

Orientations pour la communication diocésaine



promulguées par l'évêque
en date du 1^{er} septembre 2020

Pour servir la mission de l'Église catholique qui est à Metz et les chrétiens présents en Moselle, le diocèse a fait le choix de se doter d'un service de communication diocésaine et de différents médias, permettant la mise en œuvre de la politique diocésaine définie dans quelques orientations présentées ci-dessous. Ces orientations, souhaitées par Mgr Jean-Christophe Lagleize, voient leur mise en œuvre confiée à l'équipe de la communication et à l'équipe de RCF Jerico Moselle, sous la responsabilité du délégué épiscopal à la communication, Monsieur Marc Taillebois et du directeur de la radio, Monsieur Cédric Rouillon.

I. La communication diocésaine est missionnaire

« L'Église doit entrer en dialogue avec le monde dans lequel elle vit. L'Église se fait parole ; l'Église se fait message ; l'Église se fait conversation. » ES 67

La mission de l'Église est de faire connaître la Bonne Nouvelle du salut à tous les hommes. Chaque diocèse, à travers ses différentes instances, porte cette responsabilité d'annonce de l'Évangile et d'être témoin d'une espérance fondée dans la promesse du Christ à ses disciples.

La communication diocésaine a une nature missionnaire, en ce qu'elle contribue, à travers ses actions et ses médias, à faire connaître la Parole de Dieu et l'enseignement de l'Église. Cette annonce a vocation à rejoindre le public le plus large possible, dans une posture de proposition de la foi et d'accueil de la vie de chacun. Cela exige donc de penser la communication, non comme des messages destinés uniquement à un public restreint et averti, mais à rendre le message de l'Évangile et de l'Église intelligible pour le plus grand nombre. La communication diocésaine soutiendra la mise en œuvre du projet de conversion pastorale et missionnaire dans lequel le diocèse de Metz est engagé.

Chaque média aura à cœur de se doter d'une charte éditoriale en cohérence avec cet objectif et les présentes orientations diocésaines, et de faire régulièrement une évaluation de son activité au regard de sa charte.

II. La communication diocésaine soutient les axes pastoraux de l'évêque et de ses conseils

Pour vivre de manière concrète cette annonce de l'Évangile, l'évêque et ses conseils prennent des orientations pastorales et mettent en œuvre des projets au sein des archiprêtres, avec l'aide des services diocésains et des mouvements d'apostolat. La communication diocésaine a pour objectif de soutenir et de promouvoir les orientations et projets pastoraux décidés par l'évêque et ses conseils.

Le Conseil d'orientation de la communication, auquel participe le vicaire général modérateur de la Curie et le délégué épiscopal à la communication, a pour but de voir comment traduire cet appui aux orientations diocésaines au sein des différents médias et activités du service de la communication.

III. La communication diocésaine est au service des acteurs du diocèse

La communication diocésaine et ses différents médias sont d'abord au service de l'ensemble des acteurs de la vie diocésaine, sans discrimination. Ce service revêt diverses formes :

- **une mission d'information** (par la production de contenus numériques, audio-visuels et de rédactionnels sous forme imprimée),
- **une mission de circulation et de valorisation des activités** organisées par les uns ou les autres (agenda, articles, reportages, émissions radio, vidéos),
- **une mission de formation** pour permettre à chacun de vivre une communication adaptée aux besoins du temps présent (stratégie de communication, réalisation d'outils, formation à la rédaction, formation aux relations presse),
- **une mission d'accompagnement** des acteurs dans leurs actions de communication,
- **une mission de représentation** (vis-à-vis des institutions) et d'interface avec la presse locale, régionale ou nationale (infos, réponses aux sollicitations, dossiers et communiqués de presse),
- **une mission de production d'outils** nécessaires à la vie diocésaine (ordo, annuaire diocésain, Carême à domicile, brochures, campagnes de communication pour les ressources...).

La communication diocésaine s'organise de manière à être présente auprès des acteurs, à répondre au mieux à leurs attentes, sans attendre que l'information vienne à elle. Les différents médias auront le souci, autant que possible, de suivre et de valoriser les temps forts vécus dans le diocèse, dans un esprit de service et de communion.

Pour faciliter les liens avec la communication, un membre du service diocésain a mission de faciliter les liens avec les réalités diocésaines (services, mouvements, archiprêtres). Il revient à chaque réalité diocésaine de l'informer de son actualité et de ses projets, et à le solliciter si nécessaire.

IV.

