L'Eglise catholique suisse lance sa campagne « Plus de good news »

Quelque 2000 paroisses catholiques de Suisse reçoivent ces jours les affiches et les documents pour la campagne « Plus de good news ». Dans le cadre de son annuel Dimanche des médias, qui aura lieu le 16 mai, l'Eglise compte ainsi engager une réflexion critique sur les médias et susciter une auto-critique. Cette action émane de la Commission pour la communication et les médias de la Conférence des évêques suisses (CES).

La campagne « Plus de good news », conçue par le célèbre graphiste zürichois Beda Achermann, a déjà suscité un fort engouement médiatique. Elle a en effet été lancée dans un contexte où l'Eglise catholique s'illustre au travers de « bad news », en lien avec les abus sexuels. Imaginer que l'Eglise veut redorer son image par cette campagne est, de l'avis des responsables, complètement faux : « Il n'a jamais été question de campagne d'image », souligne André Kolly, président a.i. de la Commission pour la communication et les médias.

Le Père-Abbé Martin Werlen d'Einsiedeln, responsable des médias au sein de la Conférence des évêques suisses, écrit dans une lettre accompagnant les documents de la campagne : « C'est la mission de l'Eglise de prêcher l'Evangile – la Bonne Nouvelle. Nous le faisons de multiples manières. C'est pourquoi les évêques suisses se mobilisent : ensemble avec vous, nous nous engageons pour que la Bonne Nouvelle ait plus de place dans les médias ! » Il souligne également : « En ce moment, l'Eglise fait la une des journaux avec de mauvaises nouvelles. Il faut que nous nous confrontions sincèrement à la dure réalité qu'elles révèlent afin que les bonnes nouvelles retrouvent la place qu'elles méritent. »

Au vu de l'actualité, des documents qui étaient prêts à être imprimés ont été retouchés. Il s'agit principalement de matériel pour la préparation de la Messe du Dimanche des médias. Dans la proposition de sermon, l'évêque auxiliaire émérite de Zürich, Mgr Peter Henrici, écrit : « Les catastrophes naturelles comme le tremblement de terre en Haïti, les conflits armés comme en Afghanistan, les scandales comme les abus sur des enfants et des jeunes commis jusque dans l'Eglise: ce sont de "mauvaises nouvelles" qui font la une des médias. C'est naturellement la tâche des médias d'en parler ouvertement et honnêtement. Mais dans le flux des mauvaises nouvelles, les bonnes nouvelles se trouvent hélas souvent perdues : les signes d'espérance pour un monde meilleur font écho à la Bonne Nouvelle de l'Evangile. » « Une campagne du Dimanche des médias ne veut pas faire la leçon aux médias mais elle s'adresse aux croyants pour qu'ils discernent au-delà des médias les signes d'espérance », insiste André Kolly. Les collectes organisées lors des messes du dimanche des médias contribueront à soutenir le travail médiatique de l'Eglise dans ce sens.

Toutefois, la campagne ne se résume pas à des affiches et à des services religieux. Il ne s'agit pas seulement d'image, mais également d'actes. L'Eglise veut recueillir les nouvelles d'actions positives et faire ainsi contrepoids au monde des médias qui met en avant conflits et scandales. La « bonne nouvelle », comme le remarque André Kolly , « ce n'est pas forcément une nouvelle pour la une des quotidiens, mais c'est une réalité qui a du sens pour des personnes directement concernées. » Tout le monde est alors invité à envoyer ses bonnes nouvelles sur le site : www.plus-de-good-news.ch

Pour toute information sur la campagne « Plus de good news », veuillez vous adresser au secrétaire exécutif de la Commission pour la communication et les médias, Simon Spengler. E-mail: simon.spengler@conferencedeseveques.ch. Tél. 026 510 15 15