. Vous obtiendrez ainsi des photos très nettes.

Évitez les yeux rouges

Demandez à votre sujet de regarder votre épaule au lieu de regarder directement l'appareil. Allumez toutes les lumières de la salle peut aussi aider. Si votre appareil photo a une option « réduction de l'effet yeux rouges », utilisez-la.

Évitez le reflet du flash sur vos photos

Quand vous utilisez le flash, évitez de le faire avec des vitres et des miroirs en arrière-plan. Ils réfléchiront le flash et projeteront une lumière éblouissante, gâchant ainsi une photo qui aurait pu être belle. Si vous ne pouvez éviter les surfaces réfléchissantes, placez-vous en diagonale de votre sujet pour prendre la photo.

Photographiez des groupes

Il est en général plus facile de prendre des photos de groupe à l'extérieur ; dès que vous en avez la possibilité, invitez tout le monde dehors. Si c'est impossible, essayez de faire en sorte que les membres du groupe restent très près les uns des autres afin que le flash éclaire chaque personne. Essayez de créer deux ou trois petites scènes différentes au sein du groupe. Un ou deux groupes de trois personnes plus ou moins arrangés en triangle donneront de bons résultats.

Racontez une histoire

Tout événement important peut devenir une histoire imagée. Un événement de l'église qui dure toute la journée peut parfaitement raconter une histoire en images. Montrez l'arrivée, le départ, les diverses activités de la journée, ainsi que les enfants fatigués qui rentrent chez eux.

Saisissez l'émotion

Saisissez les sourires, les larmes, les réactions de surprise, les embrassades qui rendent des photos inoubliables. Gardez votre appareil photo allumé sous la main, ainsi vous serez prêt à capturer ces expressions spontanées.



Photographie numérique : glossaire

Par Kelly Coe

Réimprimé avec l'autorisation de l'Union des fédérations de Columbia

Le langage utilisé dans la prise de photos numériques est différent de celui employé pour les appareils argentiques. Pixels, mégaoctets, résolution, ppp, JPEG : si ces mots ne vous sont pas familiers, jetez un coup d'œil à ce glossaire.

Pixel - (PICture ELeMent) Le plus petit élément d'une image numérisée. Un petit point de lumière parmi beaucoup de points qui constituent une image sur un écran d'ordinateur.

Mégapixels – Une unité qui équivaut à un million de pixels. Plus la résolution est importante, plus il y a de pixels dans une image et donc, plus la qualité de l'image est bonne. Un fichier image de 1 mégapixel (Mpx) peut donner une photo réaliste de 5 x 7 pouces (soit 12,7 x 17,7 cm) ; une image de 2 Mpx, une photo de 8 x 10 pouces (soit 20,4 x 25,4 cm) ; et une image de 3 Mpx, une photo de 11 x 14 pouces (soit 27,9 x 35,5 cm).

Résolution – Le nombre de pixels dans une image. Un nombre élevé de pixels équivaut à une plus grande qualité de l'image.

PPP (ou DPI : Dots Per Inch) - Points Par Pouce. Le nombre de points qu'une imprimante ou appareil (comme un écran) peut afficher par pouce linéaire. Par exemple, la plupart des imprimantes laser ont une résolution de 300 ppp, la plupart des écrans de 72 ppp, et la plupart des photocomposeuses PostScript, de 1200 à 2450 ppp. Les imprimantes à jet d'encre pour faire des photos vont de 1200 à 2400 ppp.

Mégaoctet – une quantité de mémoire sur ordinateur, représentant environ un million d'octets.

Kilo-octet – une quantité de mémoire sur ordinateur, d'espace sur un disque, ou la taille d'un document représentant environ mille octets.

