



Réponse au postulat

des députés Christoph Knoch et Jean-Eric Bertholet «Pour une information appropriée du public par les médias»; décision

Propositions:

- 1. Le Conseil synodal propose au Synode l'adoption du postulat.**
- 2. Le Conseil synodal soumettra au Synode un rapport détaillé dans le délai d'un an.**

Explication

Le Conseil synodal remercie les auteurs du postulat pour cette opportunité de pouvoir renseigner le Synode sur son travail d'information. Il confère à ce terme ou à celui de relations publiques un sens très large qui englobe aussi bien l'information proprement dite que l'entretien des relations de Refbejuso avec les milieux intéressés externes et internes respectivement avec son public cible. Les auteurs du postulat restreignent fortement ce champ d'action dans la mesure où leur question porte sur «l'information dans les médias» conformément à l'art. 175 du Règlement ecclésiastique. Ainsi leur attention se porte surtout sur les médias de service public, c'est-à-dire concrètement les canaux de diffusion de la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) ou sur la question de savoir «comment il [le Conseil synodal] entend assurer à l'avenir une présence de qualité de l'Eglise nationale dans les médias de service public».

Le Conseil synodal note que les médias et en particulier les médias «de service public» ne représentent qu'une partie de la large palette de mesures dont il dispose pour le travail d'information. Il s'efforce, dans le cadre des ressources à disposition, de prendre en compte le plus grand nombre de canaux possible et de les utiliser de la manière la plus diversifiée possible en gardant comme objectif de transmettre au public interne et externe une image sympathique de l'Eglise.

Concrètement, le Conseil synodal procure une visibilité publique à l'Eglise en mettant par exemple en œuvre les mesures suivantes:

- présence personnelle du président et des conseillers synodaux lors d'événements ecclésiastiques et laïcs par des allocutions, exposés, prédications, prières;
- réseautage institutionnel et personnel par le président et les conseillers synodaux; cette tâche a gagné en importance ces dernières années notamment dans le contexte politique;
- réseautage institutionnel et personnel par les responsables de secteurs et les collaboratrices et collaborateurs spécialisés des services généraux de l'Eglise;
- propositions de formations initiales et continues;
- participation active des conseillers synodaux, des responsables de secteurs et des collaboratrices et collaborateurs spécialisés dans les organes de différentes organisations partenaires;
- présence dans les foires et salons tels que la BEA et MariNatal en offrant une information accessible et des possibilités pour le public de dialoguer avec des personnes compétentes;
- soutien à des projets tels que «Unfassbar» ou «Metalchurch» permettant d'expérimenter de nouvelles manières d'être Eglise auprès du public;

- lancement de projets attrayants tels que «Eglises accueillantes pour cyclo-randonneurs», «Eglises, lieu d'accueil», «Nuit des Eglises», etc. ou participation à de tels projets;
- coordination et soutien d'environ 300 projets dans le cadre du Jubilé de la Réforme;
- publications du Conseil synodal: rapport d'activité, brochures spécialisées, par exemple actuellement «kirchliche Bestattung – Wege beim Abschied [*Services funèbres religieux – comment dire adieu, en cours de traduction*];
- publications des médias d'information de l'Eglise, notamment le magazine des collaboratrices et collaborateurs ENSEMBLE (10 numéros par an, tirage certifié 5'500 exemplaires) et info-lettre électronique (hebdomadaire, env. 2'500 destinataires);
- présentation et mise à jour d'informations riches et variées sur le site internet;

Le paysage médiatique est depuis quelques années en plein bouleversement, d'une part suite à l'émergence de nouveaux réseaux «sociaux» qui modifient énormément l'utilisation des médias, surtout auprès des plus jeunes, et d'autre part pour des raisons économiques. Les réductions de personnel dans les rédactions entraînent une diminution des ressources disponibles pour assister aux événements et conférences de presse. Les journalistes sont donc en peine de procéder de manière approfondie à leurs propres investigations et couvrir eux-mêmes les sujets. Les médias traditionnels sont en train de perdre leur ascendant. Les journalistes sont également de plus en plus souvent éloignés de l'Eglise. Les critères de publication de thèmes liés à l'Eglise ont donc tendance à devenir de plus en plus stricts. Les rédactions misent de plus en plus sur l'accroche narrative et le vécu, une approche à laquelle Refbejus ne peut pas répondre aussi spontanément que souhaité. Les journalistes tiennent à leur indépendance et toute tentative de les influencer peut donc être perçue de manière négative et se révéler contre-productive.

Concernant les médias classiques, le Conseil synodal met l'accent sur les mesures suivantes:

- le Conseil synodal, les services spécialisés et le service de la communication entretiennent leurs relations afin d'être perçus comme des interlocuteurs compétents; ce qui par exemple a bien fonctionné dans le cadre des délibérations politiques autour de la nouvelle loi sur les Eglises nationales, s'est révélé plus problématique dans le cas d'un processus interne à l'Eglise comme celui de la Vision Eglise 21;
- contributions régulières au moyen de communiqués ainsi que réponses professionnelles, objectives et rapides aux sollicitations des médias.
- contribution financière aux différentes vitrines de l'Eglise dans les médias électroniques régionaux et locaux;
- le Conseil synodal ne prête pas d'attention particulière aux médias de service public de la SSR visés par les auteurs du postulat; il les traite comme les autres médias classiques.

Le Conseil synodal est conscient qu'au vu d'une part des développements en cours sur le marché des médias et, d'autre part, de l'évolution des habitudes de consommation des médias surtout chez les plus jeunes, il est essentiel de relever les défis nouveaux en particulier ceux inhérents à l'affirmation des réseaux sociaux. Il a mis sur pied un groupe de travail ad hoc qui doit lui soumettre des propositions sur la manière d'aborder cette thématique.

Il faudra également à l'avenir accorder davantage d'importance à la présence sur internet et à l'infolettre électronique. Le Conseil synodal a donc également donné mandat d'élaborer un concept pour un nouveau site internet. Il est prévu que le Synode se prononce à ce sujet en hiver 2018 en se basant sur une analyse détaillée.

Le concept de communication du Conseil synodal laisse intentionnellement une grande autonomie aux secteurs en matière de communication. On constate également qu'en comparaison le service de la communication faisant partie de la chancellerie est doté de moins de ressources et de compétences. Dans le cadre du projet de nouveau site internet, respectivement de l'approche des réseaux sociaux, il faudra réfléchir jusqu'à quel point il sera nécessaire d'effectuer des modifications.

Le Conseil synodal a donc une compréhension exhaustive de ce qu'est le travail d'information et ne se focalise pas uniquement sur la visibilité dans les médias classiques. Le Conseil synodal estime qu'il est primordial de combiner différentes mesures.

Le Conseil synodal