

Administration des projets AdC / Conférence centrale

Les médias – facteur décisif pour le dialogue entre l’Eglise et le monde

Prise de position de l’Action de Carême et de la Conférence centrale concernant l’activité de l’Eglise dans les médias à l’échelon des régions linguistiques et de la Suisse

«La Conférence des évêques suisses considère le travail de l’Eglise dans les médias comme l’une de ses plus importantes priorités pastorales. Nous vivons aujourd’hui dans un environnement largement marqué par les médias. La vision du monde et la conception de la vie de nos contemporains sont déterminées pour une grande part, si ce n’est pas la plus grande part, par les médias. Pour la majorité des gens, la perception du message chrétien et de la vie de l’Eglise et les jugements qu’ils portent sont transmis presque exclusivement par les médias. (...)» (Déclaration de la CES sur l’importance du travail de l’Eglise dans les médias, juin 2008)

1 Mutations dans le monde des médias

Avec l’avènement de l’informatique, le monde des médias et de la communication est entré dans une phase de changements rapides et profonds. Cette évolution peut être résumée ainsi:

- a) Internet est devenue une plateforme qui met en réseau plusieurs canaux d’information qui, jusque-là, étaient totalement cloisonnés. De nos jours, tant les journaux que les émissions radio et TV sont accessibles sur la toile également. Et il n’est pas rare que les dernières nouvelles puissent être consultées sur le net bien avant que les journaux aient été imprimés ou que les émissions de radio et de TV aient été diffusées.
- b) La technique de la numérisation offre la possibilité d’accéder à une multitude de programmes radio et TV diffusés par des canaux sélectionnés par genre ainsi qu’à des offres taillées sur mesure en fonction des intérêts des utilisateurs.
- c) De nombreuses informations qui, par le passé, n’étaient accessibles que contre paiement, le sont aujourd’hui librement, que ce soit sur Internet ou via les journaux gratuits.
- d) La communication ne circule plus uniquement dans le sens diffuseur – public, mais en sens inverse aussi. Au travers des blogs, forums sur Internet, etc., ceux qui étaient de purs «consommateurs» se sont mués aujourd’hui également en «producteurs».

Si l’Eglise entend être présente dans ce monde, elle doit s’intéresser de près à ces évolutions et y prendre une part active. Elle se posera en particulier la question de savoir comment elle entend réaliser la mission qui lui incombe en matière de communication dans un contexte en pleine mutation.

2 L’activité de l’Eglise au sein des médias en Suisse

A l’instar d’autres activités de l’Eglise, son action au sein des médias se déroule dans plusieurs langues différentes et revêt de multiples formes. On la retrouve à tous les niveaux de la vie ecclésiale, de la page web de la paroisse à l’agence de presse opérant à l’échelle nationale en passant par les bulletins paroissiaux cantonaux, les services d’information des diocèses et les services de médias actifs à l’échelon du pays et des régions linguistiques.

Une partie de cette activité s’exerce dans le cadre des canaux d’information propres de l’Eglise. Parallèlement, de très nombreuses informations parviennent au public via d’autres

médias, à savoir les chaînes de radio et de TV officielles et privées ainsi que la presse laïque.

A cela s'ajoute que la notion d'«activité au sein des médias» recouvre des tâches très diverses telles que le travail de relations publiques des institutions ecclésiales, la rédaction d'articles journalistiques ou l'entretien de rapports de collaboration avec les rédactions compétentes des services de radio et de télévision.

Par ailleurs, le fait que l'accès de l'Eglise aux médias officiels (radio et TV) soit réglé de manière différente selon les régions linguistiques est un autre élément très important à prendre en considération pour sa présence au sein des médias.

3 Le niveau de la Suisse et des régions linguistiques

Compte tenu de l'organisation fédéraliste et décentralisée de la vie de l'Eglise en Suisse, la plus grande partie des sommes destinées au financement de l'activité de l'Eglise au sein des médias sont dépensées à l'échelon local et cantonal (environ 20 à 25 millions de francs). A l'échelon de la Suisse et des régions linguistiques, l'Action de Carême et la Conférence centrale affectent actuellement 2,1 millions de francs aux activités médiatiques de l'Eglise, soit moins de 10% de la totalité des fonds à disposition. Cet argent va actuellement aux institutions suivantes (subsides 2008):

- Agence de presse catholique internationale KIPA/APIC (d/f)	530'000.-
- Centre catholique de Radio et Télévision (CCRT) (f)	600'000.-
- Association catholink (f)	22'000.-
- Katholischer Mediendienst (d)	765'000.-
- Centro cattolico Radio e Televisione (i)	180'000.-

Le poids que revêt l'activité au sein des médias pour la pastorale n'est contesté par personne. En revanche, les discussions vont bon train depuis plusieurs années sur des points essentiels tels que l'organisation à mettre en place, les priorités à fixer et l'importance des sommes à affecter au niveau suisse.

