

Guide de gestion des contenus médiatiques à caractère confessionnel dans les médias non confessionnels

Avant-propos

Pour des principes moraux et sociaux et pour des raisons techniques, le public destinataire d'un message médiatique ne peut être sélectif.

Le message émis à travers un média est par conséquent exposé à tout public y compris à celui qui n'y adhère pas.

Le média n'est donc pas la réplique ou le clone de l'église, de la mosquée ou du temple.

Le public de l'église, de la mosquée ou du temple est un public acquis, celui des médias et particulièrement non confessionnels est un public non acquis.

Le message religieux doit avoir pour but principal:

- d'apporter la parole de salut aux croyants pour qu'ils vivent dans la vertu;
- de affermir la foi des fidèles ;
- de contribuer à l'édification d'une société de tolérance et de paix.

Le présent guide a pour ambition de servir de boussole aux acteurs des médias non confessionnels dans le cadre de la réalisation et de la diffusion de contenus à caractère confessionnel.

Sept (7) règles à respecter par les médias non confessionnels

1. Si la faitière religieuse d'appartenance du demandeur de diffusion de contenu confessionnel délivre des mandats pour communiquer dans les médias, s'assurer au préalable que le demandeur dispose de ce mandat.
2. Signer une convention avec tout demandeur de diffusion de contenu confessionnel pour préciser les obligations, les restrictions et les responsabilités des parties.
3. Toujours rappeler au demandeur les dispositions de la convention, de la réglementation, et le caractère sensible du message confessionnel dans les médias.
4. Ne jamais diffuser en direct tout contenu à caractère confessionnel, toujours préenregistrer.
5. Faire examiner, de bout en bout, tout contenu à caractère confessionnel par un comité avant toute diffusion ou publication.
6. Refuser la diffusion ou la publication de tout contenu contraire à la loi, à la réglementation et/ou de nature à compromettre la cohésion sociale et la paix.
7. Ne jamais passer à la diffusion ou publication du contenu à caractère confessionnel sans l'accord formel du responsable attitré du média et du demandeur.