JPEG – un format standardisé utilisé par beaucoup d'appareils photos numériques pour stocker des images. Ce format est également communément exploité pour les images postées sur Internet et celles jointes à des courriels. JPEG, ou Joint Photographic Experts Group (groupe ayant établi cette norme de fichier), est un des formats les plus largement utilisés aujourd'hui. JPEG est un mécanisme de compression d'image normalisé, conçu pour compresser des images en couleur, en demi-ton de gris ou des scènes naturelles du monde réel. JPEG emploie une compression avec perte, qui peut nuire à la qualité de l'image.

LCD – Liquid Crystal Display ou écran à cristaux liquides. Un écran en couleur pour prévisualiser et vérifier des images, et pour voir des informations telles que les options du menu et les paramètres de l'appareil photo.

Carte mémoire – Un périphérique de stockage utilisé pour stocker des données telles que des images et des films. Disponible dans une gamme de capacités telles que 8 Mo, 32 Mo et 256 Mo.



Numériser – Convertir une information analogique au format numérique pour qu'elle soit utilisée sur un ordinateur.

Astuces supplémentaires pour prendre de bonnes photos à l'église

- Quand une personne reçoit une récompense, les photos en mouvement sont plus captivantes que celles où la personne se contente de sourire et de prendre ce qui lui est remis.
- Quelques photos prises à distance sont appropriées pour montrer l'étendue d'un événement ; cependant, les photos sur lesquelles le(s) sujet(s) occupe(nt) la majorité du cadre sont plus intéressantes.
- Le visage de votre sujet ne devrait pas être minuscule et impossible à reconnaître, à moins que l'objectif soit de ne pas le montrer.
- Ayez toujours sur vous des piles supplémentaires.

Légendes

Chaque image doit avoir une légende – à la fois dans votre lettre d'information et quand vous envoyez les photos pour qu'elles soient publiées sur un autre support. Les légendes, d'une ou deux phrases, doivent décrire le contenu de la photo. Souvenez-vous que les articles sont plus intéressants quand il y a plus de photos. Les photos peuvent donner aux lecteurs l'envie de lire l'article qu'elles illustrent, et certaines personnes se bornent à les regarder. Les photos doivent montrer de quoi parle un article ou pourquoi les gens ont apprécié un événement. Essayez de photographier différents types de personnes – les lecteurs se fatigueront rapidement des photos de notables.

Transmettre des photos

Quand vous vous devez envoyer des photos à votre fédération ou à toute autre publication, transmettez les originaux. Les photocopies ou photos imprimées par ordinateur ne ressortiront pas bien.

Le directeur de la communication de votre fédération vous donnera des instructions à ce sujet.

Autorisations pour les photos

Tandis que vous prenez des photos pour immortaliser des événements et l'actualité de votre église, faites preuve de discernement quand vous prenez les enfants en photo – notamment ceux de la communauté. Bien qu'il n'y ait pas de restrictions légales, les parents n'apprécient pas qu'un étranger prenne leurs enfants en photo. Il vaut mieux obtenir leur autorisation avant de photographier les enfants participant à chacune des activités de votre église, comme par exemple l'EBV ou le club des Aventuriers. La règle générale pour ceux qui photographient



les enfants lors d'évènements est de prendre trois ou plus d'enfants en photo afin de ne pas mettre l'accent sur un seul.

Le Bureau du Conseil Général de la Conférence générale des Adventistes du Septième Jour a rédigé une déclaration concernant l'utilisation des photos (surtout sur les sites Internet) :

« Les photos sur lesquelles on peut reconnaître des personnes et destinées à être publiées sur des sites Internet ne pourront être utilisées que sur autorisation écrite du ou des sujets. Si vous désirez mettre les photos d'individus sur votre site, veuillez télécharger une copie de l'autorisation d'utilisation d'image (Image Release Form) de la Division nord-américaine et la faire signer par le sujet concerné, ou s'il s'agit d'un mineur, par son tuteur légal, avant de publier la photo. Les autorisations ne sont généralement pas exigées pour les appréciations ou commentaires en rapport avec l'actualité ; cependant, si vous n'êtes pas un professionnel habitué à émettre de tels jugements, nous vous conseillons de consulter un avocat afin d'éviter les violations de droit d'auteur ou les réclamations pour entrave à la vie privée. Les autorisations ne sont également pas demandées aux personnes identifiables dans une photo prise dans la rue ou dans un lieu public tant que la photo a un rapport avec le sujet de l'article ET que les personnes identifiables NE sont PAS les centres d'intérêt de la photo. »