Des propositions ouvrant des perspectives nouvelles sont contenues dans le rapport intitulé «Les flux de l'information dans l'Eglise catholique en Suisse: fondements, analyse, options». Il s'agit d'une étude réalisée par Reinhold Jacobi sur mandat de la CES et financée par la Conférence centrale. L'auteur y formule 56 recommandations à court, moyen et long terme:

- *L'image de l'Eglise au sein du public pose problème et nécessite d'être améliorée. De manière générale, on déplore un manque de professionnalisme dans le traitement de l'information avant sa diffusion. Des améliorations sont indispensables à cet égard, également pour ce qui touche la présence des évêques dans les médias.*
- *La circulation de l'information dans l'Eglise catholique et sur l'Eglise catholique en Suisse n'est pas idéale, pour ne pas dire sérieusement perturbée. Une présence moins dispersée de l'Eglise serait souhaitable si l'on veut donner davantage de poids et de crédibilité à sa voix.*
- *La composition et le mode de travail de la Commission des médias sont insatisfaisants. Celle-ci ne travaille pas en fonction d'objectifs ou de tâches clairement définis. Elle manque d'efficacité, de capacité d'agir, de créativité et de vision prospective. Son rôle est négligeable au niveau de la conduite, de la planification stratégique ou du choix des thèmes à traiter.*
- *Trois types de services sont indispensables:*
 1. *Des relations publiques à l'échelon national, des régions linguistiques et des diocèses sous la forme d'un instrument clairement défini aux mains du responsable de la communication de la CES, en lien organique étroit avec les chargés de l'information aux autres niveaux.*

2. Une agence de nouvelles à l'échelon du pays jouissant d'une garantie d'indépendance journalistique.

3. Une plateforme d'échange pour le dialogue avec la société en matière de politique médiatique et de culture.

- Pour la Suisse alémanique, la KIPA-APIC, le KM avec kath.ch et les bulletins paroissiaux constituent un trio valable.
- Il existe du travail à double, respectivement des recoupements dans quatre constellations organisationnelles: KM et KIPA, CES et KIPA, CES et les diocèses, CES et les niveaux d'activité suprarégionaux.
- Les organisations conçues à l'échelon des régions linguistiques qui ont besoin de fonds importants ne peuvent pas se développer avec le dynamisme voulu en raison des efforts d'économie imposés.
- Il existe des groupes-cibles entiers qui ne sont guère atteints, en particulier les jeunes, les jeunes familles ainsi que le groupe des «multiplicateurs», des personnes exerçant des responsabilités et des faiseurs d'opinion dans le domaine des médias, de la culture et de la politique.
- On constate des manques au niveau de la formation, du recrutement et de la qualification des journalistes engagés pour le travail d'information dans l'Eglise.

Si le rapport révèle l'existence d'un besoin de rattrapage sur le plan financier, il fait aussi de nombreuses suggestions et propositions sur la manière d'exploiter les possibilités existantes ou de modifier certaines idées et attitudes. L'argent à lui seul ne résout pas les problèmes. Une meilleure qualité est indispensable à tous les niveaux.

La Commission des médias de la Conférence des évêques suisses est chargée des tâches de coordination, de planification et de développement de l'activité de l'Eglise catholique en Suisse dans le domaine des médias. Cette commission n'a toutefois qu'une fonction consultative. Elle ne peut exercer d'influence directe ni sur les diocèses ni sur les institutions cofinancées.

