

# Les Cahiers des journaux paroissiaux

L'outil des rédacteurs et des responsables de diffusion

Juillet 2015 - N° 19

Retour «bis» sur le 2<sup>e</sup> rassemblement de la presse paroissiale  
«AU CŒUR DE LA RENCONTRE»

## AU CŒUR DES ATELIERS

du mercredi 11 au samedi 14 mars, à Paray-le-Monial



Photos : B. Hourlier



E D I T O

## Des ateliers qui sont autant de chantiers à mettre en œuvre

Au cours de notre 2<sup>e</sup> rassemblement de la presse paroissiale à Paray-le-Monial, nous avons vécu un temps d'ateliers. Vous trouverez de larges extraits de tout ce qui a été échangé. Ils ne disent pas tout de la richesse du partage, mais ils invitent à continuer. Il nous a semblé important de les reprendre. Tous les thèmes en effet sont nos préoccupations actuelles et sont de véritables défis pour nos journaux paroissiaux. Alors ces ateliers peuvent être des chantiers à conti-

nuer. Déjà, des assemblées générales de nos associations vont en reprendre tel ou tel thème. Et, pourquoi pas, en parler en équipe ?

Merci à tous les animateurs, rapporteurs (les journalistes de BSE) et au conseil d'administration de la FNPLC qui a fait un grand travail de synthèse...

P. René Aucourt, président de la Fédération nationale

### Sur le site [www.fnplc.org/](http://www.fnplc.org/)

- La rencontre... en images
- Les journaux paroissiaux : un paysage large et varié
- L'essentiel de l'intervention de Paola Spaventa-Habri
- Des vidéo-témoignages d'une rédactrice, d'un journaliste, d'un prêtre, d'un responsable de diffusion, d'un responsable communication d'un diocèse, d'un annonceur publicitaire, d'un «bénéficiaire»...

**FNPLC**  
Fédération nationale de  
la Presse locale chrétienne

Réalisés par la Fédération nationale de la presse locale chrétienne, les Cahiers des journaux paroissiaux sont diffusés par les associations membres de cette fédération: AEPP (Association d'entraide à la presse paroissiale); ARO (Actualités région ouest); OTPP (Office technique de presse populaire); Regard en Marche (Arras); Sud PLC (Sud presse locale chrétienne); Ardennes Nouvelles; Association interparoissiale de Blois - Notre vie; Chez nous Sèves nouvelles (Reims); La Voix de nos clochers (Chartres); Le Renouveau (Orléans).  
Adresse postale: FNPLC, 7 rue Notre-Dame 71250 Cluny - Contact: reneaucourt@wanadoo.fr

## Atelier n° 1

# Le journal paroissial, porteur de l'image de l'Église

Le journal paroissial porte-t-il l'image d'une Église ouverte sur le monde ?

- ☛ Comment rendre compte de la vie des gens ?
- ☛ Sommes-nous porteurs d'une image vivante et actuelle ?

### Qu'est-ce que l'Église ?

L'Église est à la fois l'Assemblée et le Christ : une assemblée d'appelés pour sortir, et le Corps du Christ. Dans ce sens, elle est appelée à rejoindre tous les hommes...

### Quelle image ? Vivante, actuelle ?

- Une image dit quelque chose. L'image portée n'est pas la même pour nous que pour des gens extérieurs de l'Église.
- L'Église doit être visible, certes... mais aussi audible.
- Faut-il une distinction entre toutes-boîtes et abonnements ?

### Rendre compte de la vie des gens ?

- «*La joie, l'espérance, les souffrances des hommes sont la joie... de l'Église*» (*Gaudium et Spes*).
- Le journal paroissial, c'est l'outil de rencontre de l'Église. Il doit faire parler. S'il fait parler, c'est qu'il rejoint...
- Les chrétiens sont du côté de ceux qui se lancent. C'est le mélange subtil entre la vie de l'Église et la vie des hommes qui permet d'attirer.
- Parler de tout, mais dire l'émetteur : l'éditorial est toujours fait par un prêtre.



## Atelier 2

# Le journal paroissial et Internet

Quelle proposition d'évangélisation pour une ouverture sur Internet ?