Orientations

La communication vise à renforcer la communion dans la diversité des réalités diocésaines

« Il a voulu ainsi qu'il n'y ait pas de division dans le corps, mais que les différents membres aient tous le souci les uns des autres. Si un seul membre souffre, tous les membres partagent sa souffrance ; si un membre est à l'honneur, tous partagent sa joie. Or, vous êtes corps du Christ et, chacun pour votre part, vous êtes membres de ce corps. » 1 Co 12,25-27

La communication interne a pour but de favoriser la communion au sein de l'Église diocésaine et de permettre à tous les acteurs de connaître ce que font les autres dans le service de l'Évangile. Elle vise ainsi à faire grandir la conscience d'une seule famille diocésaine, dans la diversité des missions et des charismes.

Cette orientation doit se traduire dans le traitement de l'information dans l'ensemble des médias, et plus particulièrement dans les outils réalisés prioritairement pour les acteurs diocésains : newsletters, revue *Église de Metz*, émissions radios thématiques, articles des sites internet, vidéos de la Web TV.

Dans sa charte éditoriale, la revue *Église de Metz*, veillera à ce que soit prévu le traitement rédactionnel des réalisations des différentes instances diocésaines (vie des paroisses, des services diocésains, des mouvements, de la vie consacrée, des temps forts diocésains).

RCF Jerico Moselle, le site diocésain, les vidéos et les newsletters veilleront à faire écho régulièrement de la vitalité de la vie diocésaine dans sa diversité.

V.

Orientations

La communication doit servir le témoignage d'une Église vivante au sein de la société

« Les joies et les espoirs, les tristesses et les angoisses des hommes de ce temps, des pauvres surtout et de tous ceux qui souffrent, sont aussi les joies et les espoirs, les tristesses et les angoisses des disciples du Christ, et il n'est rien de vraiment humain qui ne trouve écho dans leur cœur. » GS 1

Certains outils de communication servent l'information au sein de la communauté des croyants. D'autres ont une vocation d'interface avec la société tout entière.

Avec le développement des médias numériques (sites et réseaux sociaux), avec la presse paroissiale diffusée dans tous les foyers et avec RCF Jerico Moselle, le diocèse de Metz dispose de tels outils qui rejoignent un public large.

C'est une opportunité pour donner un témoignage de foi et d'espérance dans la société actuelle. Il importe donc que ces médias aient le souci constant de rendre le message de l'Église intéressant et audible pour le plus grand nombre. Ils veillent à proposer une parole de foi en Jésus-Christ, dans la fidélité de l'Évangile, à partir des questions essentielles de la vie des hommes et du monde en s'adressant à tout homme, croyant ou non.

Au cœur de ce dispositif grand public, RCF Jerico Moselle est un média majeur. Il offre une surface de contact irremplaçable entre l'église et la société. Il revient à la radio de voir comment conjuguer un programme qui articule information, formation, réflexion, témoignage, prière et spiritualité. Sans rêver de pouvoir tout traiter, il convient de privilégier une production qui se fait l'écho de la vie des Mosellans et des actions portées par les communautés chrétiennes du diocèse.

VI. La communication diocésaine s'organise en mix-média, avec des salariés exerçant synergie et polyvalence dans leur métier

Avec le développement des médias numériques, la communication revêt un visage nouveau. Les médias ne peuvent plus travailler de manière isolée les uns des autres, mais en synergie. Cela exige une polyvalence et une collaboration entre les différents rédacteurs. Cela nécessite aussi une réallocation des moyens de manière à pouvoir honorer les nouveaux médias (internet, réseaux sociaux, productions vidéos).

Cette orientation induit une manière nouvelle de fonctionner, notamment pour ceux qui assument un travail rédactionnel. Cela concerne les journalistes, les rédacteurs web et ceux de la revue *Église de Metz*, qui doivent penser leur travail en équipe et en mix-média, c'est-à-dire voir comment traiter chaque information de manière à alimenter les réseaux sociaux, le site internet, la radio et ultimement les publications écrites. Un comité mix-média permettra une concertation régulière des rédactions.

Afin de faciliter des évolutions dans les métiers, des compléments de formation peuvent se mettre en place. Une évaluation des missions de chacun sera faite chaque année, sur la base d'une lettre de mission et/ou de priorités annuelles.

Ce document est valable jusqu'à promulgation de nouvelles orientations.

Donné à Metz, le 1^{er} septembre 2020

Mgr Jean-Christophe Lagleize
Evêque de Metz