4 Adaptations structurelles indispensables

Les structures actuelles sont héritées de l'histoire. Pour autant qu'elles soient adaptées aux données spécifiques des régions linguistiques, elles conservent toute leur raison d'être. Dans certains secteurs cependant, des changements s'imposent si l'on veut coller aux réalités nouvelles:

- Les répercussions médiatiques d'événements et évolutions se produisant au sein de l'Eglise ne s'arrêtent ni aux frontières des cantons ni à celles des diocèses. Du fait de la télévision, de la radio et des grands journaux, il peut arriver que des événements de portée locale focalisent soudain l'attention à l'échelon d'une région linguistique, voire à celui du pays. C'est pourquoi la coordination et la collaboration au niveau régional et national sont importantes et qu'il y a lieu de doter les institutions en charge de ces tâches des moyens nécessaires.
- Les délégués à l'information des diocèses et Eglises cantonales, de même que les responsables des bulletins paroissiaux rassemblés au sein de la communauté de travail suisse alémanique des rédactions de ces organes de presse accomplissent un travail précieux à leur niveau, mais mobilisent beaucoup de ressources. Une amélioration des flux de l'information et de la coordination assurerait une plus grande efficacité aux efforts déployés. Cela pourrait aussi alléger la tâche des institutions actives au niveau des régions linguistiques.
- De manière générale, la tendance à aborder la problématique des médias de manière traditionnelle, c'est-à-dire en réfléchissant par catégories, est encore trop marquée dans le monde ecclésial. Le rattachement des divers canaux d'information à la plate-

forme Internet est un aspect dont il y a lieu de tenir compte encore plus fortement dans l'activité médiatique de l'Eglise.

- Le cloisonnement entre le travail de l'agence de presse de l'Eglise et la mise à disposition d'informations à jour sur les portails Internet des régions linguistiques est un concept dépassé. Aussi, la fusion des rédactions respectives de kath.ch et de la KIPA, avec siège à Zurich, est une initiative à approuver pleinement. Une mesure similaire doit être visée pour la Suisse romande sous la forme d'un lien établi entre le travail accompli par catholink et les activités de l'APIC.

5 Les préoccupations communes de l'Action de Carême et de la Conférence centrale

La présence et l'image de l'Eglise catholique dans les médias sont des problématiques face auxquelles l'Action de Carême et les organisations ecclésiastiques se considèrent être non seulement des «bailleurs de fonds» assurant le financement des activités menées à l'échelon de la Suisse et des régions linguistiques, mais encore des intéressés directs. L'image dominante de l'Eglise telle qu'elle est véhiculée par les médias officiels a des répercussions directes sur le comportement des individus, notamment leur disposition à verser des dons aux œuvres d'entraide de l'Eglise et à contribuer solidairement au financement de la vie ecclésiale par le paiement des impôts ecclésiastiques et autres contributions analogues. Par ailleurs, l'Action de Carême et les organisations ecclésiastiques cantonales exercent aussi une influence directe sur l'image de l'Eglise dans la mesure où elles disposent de services de communication et de relations publiques.

L'Action de Carême et la Conférence centrale apportent un soutien matériel aux institutions actives dans le domaine des médias satisfaisant à diverses exigences énoncées ci-dessous. Il s'agit d'institutions

- dont l'objectif est de transmettre des valeurs chrétiennes et de véhiculer une image crédible de l'Eglise en tant qu'institution aux facettes multiples, vivante et ouverte au monde et à toute personne;
- qui considèrent les médias de l'Eglise et autres médias comme une chance de promouvoir le dialogue au sein même de l'Eglise, entre les Eglises et avec d'autres organismes de la société (autres communautés religieuses, monde de la politique, de l'économie et de la culture, etc.);
- qui s'efforcent de s'associer les services de jeunes journalistes et spécialistes des médias dont elles assurent la formation de manière à ce qu'ils soient en mesure d'assumer avec compétence un travail journalistique se rapportant à l'Eglise;
- qui visent en priorité à répondre aux besoins d'un vaste public passablement éloigné de la vie de l'Eglise (c'est la raison pour laquelle on considère qu'il est prioritaire de garantir la présence de l'Eglise et la diffusion de ses préoccupations au sein des principaux médias régionaux – radio et télévision officielles, presse quotidienne – plutôt que de développer des canaux d'information propres qui ne touchent qu'un public restreint);
- qui ne se limitent pas à faire connaître la position de l'Eglise «institution», mais au contraire incitent également les membres de l'Eglise à prendre une part active au travail de cette dernière au sein des médias et à exprimer dans ce cadre leurs convictions chrétiennes et leurs valeurs (cela vaut non seulement pour la collaboration des gens de presse qui est primordiale, mais encore pour d'autres types d'activités, telle la participation à des forums sur Internet, à des blogs, etc.);
- qui font un distinguo net entre les porte-parole des institutions chargés de parler au nom de ces dernières et les journalistes appelés à donner des informations sur l'Eglise et la vie religieuse (les seconds sont habilités à exprimer librement leurs opinions au nom de leurs convictions chrétiennes et dans une attitude de respect à l'égard de l'Eglise, mais qui n'hésitent pas à dire ce qu'ils considèrent être la vérité même si celle-ci est déplaisante pour tout ou partie du monde ecclésial);

