

**Informatique & Bible, asbl - Belgique**  
**Rue de Maredsous, 11 B5537 Denée - Belgique**  
**Tél: +32(0)82.69.96.47 Fax: +32(0)82.22.32.69**  
**cib@cibmaredsous.be**



Interface n° 98/70 3e trimestre 1998

## Pastorale biblique et supports électroniques

Multimédia est un de ces mots forgés par le succès commercial d'une réalité d'intégration électronique de la communication humaine qui se développe depuis l'avènement des ordinateurs.

La scène informatique est multi-médiatique parce qu'elle correspond à une révolution de l'écriture. Cette révolution (passage de l'écriture alphabétique – qui génère des chaînes logiques inscrites – à l'écriture électronique – qui présente des amalgames électroniques de sons, d'images et de graphismes en juxtaposition communicative) continue de diversifier ses outils tout en les intégrant, d'une part grâce aux diverses miniaturisations et d'autre part (autre forme d'intégration) en les rendant dépendants, en les reliant à des réseaux planétaires.

En 20 ans, la grammaire des médias traditionnels a été doublée par une grammaire des médias virtuels (électroniques). Désormais, pour communiquer efficacement, il y a lieu de connaître et de pouvoir combiner les variables de manipulation traditionnellement mises au point pour l'imprimé, pour la photographie, pour la radio et l'enregistrement audio, pour le film et la télévision (voir Tableau 2). Dans chaque ligne médiatique, il y a des spécialisations professionnelles qui supposent un long apprentissage pour arriver à une réelle maîtrise. L'ordinateur " multimédia " donne l'illusion à Monsieur Tout-le-Monde qu'il possède les outils de toutes ces spécialisations!

Le vrai professionnalisme peut se voir dans ce grand Forum du Multimédia et de l'Internet qu'est le Milia qui se déroule à Cannes chaque année depuis 4 ans. Avec un Jury international qui distribue des Milia d'Or.

On apprend là que le moindre CD multimédia, bas de gamme, demande à des groupes comme Hachette, un investissement d'environ 1 million de dollars pour une exploration pédagogique de la nature, finalement assez limitée.

Quand nous avons créé le premier Prix du CD multimédia religieux à l'occasion du Forum international de la Vidéo et du Multimédia organisé par l'OCIC (Organisation Catholique Internationale du Cinéma et de l'Audiovisuel) à Cologne, en septembre 1996, nous n'avons trouvé comme réalisation sérieuse que les 3 CD-Rom multimédias produits par l'American Bible Society: A Father and Two Sons; The Visit and The Gadarene.

J'ai vu naître cette série au long des 4 ou 5 dernières années et l'on peut dire sans hésiter qu'il s'y est investi des sommes considérables (plusieurs centaines de milliers de dollars).

Chacun de ces CD porte sur un bref épisode biblique: la Visitation, le Fils Prodigue, le Gerasénien guéri par Jésus. Le texte s'y trouve en plusieurs versions et typographies différentes, mais également dans le grec du Nouveau Testament avec commentaires, cartes, petit dictionnaire, photographies. Mais ce même texte est lu par un pasteur sur le mode liturgique, ou par une dame sur le mode méditatif et priant. Il est également présenté par un groupe de rap qui chante et danse sur le thème. Il apporte des images inter-culturelles sur les réalités des épisodes présentés. Il y a aussi un petit film vidéo mettant en scène de façon très actualisée la pointe du récit évangélique. Enfin, tout cet ensemble peut être récupéré dans un " atelier " permettant de sélectionner n'importe quel élément pour recomposer sa propre création, son propre récit, son appropriation des données.

Pour juger des 15 ou 20 sélections retenues, j'avais proposé une grille d'analyse de ces CD

multimédias (Tableau 1).