- ☛ Les pages du site Internet ne sont pas le simple prolongement des pages papier du journal. Comment peut se réaliser la collaboration entre le journal et Internet ?
- ☛ Quel journal paroissial sur le site Internet ? Pour quoi ?

Dans l'ensemble, l'approche d'Internet est balbutiante, parfois même inexistante.

Un responsable exprime même ses doutes, ne voyant pas quel usage faire d'un site pour un journal toutes-boîtes.

Seules quelques équipes ont déjà une organisation, un fonctionnement et une forme de stratégie d'utilisation de l'outil web.

L'Internet est peut-être un moyen d'évangéliser les périphéries. «*C'est un moyen de toucher les gens dans le secret.*»

«*Attention au rêve d'évangélisation par Internet. Rien ne remplacera un journal distribué dans toutes les boîtes.*» Les supports web et papier n'ont pas la même fonction, ni le même public. Ils n'ont pas non plus la même valeur d'usage, ni la même périodicité.

Un site Internet est exigeant dès lors qu'on veut qu'il soit actualisé et complet.

La question du coût est certes évoquée, mais elle ne semble pas rédhibitoire.

### Internet, bientôt incontournable ?

Le tout numérique n'est pas à l'ordre du jour des équipes des journaux paroissiaux, mais il y a une prise de conscience que ce nouveau moyen et le bimédia pourraient devenir incontournables.

Il faut l'anticiper et s'y préparer. Les chartes éditoriales sont sans doute à revoir en ce sens.







## Atelier n° 4

### La vitrine de l'Église locale

Qu'est-ce que le journal peut faire valoir de l'action de l'Église, de la communauté, d'une association, d'un groupe, etc. ? Et pourquoi ? Comment ?

❖ **Qui dit vitrine, dit «montrer ce qui se fait».** Est-ce que le journal paroissial donne suffisamment la parole aux membres de l'Église locale qui ne l'ont pas habituellement ?

❖ **Quelles sont les forces et les faiblesses d'une telle vitrine ?**

Peut-on être à la fois une «vitrine» de l'Église et s'ouvrir ? Est-on vraiment une vitrine de l'Église locale ou seulement de la paroisse ? Il est primordial d'être «vitrine» sans faire «boutique».

#### L'importance des témoignages

Comment le témoignage de quelqu'un peut-il permettre d'entrer dans un sujet plus vaste ? Une conviction : ce que ressentent les gens des grands événements d'Église fait aussi partie de la vitrine, de la parole de l'Église locale. Un journal local «rend compte de ce qui se fait». Les «marronniers» du journal paroissial sont aussi l'occasion de redire le sens des choses.

Parler de personnes engagées ou demander leur témoignage fait connaître l'existence et le fonctionnement des structures dont elles sont membres.

#### Visibilité, transparence, service

Être la «vitrine» implique visibilité, transparence, service. Le journal donne à voir que l'Église, «ce n'est pas que la messe». Il est important aussi que ce soit une équipe de rédaction solide qui s'occupe du journal, entre autres pour démultiplier les contacts, avec des relais.

La manière d'être une vitrine diffère selon que le journal est un toutes-boîtes ou sur abonnement. Tenir compte des attentes des abonnés influe sur le contenu du journal. Ne pas négliger tel ou tel village, tel ou tel quartier, est impératif si nous voulons fidéliser nos lecteurs.

## Atelier 3

### «Un journal qui a du goût»

Quelle est la principale saveur d'Évangile du journal paroissial ? Les articles ont-ils de la «saveur» ? Sont-ils «salés» ?

❖ **L'enjeu premier du journal est de permettre aux personnes de relire les événements de la vie à la lumière de l'Évangile. Comment y parvenir ?**

❖ **Le journal révèle-t-il le Christ ?**

#### Saveur d'Évangile

- Montre bien la solidarité et la prière.
- Titres accrocheurs, beaucoup d'audace, exergues forts, originaux.
- Quelques thèmes forts qui interpellent sur société civile. Donne une vision d'une Église qui surprend. Donne envie d'aller plus loin.
- Rappelle l'essentiel, dénonce des problématiques de société.
- Porteur de Bonne Nouvelle.
- Attire par les photos événement de proximité. Montre les relations humaines. Parti pris de l'image.
- Langage clair, transmet des nouvelles de solidarité, partage d'amitié, donne envie de rentrer dans les articles, se soucie des hommes.