Les problèmes peuvent être évités en demandant simplement à tous les parents et tuteurs légaux de signer une autorisation de publication de photos à l'année ou lors de l'inscription à des évènements tels l'École biblique de vacances. Pour télécharger une copie du formulaire d'autorisation d'utilisation d'image (Image release Form) de la Division nord-américaine, allez sur AdventistChurchConnect.com et taper « Image Release Form » dans la barre de recherche.

Pour plus d'information sur ce point, rendez-vous sur AdventSource.org et taper « News Photo Permissions » dans la barre de recherche.

Communication sur la toile

Les sites Internet de l'église

Le site Internet d'une église fournit beaucoup d'occasions pour communiquer avec les membres et toucher la communauté. Pour beaucoup de personnes, une église sans site Internet n'existe tout simplement pas. Les visiteurs veulent savoir comment trouver votre église, quand l'École du sabbat et le culte commencent, quelles activités sont disponibles pour leurs enfants, et à quoi s'attendre en général ; et les membres veulent connaître les nouvelles et évènements récents.

La Division nord-américaine propose des sites Internet gratuits à toutes les églises et écoles des Bermudes, du Canada et des États-Unis via Adventist Church Connect et Adventist School Connect. Les sites comprennent un hébergement, une mise en place et un soutien



gratuits, et sont maintenus avec un système de gestion de contenu. Choisissez à partir d'une sélection de modèles conçus par des professionnels ou travaillez avec un concepteur pour personnaliser votre site. Les modules gratuits comprennent des lettres d'information, des forums de discussion, un annuaire des membres, un livre d'or, et plus encore. Visitez AdventistChurchConnect.com pour obtenir plus d'information et vous inscrire.

Évaluer votre site Internet

1. **Votre page d'accueil se charge-t-elle rapidement ?** Moins de 10 secondes, c'est excellent. Si cela prend trop de temps, les visiteurs ne s'attarderont pas.
2. **La page d'accueil est-elle compréhensible ?** Les différents éléments sont-ils faciles à trouver et bien présentés ?
3. **Les options de navigation sont-elles logiques ?** Toutes les pages proposent-elles une navigation bien conçue sans qu'il soit nécessaire de trop les faire défiler ? Les liens de navigation sont-ils appropriés ?
4. **Le site Internet contient-il des informations sur votre église ?** Parle-t-il des ministères, des événements et de la biographie du pasteur ? Quelle quantité de renseignements offre-t-il aux visiteurs ?
5. **Le contenu est-il mis à jour ?** Les événements futurs sont-ils annoncés ? Les actualités sont-elles récentes ou datent-elles de plus de deux mois ?
6. **Des coordonnées sont-elles disponibles ?** Les visiteurs peuvent-ils trouver l'adresse, le numéro de téléphone, le courriel, et un lien « carte » ? S'ils ne trouvent pas cela sur votre site, ils ne seront pas capables de trouver votre église.
7. **Les heures de réunion et de culte sont-elles clairement mentionnées ?** Est-il facile de les trouver ? Les événements spéciaux apparaissent-ils ?
8. **Les couleurs sont-elles en adéquation avec l'aspect général ?** Les couleurs et l'aspect du site sont-ils agréables ? Semblent-ils professionnels et donnent-ils une bonne image de votre église ?
9. **Le site réserve-t-il une partie pour l'évangélisation ?** Les informations sur les études bibliques sont-elles présentées de façon chaleureuse et engageante ? Encouragent-elles les visiteurs du net à devenir des visiteurs du sabbat matin ?
10. **Le contenu est-il facile à lire ?** Qu'en est-il de la grammaire, de l'orthographe et de la ponctuation ? Un contenu mal écrit est dur à suivre et n'incitera pas les gens à revenir sur votre site.
11. **Le site contribue-t-il à éliminer la confusion qui existe autour des adventistes ?** Présente-t-il la théologie principale des adventistes ? Évite-t-il d'utiliser un jargon qui pourrait embrouiller les visiteurs ?

