SCHWEIZER BISCHOFSKONFERENZ
CONFÉRENCE DES ÉVÊQUES SUISSES
CONFERENZA DEI VESCOVI SVIZZERI
CONFERENZA DILS UESTGS SVIZZERS

Kommission für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
Commission pour la communication et les relations publiques
Commissione per la comunicazione e le relazioni pubbliche
Cumissiun per la communicaziun e les relaziuns publicas

Lignes directrices et agenda de la Commission pour la communication et les relations publiques de la CES

2017 – 2020

1. Préambule – Attitude et valeurs

Changements

L'Europe et la Suisse traversent à de multiples niveaux une période de profondes mutations d'ordre culturel, politique, religieux et économique.

L'information, la communication et la formation de l'opinion publique évoluent elles aussi à grande vitesse.

L'évolution vers une interconnexion globale et l'accélération imprimée par la technique, l'économie, les flux d'informations et la mobilité entraînent des changements, y compris au niveau religieux.

La communication dépend de multiplicateurs. Dans le passé, le milieu catholique et ses institutions (par ex. la presse confessionnelle, les associations, etc.) constituaient une caisse de résonance pour la transmission d'informations, de paramètres d'interprétation ou d'idéaux.

Aujourd'hui, cette caisse de résonance a fortement diminué, en particulier dans les milieux urbanisés et où règne une grande mixité religieuse.

Comment faire en sorte que la communication réussisse dans un tel contexte ?

Positionnement

La commission est consciente que le dialogue entre l'Eglise catholique en Suisse et le grand public fait partie intégrante de l'annonce (de l'Evangile). Ce dialogue inclut toutes les interrogations de la société liées à la religion, la politique et la culture. Cette relation au monde repose sur les principes de „Gaudium et spes" – Constitution pastorale sur l'Eglise dans le monde de ce temps – ainsi que les documents de l'Eglise catholique relatifs au travail avec les médias, en particulier „Communio et progressio".

La commission est consciente que, pour remplir son mandat, l'Eglise doit se tourner activement vers le monde. Cette attitude exige un dialogue ouvert, transparent, tourné vers les hommes ; il demande à être façonné et entretenu.

La commission est consciente que, pour remplir son mandat d'annoncer l'Evangile, l'Eglise a besoin d'une représentation visible et efficace de ses positions, qui sont ancrées dans la foi en Jésus-Christ.

Le dialogue avec le monde doit avoir pour objectif de rendre visibilité et pertinence à la foi et à l'Eglise catholique dans la société. Le message chrétien et les communautés chrétiennes, dans lesquelles l'Eglise se fait concrète et perceptible, sont importants pour les hommes de ce temps.

2. Principes de la commission

Les principes suivants guident le travail de la commission :

2.1 Etre au service des évêques

La commission est au service de la Conférence des évêques suisses et la conseille dans les questions liées à la communication, au travail des médias et aux relations publiques.

2.2 Réunir les compétences

La commission est un pool de compétences. Elle participe à la communication entre l'Eglise et la société et "accompagne" la transformation des médias.

2.3 Fournir un travail professionnel

La commission est un groupe d'experts et une « plaque tournante » qui soutient la coopération, la mise en réseau et l'échange d'informations avec d'autres offices de communication de l'Eglise catholique. Elle assiste la Conférence des évêques suisses en traitant de questions structurelles mais aussi de contenu relatives à la communication, aux médias et au grand public.

2.4.1 Les facteurs de succès

Il lui faut

- une attitude cohérente
- une voix publique forte, clairement perceptible
- un langage et une symbolique captivants et connectés au monde actuel
- une prise en compte adaptée de la multiplicité des conceptions culturelles et spirituelles et des attentes des acteurs/actrices et des destinataires de la communication en Eglise
- des événements ('events'), auxquels la communication peut s'accrocher
- une gestion professionnelle des questions et des instruments de communication

2.4.2 Têtes d'affiche et campagnes

La communication doit s'incarner à travers des personnalités crédibles et des campagnes convaincantes. Cela permet d'accentuer l'impact de la communication et de faire en sort que l'Eglise soit considérée non pas simplement comme une institution, mais plutôt comme une force vive de la société – qui s'engage pour la dignité humaine, la justice et la paix, ainsi que pour la foi chrétienne, la liberté religieuse et des valeurs spirituelles.

3. Agenda de l'Eglise pour les prochaines années (2017-2020)

3.1. Lieux de réflexion

L'Eglise catholique crée des lieux publics de réflexion sur les dynamiques actuelles d'ordre culturel, politique, religieux et économique. Les lieux déjà existants sont renforcés. Ce sont des lieux où l'on réfléchit à cette dynamique dans une optique chrétienne et en se basant sur la tradition catholique. Cette réflexion doit aussi être menée en lien avec d'autres écoles de pensée.

3.2. Coresponsabilité des laïcs

Une des forces majeures de l'Eglise catholique sont les laïcs, qui en vertu du baptême et dans un esprit de coresponsabilité, s'engagent dans les domaines social, politique ou économique en faveur d'une vision du monde inspirée par l'Evangile.

La communication et les relations publiques de la Conférence des évêques suisses et de ses membres, ainsi que des centres médias des régions linguistiques, inspire cet engagement. Elles rendent compte de cet engagement, le renforcent et le mettent en réseau.

Dans ce contexte, la présence de nombreux fidèles issus de la migration est nombreuse et de plus en plus importante. Leur engagement doit gagner en visibilité.

3.3. Professionnalisation

La professionnalisation de la communication est encouragée et exigée à tous les échelons, en particulier dans les diocèses et à la CES.

3.4. Nouveaux médias

L'engagement dans les réseaux sociaux des fidèles et des personnes engagées en Eglise doit être encouragé et renforcé.

De nouvelles initiatives voient le jour. Leur interconnexion constitue en puissance un extraordinaire facteur de résonnance pour la communication de l'Eglise. Elle crée les conditions permettant d'atteindre des groupes-cibles jusqu'ici peu touchés, comme les jeunes, les jeunes adultes ou les personnes ayant pris leur distance avec l'Eglise.

3.5. Centres de médias

Les trois centres de médias de l'Eglise catholique en Suisse doivent être consolidés et développés ultérieurement. Il faut offrir aux groupes-cibles de nouvelles propositions, correspondant aux changements intervenus dans les médias.

3.6. Coordination de la communication interne

La commission soumet à la Conférence des évêques des mesures ou projets aptes à introduire une communication interne coordonnée au sein de l'Eglise suisse.

Cela permettra d'obtenir davantage de transparence au-dedans et une communication plus crédible vers l'extérieur.

La Commission pour la communication et les relations publiques a adopté ses Lignes directrices à sa séance du 19/20 avril 2017 à Mariastein.