– Transmet espérance, paix, compassion, jeu- nesse.

– Belle couverture, beau papier. Articles de débats. Ton audacieux.

– Donne du sens, un regard positif sur société et Église. Intergénérationnel. Annonce explicite.

#### Pas de saveur d'Évangile

– Incohérence entre cible (toutes-boîtes) et ligne éditoriale. Trop catho. Maquette pas claire.

– Pas forcément bien équilibré dans les sujets, problème de dosage. Parfois trop catho, parfois pas du tout. Aucune référence sur la communauté paroissiale.

#### Plus ou moins Saveur d'Évangile

– Très ouvert sur le monde, amène du sens sur des sujets de société, mais manque d'an- crage local.





## Atelier n° 5

### Aller au large par la diffusion

*Le choix de la diffusion plus large est important. Comment rencontrer les personnes en vérité en «diffusant» le journal paroissial ?*

- ☛ Une des premières missions est d'aller au-devant des autres. Quels sont les fondamentaux de cet axe missionnaire pour une équipe de diffusion ?
- ☛ En quoi le diffuseur participe-t-il à l'annonce ?

#### Des préoccupations

- Vieillesse des diffuseurs.
  - Difficultés à «recruter».
  - Comment créer un réseau de toutes pièces là où aucune diffusion n'existait auparavant ?
- Il faut se rappeler qu'une aide de la part de l'éditeur (BSE) est toujours envisageable pour créer, étoffer ou renouveler un réseau. Tous les participants sont persuadés de l'efficacité et, par conséquent, du côté incontournable de la diffusion.

#### L'importance de la rencontre

L'apparition des journaux tous foyers a permis un rajeunissement des diffuseurs. Sans doute l'aspect plus «moderne» du produit, et le contenu plus ouvert, incitent-ils davantage les personnes à se manifester et à s'engager. Le recrutement est basé sur le même principe, quelle que soit la région : l'appel. Un encadré dans le journal paroissial ou une annonce de fin de messe n'ont que de modestes retombées, et ne feront somme toute réagir que très peu de monde.

Cet appel doit impérativement s'opérer directement, de personne à personne. Le constat est très souvent le même : fort peu de refus. La personne contactée est souvent fort honorée que l'on ait pensé à elle pour cette démarche de confiance. Les réseaux qui se montent le plus rapidement, et qui perdurent, ont tous été bâtis sur ce principe.

## Atelier 6

### Le journal, une passerelle entre les personnes

*Une des premières missions est d'aller au-devant des autres. Quels sont les fondamentaux de cet axe missionnaire pour une équipe de rédaction ?*

- ☛ Qu'est-ce que l'écoute (ou l'attention) pour un journal ?
- ☛ L'esprit de fraternité dit qu'il faut «rendre» l'Église aux plus pauvres et qu'il faut «rendre» les plus pauvres à l'Église ! Quelle est la posture du journal à ce propos ?

Pour réaliser un journal missionnaire, l'équipe de rédaction doit choisir des axes fondamentaux, être à l'écoute et redonner leur place aux plus pauvres.

Diffuser le journal en sonnant à la porte donne l'occasion de connaître ses voisins, de prendre le temps de parler.

#### Facteur de dialogues et de vivre ensemble

Un dialogue peut s'instaurer entre religions et croyants différents. Un participant témoigne des débats qui peuvent s'amorcer à partir de la lecture du journal laissé à disposition dans certains lieux publics.

Le journal peut être passerelle entre des villages faisant partie d'un même secteur paroissial, mais éloignés les uns des autres. Passerelle également quand des acteurs de vivre ensemble comme les médecins, les coiffeurs acceptent de mettre des exemplaires du journal dans leurs salles d'attente. Passerelle encore entre actifs et retraités en EPHAD... Un regret émis par le groupe : il est parfois difficile de convaincre des équipes pastorales et curés d'investir un budget en prenant des numéros en plus à diffuser alors qu'ils sont payés, facturés...







## Atelier 7

### Le journal dans la communication de la paroisse

Le journal doit évoluer vers une meilleure collaboration avec les autres médias paroissiaux (feuille dominicale, new's letter, site internet). Quels moyens prendre ?