Il y aurait lieu de la compléter et de la corriger en fonction de l'évolution des technologies et du marché (des productions); également en fonction de buts spécifiques d'utilisation (pédagogie: laquelle?; catéchèse: pour quel message? Mais faut-il encore parler de méthode systématique? Image et intuition la remplacent-elle?) Avec Pierre Babin (CREC-AVEX) et Sœur Angela Ann Zukowski (présidente de Unda), je prépare un livre qui va être édité à l'automne: Les médias, chance pour l'Évangile où nous tentons de montrer que tout le système traditionnel de communication de l'Église doit changer. Il ne s'agit plus d'utiliser un ou plusieurs médias pour faire passer un message, il s'agit de devenir "médium" dans une culture médiatique. Donc passage du média comme outil de communication au média comme environnement, milieu culturel. Nous insistons beaucoup dans ce livre sur l'urgence d'une éducation religieuse qui prenne les moyens de cette formation à la culture médiatique. L'émigré qui veut faire plus que survivre doit pénétrer complètement dans la culture de son pays d'adoption. Pas seulement sa langue (ici le langage des médias), mais sa façon de vivre médiatiquement (le media way of life).

On travaille à cela aux États-Unis depuis de longues années déjà. Témoin la technique de formation d'adultes appelée "Juxtaposition", basée sur l'appréhension d'un sujet à travers une diversité de saisies et de transmissions médiatiques: article de journal, interview radio, script TV, poésie, affiche, chant, rapport technique, etc.

C'est une façon de prendre conscience de ce qu'on appelle la circularité des médias: les médias se renvoient l'un à l'autre et l'expérience de 9 années (1985-1994) que nous avons faite de présence dans le Minitel avec une grosse Base de Données Biblique et une messagerie nous a bien montré que l'intérêt de consultation dépendait des autres médias: jeu télévisé, concours dans un magazine, film sur un sujet religieux, etc.

L'hypertextualité procède de la même réalité: renvoi d'une forme d'accès à une autre forme d'accès à la connaissance ou à une réalité virtuelle. Avec le danger de l'hypertexte sans éducation à son usage: une déstructuration du mental et de la rationalité. Celle-ci peut être dangereuse pour diverses situations qui exigent toujours la rationalité et le "chemin" logique du contrôle de processus: nucléaire, fusées, avionique, satellites, pilotage de processus, etc. Quelles conséquences pour la diffusion de la Bible et du message biblique?

Nous y avons réfléchi en créant la Bible Pastorale, dernière et toute nouvelle édition de la Bible de Maredsous. Cette réflexion se prolonge au niveau de la Fédération Biblique Catholique puisque le sujet était à l'ordre du jour de la réunion d'octobre 1997 du groupe Europe-latine. L'essentiel de cette réflexion paraît dans le BIB (Bulletin d'Information Biblique), n° 50, juin 1998, publié par Évangile et Vie à Paris.

On peut énoncer quelques critères pour la création d'une Bible Pastorale aujourd'hui:

a) Il ne faut pas parler d'une Bible Pastorale mais de différents types de Bibles Pastorales adaptées à différentes catégories de publics auxquels ces Bibles seraient destinées. La multiplicité des présentations est un gage de la volonté d'atteindre tous ceux qui peuvent être atteints par la Parole Biblique.

b) Le texte doit rester substantiellement fidèle aux témoins de sa tradition et doit être bien distingué des artifices de présentation, commentaires et autres éléments. S'il s'agit d'une sélection anthologique, elle doit viser à faire saisir l'unité des Saintes Écritures en toutes leurs parties.

c) Des niveaux de traduction divers doivent être proposés selon que les publics visés ont une culture littéraire ou non, selon qu'ils sont de nouveaux lecteurs ou non, selon que la langue française est leur première, seconde ou troisième langue.

d) Le style et la présentation des éléments textuels et extratextuels doivent rejoindre les standards généraux de la communication médiatisée (presse, périodiques, audiovisuel) si elle veut atteindre les masses (mass-média).

e) La relation à une lecture communautaire, à l'usage liturgique des textes, à la possibilité que la lecture débouche sur la prière doit être proposée.

f) L'impact de l'usage d'une telle Bible sur l'engagement social de ceux qui l'utilisent doit être pris en considération.

La Bible comme texte a des contraintes éditoriales lourdes en raison de son volume, du moins tant que le principal vecteur de la communication restera le texte imprimé (galaxie Gutenberg).