Sites de réseau social

Les réseaux sociaux sont des outils utiles pour les communicateurs. Créer un profil pour votre



église sur les réseaux sociaux populaires fournira à votre congrégation et à la communauté plus d'options pour rester en contact et recevoir des informations. Trouvez des sites à la mode et créez des profils pour votre église. Veillez à ce que vos profils soient mis à jour et actifs.

Les blogs

Votre pasteur ou un représentant de votre église tient-il un blog ? Les blogs sont des bons outils pour montrer aux gens ce qui se passe dans votre église. Ils rendent également le pasteur plus accessible et donnent aux visiteurs une vision de l'intérieur.

Il n'est pas nécessaire que votre blog dépende d'un ministère traditionnel. Il y a-t-il un passe-temps que vous aimez tel que la cuisine ou le jardinage ? Beaucoup de personnes désireront lire à ce sujet et cela ouvrira une porte vers votre église.

Relations avec les médias

Journaux de la communauté

Votre église peut apparaître de différentes façons dans les journaux : un journaliste peut rédiger un article de fond, vous pouvez être mentionné dans le calendrier de la communauté, et vous pouvez payer un encart publicitaire.

Articles de fond

Étudiez le journal de votre communauté pour voir quels types d'événements sont couverts et commencez à envoyer des communiqués de presse au rédacteur en chef approprié. Les rédacteurs en chef ont besoin que votre communiqué transmette un sentiment d'efficacité, de proximité et qu'il ait de l'effet. Votre histoire doit être d'actualité, elle doit se passer dans la région qui intéresse le journal, et elle doit avoir un vrai impact sur la communauté.

Ne vous découragez pas si vos communiqués de presse semblent passer inaperçus. En raison d'un espace limité, les nouvelles les plus urgentes peuvent primer. Tandis que vous continuez à envoyer des communiqués, souvenez-vous que la répétition engendre la reconnaissance.

Bonnes idées d'histoire pour les médias de la communauté

Par Celeste Ryan Blyden

Réimprimé avec la permission de l'Union des fédérations de Columbia

- Le pasteur s'en va, un nouveau arrive.
- Les services communautaires adventistes réagissent face à une catastrophe, débutent un nouveau programme.
- Anniversaire de l'église/d'une organisation, innovation, ou fin d'un prêt hypothécaire



- Récompenses données à ou reçues de la communauté
- Mission ou séjour pour servir localement ou à l'étranger
- Camp meeting, session de la Conférence générale, ou autre événement important
- Point de vue local sur l'actualité du pays
- L'église propose des programmes hors du commun basés sur les besoins (ex. cours de cuisine, foire sur la santé, séminaire sur la gestion des finances, concert, orateur invité réputé, etc.)

MISE EN PAGE DU COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour transmission immédiate

Date

Contact

Numéro de téléphone

Courriel

Gros titre en majuscules

- 1er paragraphe : Qui, quoi, quand, où, pourquoi, comment
- 2ème paragraphe : Pourquoi votre information est importante
- 3ème paragraphe : Citations des principaux acteurs
- 4ème paragraphe : Coordonnées de l'organisation et de la personne à contacter, et que faire pour avoir plus d'information.
- 5ème paragraphe : Renseignements généraux sur votre organisation

Calendrier de la communauté

Beaucoup de journaux proposent un calendrier de la communauté mentionnant les événements à venir. Contactez le bureau du journal de votre communauté pour savoir que faire pour que les activités de votre église apparaissent sur ce calendrier.