- Un journal paroissial peut-il exister en dehors des autres moyens de communication et du projet pastoral ?
- Quelle est la spécificité du journal paroissial ?

#### Quelques convictions

Le journal papier, on le reçoit chez soi, on le reprend. Internet, on y va une fois mais rarement à plusieurs reprises.

Internet n'est pas concurrent au journal papier.

Pour une paroisse ayant un site, les statistiques de consultation du site laissent apparaître un noyau dur de pratiquants.

La diffusion du journal est importante, il est apporté à domicile pour les personnes les plus âgées.

Globalement, le journal tous foyers n'est pas rejeté par les non pratiquants.

#### Des difficultés

Un souci pour trouver des diffuseurs.

Les journaux sur abonnement font valoir qu'il n'y a pas beaucoup de personnes ayant Internet car les abonnés sont âgés.

La communication multimédia dans les paroisses est importante sans pour autant être bien mise en œuvre, soit par un manque de formation, d'outils, de personnes disponibles pour s'en occuper.

#### Des interrogations

Par internet, est-il possible de chercher de nouveaux lecteurs ?

Est-il possible de trouver une solution pour qu'il ne soit mis en ligne que tel ou tel article pour inciter les lecteurs à se procurer le journal en version papier ?

#### Des idées, des initiatives

Un titre tous foyers a créé un site spécifique pour le journal à destination des paroissiens qui ont une maison d'été au bord de la mer.

## Atelier 8

### La rencontre, c'est fondamental

La charte rédactionnelle permet de fixer les grandes orientations du journal. Est-ce qu'à la base de celle-ci, la question de la rencontre est première ?

- Qu'est-ce qui justifie l'existence du journal ?
- Quel message le journal paroissial porte-t-il ?

La rencontre doit être une préoccupation de tous les instants. Le journal doit sortir de la communauté pour aller à la rencontre de ses lecteurs et répondre à leur quête de sens. Le journal est le fruit du travail d'une équipe, de rédacteurs qui se rencontrent, qui soignent la rencontre et la convivialité, pas de personnes isolées.

#### Du rédacteur au diffuseur, tous concernés

Les diffuseurs des journaux tous foyers ou sur abonnement doivent être informés du contenu de la charte éditoriale. Les diffuseurs sont en contact direct avec les lecteurs. Ils vont à leur rencontre, ils sont des relais d'Église.

Dans un journal, la première rencontre est donc celle entre les membres de l'équipe de rédaction qui établissent la charte et qui font vivre le projet. La deuxième est celle avec le lecteur. Le diffuseur en est un maillon essentiel. Il sent le terrain et en fait remonter les préoccupations à la rédaction. D'où la nécessité de favoriser les rencontres entre diffuseurs et rédacteurs.

#### Un rôle pour chacun

Que devient la charte rédactionnelle en cas de changement de curé ? Si le projet pastoral de la paroisse n'est pas remis en cause, la charte du journal – au service de ce projet – est conservée.

Questions autour des responsabilités de chacun dans l'équipe de rédaction. Faut-il un directeur de la rédaction, un rédacteur en chef ? Qui porte ces responsabilités ? Le curé, un laïc ? Quel est le rôle du rédacteur en chef ?





## Atelier 9

### L'équipe de rédaction dans la paroisse

*Quels liens avec l'EAP et le Conseil paroissial ?*

- ☛ Les questions financières sont-elles abordées avec le trésorier de la paroisse sur un plan pastoral ?
- ☛ L'équipe de rédaction doit s'efforcer de constituer un réseau de correspondants, c'est le gage de la proximité. Quelle est la place de ces correspondants dans la paroisse ?

Les membres d'une équipe de rédaction sont des acteurs pastoraux appelés à prendre part au projet de la paroisse. Ils doivent être en lien avec d'autres responsables pastoraux et créer un réseau de correspondants.

#### Les relations avec l'EAP

Relations modestes avec l'équipe d'animation pastorale (EAP) ou le conseil paroissial.

L'EAP est présente dans l'équipe de rédaction.

L'équipe de rédaction ne fait pas forcément appel à l'EAP.