Et, pratiquement, la Bible reste en tant que Bible, de nature textuelle. Viendra-t-il un jour où nous n'aurons plus que des supports électroniques même pour le texte, comme le laisse présager les Bookman de Franklin? (l'un d'eux, couplé à l'un des dictionnaires de Hachette, présente la *New International Version* de la Bible ( *Holy Bible* ) sur des puces de silicium dans une carte additive de 55x35 mm sur 3 mm d'épaisseur: toute la Bible avec une recherche multicritère!). Mais remarquons que la multimédiacité de la Bible est déjà dans son affichage textuel sur écran. C'est déjà un écran que je regarde, ce n'est plus un livre que je lis. Pour la *Bible Pastorale* , le CD-Rom correspondant intégrera quelques images de l'Atlas *La Bible par les cartes* de Carta. Le problème est celui de la dominance de l'image sur le texte. Il en est déjà ainsi pour tous les logiciels que nous proposons sous le nom d'Heuriciels.

Nous tentons de rester toujours liés au texte et décidés à pénétrer le texte. Car le vrai "multimédia" serait le déploiement du message dans la vie, le témoignage de vie, et là, nous rejoignons une autre dimension, celle de la tradition, de l'art, de la culture, de la communauté. Passer, pour ces différentes connotations extra-textuelles, à une pure représentation "virtuelle" (l' *eidolè* des Grecs) serait détruire le cœur même de ce qu'elle mettent en œuvre: la personne vivante et sa structuration comme personne (son salut face au Dieu personnel, non abstrait, non virtuel).

Fr. R.F. Poswick

### Tableau 1: Grille de critères pour l'évaluation d'un CD-Rom (religieux)

#### 1. Installation et mise en route

- Guide en ligne/imprimé
- Procédure d'installation
- Place occupée sur le disque
- Installations multiples
- Désinstallation
- Emballage (par rapport au contenu)
- Titre

#### 2. Contenu

- Intérêt du sujet
- Liens hypertextuels
- Vues de synthèse
- Publicité commerciale
- Qualité de l'information

#### 3. Multimédia

- Nombre d'images fixes
- Qualité et pertinence des images
- Nombre d'images mobiles
- Qualité et pertinence des images mobiles
- Variété des animations
- Son : variété
- Intégration (son, image, texte)
- Média dominant (texte, image, son)

#### 4. Interface utilisateur

- Utilisation du clavier de la souris
- Vitesse de recherche
- Sous-titrage
- Créativité interactive
- Explication d'image et/ou du son
- Langue(s)
- Culture(s)
- Audience visée
- Sortie de données

## 5. Autres ressources

- Mise à jour
- Branchement automatique vers le Web
- Services

## 6. Finances

- Investissement
- Prix de vente

## 7. Remarques

### Tableau 2: Grammaire des médias

Chaque élément est une variable qui peut modifier la perception du contenu du message.  
En régime multimédiatique, presque toutes les variables peuvent se combiner.

#### Imprimé

- Taille et forme de la page
- Couleur(s) du papier
- Épaisseur du papier
- Texture du papier
- Taille(s) des caractères
- Dessin(s) des caractères
- Couleur(s) de l'impression
- Usage de l'italique ou du gras
- Largeur de colonne(s)
- Espacement(s)
- Rupture(s) de paragraphe
- Ponctuation
- Usage de l'espacement (blancs)
- Mosaïque texte-graphiques

#### Photographie

- Trame
- Angle
- Face/Dos/Profil
- Formes
- Profondeur de champ
- Objectif (largeur de champ)
- Exposition
- Couverture
- Vitesse de prise
- Type de film
- Filtre(s)
- Double exposition
- Équilibre des couleurs
- Contraste
- Type de papier
- Découpe

#### Radio/Audio

- Micro de prise de son
- Perspective de son
- Volume électronique
- Tonalité électronique
- Filtre(s) de fréquence
- Fondus
- Fondus enchaînés
- Pistes multiples
- Tuilage/Silence
- Écho
- Changement de vitesse
- Retour arrière
- Séparation de canaux
- Équilibrage de canaux

TV/film

(La plupart des variables "Photographie")

(Toutes les variables "audio")

Fondus enchaînés visuels

Coupure(s)

Transformation d'images

Coupages croisés

Longueur de plage

Zoom(s) ou travelling

Panoramique ou ambulatoire

Plongée; contre-plongée

Caméra fixe ou mobile

Prise objective ou subjective

Division d'écran ou

Juxtaposition d'images

Mise au point

Juxtaposition(s) son-image

Inspiré de Joshua Meyrowitz, Multiple media Literacies, in *Journal of Communication* ,  
1998/Spring, p. 100