Publicité

Vérifiez auprès du directeur de la publicité du journal de votre communauté le prix des annonces publicitaires. Découvrez combien cela coûte d'acheter des encarts de taille différente. Les plus petites annonces publicitaires peuvent avoir autant de résultat que les plus grandes, et il vous restera de l'argent pour en mettre davantage. Les gens gardent les



choses en mémoire à force de répétition, donc faites publier des annonces sur plusieurs semaines.

Annonces à la TV et à la radio

Certaines stations de radio et chaînes de télévision diffuseront des annonces publicitaires provenant d'organismes non-lucratifs ou gouvernementaux si elles sont d'intérêt général. Ces annonces de service public (ASP) mettent habituellement l'accent sur ce qui vise le bien commun. Cela peut revenir cher de produire des annonces de qualité, mais vous devriez vérifier auprès des stations ou chaînes locales les options d'enregistrement qu'elles ont sur place.

Les ASP sont diffusées le plus souvent sur les chaînes publiques des stations de télévision par câble. Appelez l'entreprise locale de câblodistribution pour leur demander s'ils sponsorisent une chaîne de service public. Les plus grandes entreprises auront un coordinateur qui pourra vous envoyer des informations sur les chaînes et les créneaux horaires disponibles.

Pour en savoir plus sur la façon d'obtenir du temps d'antenne dans les médias de votre communauté, rendez-vous sur le site de l'Adventist Media Center **SDAMedia.org**

Relations publiques

Ci-dessous figure un point de départ pour évaluer les relations publiques dans votre église. Ces données sont adaptées et proviennent de The Church as a Communicator. Cette ressource est disponible auprès d'AdventSource sur le site **AdventSource.org** ou au 402.486.4800.

Signalisation adéquate

Votre panneau s'allume-t-il la nuit ? Contient-il le logo adventiste, les heures de service et un numéro de téléphone ? Est-il temps d'en changer ? Rendez-vous sur **AdventMall.com** pour voir les options qui existent.

Présentoir de publications

Examinez le présentoir de publications de votre église. Est-il soigné ? Les documents sont-ils d'actualité ? Des publications non actualisées ne feront pas bonne impression. Au lieu d'acheter des brochures pour une vie entière, commandez-en suffisamment pour tenir une année ou deux. Le temps que vous deviez vous en procurer d'autres, l'église aura produit des brochures avec un nouveau

TELEVISION COMMERCIALS

The North American Division has created a selection of television commercials you can use on local television stations. For more information visit **AdventSource.org** or call 402.486.8800.



visuel. Les publications mises à jour sont disponibles auprès de l'Adventist Book Center sur AdventistBookCenter.com ou au 800.765.6955.

Message du répondeur

Votre message est-il d'actualité ? Identifie-t-il votre église en tant qu'Église adventiste ? Se déclenche-t-il après un nombre de sonneries raisonnable ? Annonce-t-il les heures de bureau de votre pasteur ? Qui vérifie les messages et à quelle fréquence ? Il faut répondre aux messages laissés en fin de semaine le jour ouvrable suivant. Aucun message laissé un jour de semaine ne doit rester sans réponse plus de 24 heures.

Compte de courrier électronique de l'église

Veillez à ce que quelqu'un vérifie le compte de messagerie principal de l'église au moins deux fois par semaine et réponde rapidement à toutes les demandes.

Participation aux événements de la communauté

Pourquoi ne pas sponsoriser une équipe qui court contre le cancer comme Relay for Life ou un stand dans une foire rurale ? Proposez des cours qui pourraient intéresser la communauté, comme par exemple apprendre la cuisine végétarienne, monter des albums souvenirs, ou faire de l'exercice physique. Pensez à animer des groupes de soutien pour les nouveaux parents ou pour les personnes en deuil, ou à laisser les groupes de la communauté organiser des réunions dans votre église. Organiser des événements et s'impliquer dans la communauté serviront à accroître la notoriété de votre église.