Le curé de la paroisse est parfois présent aux réunions. Il anime parfois la réunion.

Il manque un projet pastoral commun.

Pour les journaux sur abonnements, quand la paroisse dispose de plusieurs pages, le curé et l'EAP se

chargent de la rédaction d'une partie de ces pages. L'équipe de rédaction gère les autres pages.

En général la question financière n'est pas abordée par l'équipe avec le trésorier. C'est le curé qui informe l'équipe de rédaction des possibilités financières. Cependant il arrive que le trésorier vienne faire un point financier avec les membres de l'équipe.

L'équipe de rédaction doit s'efforcer de constituer un réseau de correspondants, c'est le gage de la proximité.

Dans la majorité des cas, il existe des rédacteurs «satellites». Ils peuvent être des spécialistes de tel ou tel domaine ou bien des «généralistes».

Ces correspondants sont souvent des acteurs de la paroisse. D'autres peuvent être «sur le parvis» et leur regard sur les événements et sur l'Église est fort intéressant.



## Atelier n° 10

### La photographie est «lue» en premier

*La photographie est le premier élément «lu» sur une page, avant l'article, le chapeau et même le titre. Quel investissement pour le journal ? Quelle formation ?*

- ☛ La photographie permet la rencontre (avant, pendant et après le cliché). Comment convaincre les rédacteurs de l'importance de l'image pour le journal ?
- ☛ Comment la photographie met-elle l'homme au cœur de nos journaux ?

La photographie et l'illustration, des moyens pour oser la rencontre. Quelques rappels importants au sujet de la photo : la photographie est le premier élément «lu» sur une page, avant l'article, le chapeau et même le titre. Éviter le flash pour un portrait.

Droit à l'image : un accord verbal, pour les personnes adultes, est suffisant pour que leur photo soit publiée dans le journal.

## Atelier n° 11

### Lecteur, mon prochain

*On n'écrit pas pour soi, on écrit pour un lecteur, dit-on. L'autre n'est pas d'abord intéressant parce qu'il est en capacité de lire, il l'est parce qu'il est mon «prochain». Pour qui écrit-on vraiment ?*

- ☛ L'Église doit être ouverte à tous. Le journal aussi. Par quels moyens y parvient-il ?
- ☛ Comment faire pour accepter de changer parfois le style et le contenu du journal pour mieux rejoindre l'autre ?

Le lecteur est une personne, il faut sortir de l'idée du «écrire pour tous». Le lecteur est mon voisin, un ami, quelqu'un de la famille avec qui je veux partager un message, une information. Il habite proche de chez moi, c'est quelqu'un d'«ici».

Avant de commencer à écrire, nous devons donner un visage à notre lecteur, lui donner vie. Sinon, nous allons l'oublier au profit de notre satisfaction de rédacteur. Et, il ne faut pas oublier, que nos lecteurs n'ont pas demandé notre journal et qu'ils ne sont pas forcément du même avis que nous.





## Atelier 12

### Quels liens avec le diocèse ?

*Les pages diocésaines ou fonds diocésains constituent souvent un excellent lien avec le diocèse. Comment consolider ce lien ?*

- **Au-delà d'un agenda diocésain informatif, qu'est-ce qui permet aux pages diocésaines d'être de plain-pied avec les pages locales du journal paroissial ?**
- **Quels liens entre le journal paroissial et les autres moyens de communication du diocèse ?**

Les diocèses aimeraient avoir plus d'informations qui remontent des paroisses. Des paroisses trouvent que ces pages ne sont pas toujours utiles et il y a une tendance à supprimer parfois les fonds communs.

Pistes d'action : créer du lien, se rencontrer, se parler. Bien définir les enjeux des journaux en se centrant sur les lecteurs et par sur les centres d'intérêt de chaque «émetteur».