- qui veillent à optimiser les ressources en personnel dans les limites des moyens financiers disponibles, réagissent avec dynamisme et imagination aux évolutions qui se produisent dans le monde des médias et font montre de souplesse et d'ouverture d'esprit face aux adaptations structurelles et organisationnelles permanentes qu'exigent les objectifs nouveaux à poursuivre et les changements de conditions-cadre.

6 Financement des activités menées à l'échelon national et au niveau des régions linguistiques

On ne saurait intensifier les activités de l'Eglise catholique au sein des médias à l'échelon de la Suisse et des régions linguistiques et les adapter aux exigences de la modernité sans des moyens financiers supplémentaires. Pour les réunir, diverses voies sont à envisager:

- création d'une fondation pour les médias de la CES
- sponsoring ciblé des services de l'Eglise actifs dans le domaine des médias
- subsides complémentaires de la Conférence centrale.

L'Action de Carême n'est pas en mesure d'augmenter substantiellement ses contributions. En revanche, la Conférence centrale pourrait obtenir d'une partie au moins des organisations ecclésiastiques cantonales qu'elles allouent des fonds plus importants pour l'activité de l'Eglise au sein des médias. Cela suppose toutefois que les conditions suivantes soient remplies, à savoir que

- des objectifs de développement et des priorités soient clairement définis;
- les structures soient assainies dans le but de concentrer les forces;
- des droits de participation au sein des organismes chapeautant les institutions cofinancées soient reconnus aux bailleurs de fonds;
- que des efforts accrus soient consentis pour donner dans les médias une image crédible de l'Eglise catholique en Suisse et que l'on veille à communiquer non seulement le point de vue des autorités ecclésiastiques mais aussi les multiples aspirations des fidèles engagés dans l'Eglise;
- que l'on soit prêt, afin de libérer des fonds pour l'activité dans les médias, à faire des économies dans d'autres secteurs d'activité subsidiés par l'organisation de cofinancement AdC/Conférence centrale, cela au sens où l'entend le rapport PaPriKa.

7 Suite de la procédure

7.1 Définir les changements nécessaires

Les changements concrets à apporter à l'échelon de la Suisse et des régions linguistiques seront à définir sur la base du bilan établi pour la Suisse alémanique et des analyses de situation qui restent encore à effectuer pour les autres régions linguistiques. Il s'agit d'études portant sur le travail accompli actuellement dans les médias et le contexte dans lequel il se déroule. L'important est d'y inclure les institutions concernées.

7.2 Relier planification des aspects de fond et planification financière

Le remodelage des structures et le développement de nouveaux produits et projets devront être mis systématiquement en relation avec la question du financement et des possibilités réelles de mise en œuvre concrète.

7.3 Présenter des projets clairement définis

Rassembler des fonds suppose que l'on ait en main des projets clairement définis. Ces derniers doivent contenir des indications précises sur les groupes cibles, l'impact recherché et les moyens financiers indispensables. Le «business plan» ainsi établi nécessitera l'accord de la CES et des bailleurs de fonds (AdC/Conférence centrale). A partir de ce moment-là, on

disposera des éléments permettant de s'adresser à des organisations ecclésiastiques cantonales et communes ecclésiastiques/paroisses particulières afin d'obtenir un engagement financier de leur part. S'assurer un financement durable est une démarche qui prendra du temps.

8 Décision de l'Action de carême et de la Conférence centrale

Le Conseil de fondation de l'AdC et l'assemblée plénière de la Conférence centrale ont approuvé cette prise de position à l'occasion de leurs séances du 13 resp. 13 et 14 juin 2008.

Zurich, le 16 juin 2008
rkp-08-2-Medienpapier-fr.doc