Listes de répertoires

Votre église a-t-elle mis une annonce publicitaire dans l'annuaire pour les personnes qui parcourent la section « églises » ? Qu'en est-il des guides de voyage et des répertoires des hôtels ? Cherchez quelles options existent dans votre ville, et faites répertorier votre église.

WHAT IS A SEVENTH-DAY ADVENTIST? BROCHURE

What Is a Seventh-day Adventist ? (Qu'est-ce qu'un Adventiste du Septième Jour ?) est une ressource actuelle, attractive qui propose un aperçu de l'Église Adventiste du Septième Jour. Huit panneaux colorés permettent de définir les adventistes et ce en quoi ils croient. Cette brochure comprend également une brève histoire de l'adventisme ainsi qu'une mise à jour du nombre des membres et des statistiques d'évangélisation.

Elle est disponible auprès d'AdventSource sur le site AdventSource.org ou au 402.486.8800.

Catalogue # 250010



Ressources

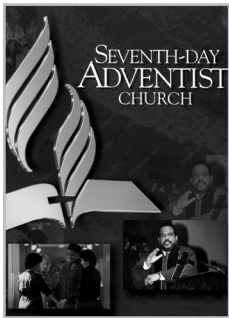
Les ressources suivantes sont disponibles auprès d'AdventSource. Pour obtenir une liste exhaustive, rendez-vous sur **AdventSource.org** ou appelez le 402.486.8800 .



Adventist Notecards (Cartes de l'Église adventiste)

Préparées par le bureau de la communication de la Division nord-américaine. Cette carte attractive porte le nom et le logo de l'Église adventiste sur sa couverture. L'intérieur est vierge pour que vous puissiez y écrire votre message. Les enveloppes sont incluses.

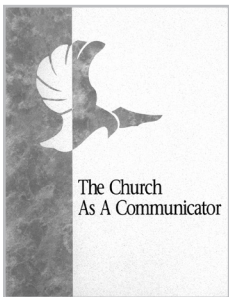
Catalogue # 250015



Adventist Press Kit Folder (Dossier de presse de l'Église adventiste)

Ce dossier de presse sur papier glacé comprend des images de spécialistes de la création médiatique adventistes ainsi que le logo de l'Église. Insérez simplement vos communiqués de presse, annonces médiatiques, etc. pour former un kit professionnel. Faites une grosse impression!

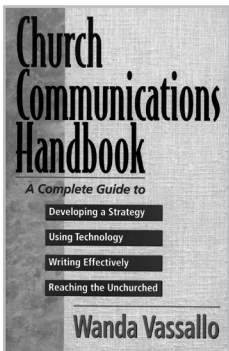
Catalogue # 250100



The Church as a Communicator (L'Église communique)

Préparé par le bureau de la communication de la Division nord-américaine. Ce livret de 20 pages vous aide à analyser la façon dont votre église communique avec les visiteurs. Le but est que chaque église envoie des messages verbaux et non-verbaux chaleureux aux visiteurs et aux membres potentiels.

Catalogue # 250070



Church Communications Handbook (Manuel des communications de l'Église)

Par Wanda Vassallo

C'est le parfait manuel pour les pasteurs et les directeurs de la communication dans l'église locale. Utilisez ce livre pour développer un plan d'ensemble, fournir des exemples sur la façon de communiquer efficacement avec les membres, et toucher ceux qui ne connaissent pas l'église. Trouvez des conseils sur la publicité, les relations avec les médias, les sites Internet, et plus encore.