## Atelier n° 13

### Les jeunes et le journal

*Les jeunes générations expriment des besoins qui ne trouvent pas toujours écho dans les journaux paroissiaux. Pourquoi ?*

- **Les jeunes (d'origine chrétienne) ne parlent pas d'appartenance à l'Église, mais d'attachement. Comment travailler ce nouveau rapport ?**
- **Comment faire place aux jeunes dans nos équipes ?**



- Les jeunes ont envie de communiquer mais n'ont pas les outils.
- Parce que nos journaux ne leur consacrent pas d'espace.
- Le contenu des journaux ne les intéresse pas.
- On ne va pas vers les jeunes, nous n'allons pas vers eux. Nous n'allons pas les chercher.
- Nous avons des idées préconçues sur cette catégorie de lecteur, pas de fidélisation de cette cible «jeune». (Emploi du temps chargé, études, pas d'attache géographique, vie hyperactive...)
- Parce qu'ils ne vivent pas leur foi de la même manière que nous. Cela nous déroute.

- Il faut leur consacrer un espace de communication au sein du journal, leur donner la parole.
- Être co-acteurs sur la réalisation de nos supports.
- Leur proposer de rejoindre l'équipe.
- Leur proposer une mission sur des supports complémentaires, correspondant à leurs univers et aux technologies d'aujourd'hui : sites web, réseaux sociaux, outils plus attractifs et complémentaires.
- Ne pas les attendre, mais aller vers eux, et les prendre tels qu'ils sont.
- Être plus créatif sur nos contenus, sur nos maquettes de journaux pour capter cette catégorie.

#### D'abord, allons vers eux

- Nous ne sommes pas assez ouverts.
- Une génération où le temps est compté.







INTERVENTION DE PAOLA SPAVENTA - HABRI  
SOCIOLOGUE, SPÉCIALISTE  
DE LA PRESSE ET DE L'ÉDITION

## Mieux connaître ses lecteurs

### À la rencontre de leur histoire

**Les 75 ans et plus :** ils sont profondément marqués par l'histoire. C'est la génération la plus collective qui a énormément d'humilité. Elle apporte la priorité au lien, à la solidarité, à l'entraide.

**Les 55-70 ans :** ils n'ont connu que la prospérité. C'est la première génération individualiste du XX<sup>e</sup> siècle.

**Les 40-50 ans :** génération assez atypique. Ils privilégient l'égalité, la tolérance. C'est la génération la plus fragilisée, mais qui a développé une culture et une curiosité tous azimuts.

**Les 20-35 ans :** ils ont vécu l'effondrement des systèmes et des valeurs, notamment celle de la famille. Génération en quête de sens, de sources qui a besoin d'être initiée.



### À la rencontre de leur désarroi actuel

Les repères vacillent, les questions fusent, la quête existentielle n'a jamais été aussi

forte. Tout est questionnable, tout reste à penser.

### À la rencontre de leur foi

**Les plus de 50 ans** sont dans un cheminement spirituel : en particulier le pèlerinage individuel (Saint-Jacques de Compostelle).

**Les 40-50 ans** sont dans l'approche expérimentale et tâtonnante ce qui implique une libération de la parole. Cette génération a envie de se rapprocher de ses racines. C'est celle qui va le moins à la messe. Il faut les aider à ritualiser leur foi au quotidien.

**Les 25-35 ans** sont plus à l'aise avec leur foi quand ils sont croyants. Ils sont dans le décryptage de la Parole. C'est

une génération éclectique qui se valorise par une approche des Pères de l'Église.

Mais pour tous, il y a un besoin de se reconnecter aux racines culturelles. Ils s'intéressent au patrimoine, notamment local et culturel, à l'architecture, à la musique, à l'initiation de l'histoire de l'art.

**Les moins de 20 ans** sont une génération hyperactive, liée au digital. Ils ont délaissé le support papier, sauf pour les mangas.

### À la rencontre de leurs préoccupations

**Les quadras** subissent la crise économique. Ils ont besoin de se désencombrer, de retrouver un rythme différent, le contact avec la nature, d'installer des temps de prière quotidiens.

**Les trentenaires** privilégient le fait maison. Ils retrouvent le plaisir du partage gratuit, comme le troc.

Pour ces deux groupes, la question

du moment est l'altérité. Les quadras sont troublés par la montée de l'intolérance, se posent des questions quant à l'islam fanatique. Les trentenaires réinterrogent tout, notamment le couple et la famille.

Par exemple : vaut-il mieux vivre seul ou en couple, privilégier l'amitié à l'amour, penser seul ou à plusieurs ?

Notes prises  
par Marie-Paule Ledez