Catalogue # 250005



Society of Adventist Communicators (Société des communicateurs adventistes)

La Society of Adventist Communicators est une organisation favorisant la socialisation, l'apprentissage continu, la reconnaissance, ainsi que le développement des Adventistes du Septième Jour faisant carrière dans la communication. Qui devrait en faire partie: les professionnels de la communication, étudiants, travailleurs indépendants, rédacteurs en chef, enseignants, spécialistes techniques, administrateurs, producteurs, photographes, petits entrepreneurs adventistes et autres de l'Amérique du Nord et au delà - dans tous les domaines : audiovisuel, marketing/relations publiques, imprimerie/édition, médias électroniques, éducation, soins de santé et plus encore. La Society of Adventist Communicators organise une convention chaque année pour les membres. Visitez **www.adventistcommunicator.org** pour obtenir plus d'information.

Practicing Communicating (Pratiquer la communication)

Practicing Communicating est une lettre d'information mensuelle gratuite produite par la Society of Adventist Communicators et le département de la communication de la Division nord-américaine. Rendez-vous sur le site **www.adventistcommunicator.org** pour vous abonner.

Sites Internet

- The Adventist Channel : **SDA.BiggyTV.com**
- Advent Mall : **AdventMall.com**
- The Barna Group : **Barna.org**
- Adventist Learning Community: **AdventistLearningCommunity.com**
- Adventist Church Connect: **AdventistChurchConnect.com**



Description de ministère du responsable de la communication

Introduction

Il est vrai que la communication fait partie intégrante de chaque aspect de la structure de notre église locale aujourd'hui, faisant pratiquement de chaque responsable d'église un chargé de communication. Toutefois, en tant que responsable des communications, votre rôle dans le ministère est de vous assurer tout particulièrement que les membres sont informés et que l'Église est présentée de façon appropriée au public. Ci-dessous sont les quatre domaines que comprend votre ministère en tant que responsable des communications dans l'église locale.

Relations publiques

En tant que responsable des communications, vous avez pour mission de développer, gérer et protéger l'image et le nom de votre église locale au sein de votre communauté.

- **Pour le faire de façon efficace** : assurez-vous que l'église est identifiée par un signe extérieur convenant à l'architecture du bâtiment et vérifiez régulièrement l'apparence de l'église pour détecter les problèmes à résoudre. Arrangez-vous pour que l'église soit mentionnée dans les annuaires téléphoniques de la région, les publications touristiques, sur les panneaux d'autoroute, dans les hôtels et les motels. Veillez à ce que l'église soit représentée lors des expositions et des foires, dans les parades et autres événements de la communauté. Construisez et entretenez des relations avec les dirigeants, les clubs et les organisations de la communauté, et encouragez l'église à s'impliquer et supporter davantage la communauté quand et où cela est approprié.
- **Essayez ceci** : créez et maintenez un site web ; intégrez une association œuvrant autour de la communication telle que la Society of Adventist Communicators et le Religion Communicators Council; fournissez la brochure *What's a Seventh-day Adventist?* ainsi que le livret *The Hands of Hope* aux membres pour qu'ils les distribuent à leurs amis, collègues de travail et dirigeants de la communauté ; adaptez et partagez le calendrier *Giving is Caring* avec vos contacts dans la communauté et avec les fonctionnaires du gouvernement local.

Relations avec les médias

Votre objectif est de sensibiliser le public à notre Église – ses membres, sa mission et son message -, d'œuvrer pour que les activités et événements de l'église apparaissent dans les médias, et d'aider à faire figurer le point de vue de l'Église dans l'actualité de façon précise et appropriée.

- **Pour le faire de façon efficace** : Faites connaître les activités de l'église sur les radios, les plateaux de télévision et dans les journaux régionaux en leur soumettant des communiqués de presse et des messages d'intérêt public, en organisant des entrevues,



en communiquant avec les rédacteurs en chef sur les sujets d'intérêt pour l'église, en écrivant ou en chargeant quelqu'un de rédiger des articles de fond ou des rubriques, en s'arrangeant pour que les activités ou événements de la congrégation soient couverts médiatiquement par des photographes, et en fournissant des informations aux représentants des médias. Soyez à la recherche d'opportunités, d'idées d'histoire, et de sujets d'actualité qui concernent votre église et la communauté. Cherchez à vous rapprocher des rédacteurs en chef des journaux, des directeurs de la programmation (télédiffusion), des journalistes d'information religieuse et du personnel en charge des relations dans la communauté. Commencez à établir des contacts en montant des dossiers de presse, restez en relation à l'aide du téléphone, et poursuivez en envoyant des cartes manuscrites.

- **Essayez ceci** : développez et conservez une liste de contact parmi les médias locaux ; essayez d'obtenir une couverture médiatique pour un camp meeting, une foire sur la santé, ou un événement des Explorateurs qui profitent aux enfants ou à la communauté ; envoyez à vos contacts des cartes de Noël de la part de votre église.

Actualité et information

Il est essentiel de tenir les membres d'église informés sur les activités à venir et il est également important de partager les nouvelles de l'église avec les directeurs de la communication de la fédération et avec la famille adventiste dans son ensemble.

- **Pour le faire efficacement** : publiez régulièrement un bulletin d'information avec photos, articles et contribution écrite des membres et/ou soumettez articles et photos aux directeurs de la communication de la fédération pour leur bulletin d'information ou pour qu'ils soient intégrés aux journaux de l'Union. Faites en sorte que le tableau d'affichage situé dans le hall d'entrée de l'église demeure attractif en mettant l'accent sur les activités, l'actualité, les photos et les projets en cours.
- **Essayez ceci** : Envoyez aux membres malades, isolés et absents des copies de la lettre d'information ou des communiqués de l'église. Publiez des trombinoscopes payés grâce aux publicités des entreprises de la communauté et les bienfaiteurs de l'Église ; regardez First Wednesday par télévision satellite afin de vous tenir au courant de ce qui se passe dans la famille adventiste dans le monde.

Publicité et promotion

Une de vos responsabilités les plus importantes est de promouvoir de façon stratégique tous les programmes de l'église ainsi que les campagnes d'évangélisation afin d'attirer le public.

- **Pour le faire efficacement** : Consultez régulièrement le pasteur et les dirigeants au sujet des événements et activités qu'ils planifient. Aidez-les dans la création et la distribution des brochures, des prospectus, avec le publipostage, les publicités audiovisuelles et les imprimés publicitaires, et les autres idées promotionnelles. Des ressources publicitaires préparées par des professionnels sont disponibles pour beaucoup de programmes, et vous pouvez également consulter des cabinets de relations publiques et des agences de publicité.

- **Essayez ceci** : Demandez à un étudiant faisant partie de l'Église et doué pour les arts graphiques de vous créer des dépliants, des prospectus et des publicités ; invitez les membres qui travaillent dans la communication à vous aider à concevoir une campagne de publicité pour votre prochain effort d'évangélisation ou projet d'église.

Responsabilités dans l'église locale, par le Church Resources Consortium, Division nord-américaine des Adventistes du septième jour. Copyright ©1997, Révisé en 2002. Copie autorisée pour l'utilisation de l'église locale.

Directeur de la Communication

Ce guide de démarrage rapide pour les directeurs de la communication est rempli d'informations importantes pour vous aider à démarrer ou revitaliser un ministère dans votre église. Il contient une description de poste, des instructions pour débuter, des astuces pour qu'un ministère demeure prospère, des suggestions pour résoudre des problèmes, des recommandation de ressources, et plus encore. Que vous soyez nouveau dans ce ministère ou un volontaire expérimenté, ce guide de démarrage rapide vous inspirera beaucoup de grandes idées que vous pourrez mettre en pratique tout de suite dans votre église.

Autres titres dans cette série de guides de démarrage rapide :

- Ministère de l'Internet
- L'ancien
- Comité d'église

Pour obtenir une liste exhaustive des Guides de démarrage rapide, rendez-vous sur le site AdventSource.org



AdventSource

ISBN: 978-1-57756-306-8

