

**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° 2000/76 1er trimestre 2000

## Médias, chance pour l'évangile

Voici le dernier-né du C.I.B., un livre publié par les Éditions Lethielleux dans la Collection Bible et Vie Chrétienne: Médias, chance pour l'évangile, un dialogue Pierre Babin - Angela-Ann Zukowski, 235 pages, 590Fb.

Il s'agit en effet d'un dialogue à deux voix:

-Lui, Pierre Babin, Français, est un père Oblat qui dirige à Lyon le CREC (Centre Recherche et Communication) qui est aussi un centre de formation: en 25 ans, Pierre Babin y a formé à l'utilisation des médias au service de la foi plus de 1000 responsables de 110 pays. Il dirige un groupe de recherche (projet LAC). Pierre Babin a travaillé au CNRS pendant 10 ans, a rencontré McLuhan et est devenu dans l'Église une sorte de "prophète des médias au service de la foi".

-Elle, Angela-Ann Zukowski, Américaine, est une religieuse des Missionary Helpers of the Sacred Heart. Elle dirige l'Institute for Pastoral Initiatives de l'Université de Dayton (Ohio). Elle possède une expérience comme productrice de radio et de télévision, a mené des recherches dans le domaine de l'éducation à distance, de la catéchèse par réseaux électroniques, de l'éthique dans le monde électronique. Et - last but not least - elle est présidente de Unda, l'Association catholique internationale pour la radio et la télévision.

C'est un truisme de le dire: les médias ont changé notre vie au cours du siècle qui vient de s'écouler. Et l'explosion du phénomène n'est pas terminée, elle ne fait que s'accélérer au seuil du 21ème siècle avec l'ordinateur, Internet et les réseaux mondiaux de communication. Nous sommes passés de l'ère de Gutenberg à l'ère de Marconi, c'est-à-dire à l'électronique. Refrain connu. Cependant, si ainsi notre monde a radicalement, si une nouvelle culture a surgi à cause des médias, l'on voit d'autre part que la religion ne se transmet plus comme jadis d'une génération à l'autre. D'où la question: compte tenu de cet environnement nouveau, comment évangéliser aujourd'hui?

Les deux auteurs présentent eux-mêmes leur méthode: "Plutôt qu'une thèse avec des chapitres bien ordonnés, ce livre se présente à vous comme un kaléidoscope de nos convictions, une mosaïque qui n'est ni un fouillis, ni un échange de bons mots autour d'une tasse de thé. Vous trouverez dans le kaléidoscope deux couleurs fondamentales qui reflètent la sensibilité des deux auteurs. Angela-Ann Zukowski - vert et rouge? - campe vigoureusement sa foi dans un mixage entre Évangile et nouvelles technologies, entre tradition théologique et âge nouveau. Pierre Babin - le bleu des vitraux de Chartres? - tente de percer l'univers des médias pour y discerner les affinités avec l'Évangile, les incroyables possibilités pour notre temps mais aussi les dangers et les conditions"

Précisons qu'il ne s'agit nullement d'un dialogue questions-réponses mais de chapitres écrit par l'un et l'autre, à l'exception de la conclusion où les deux auteurs sont interviewés par R.-F. Poswick.

Dans la première partie, Angela Ann Z. décrit le monde nouveau où l'Évangile est prêché sur la place publique d'une manière nouvelle grâce aux médias. Tel ce Monastère du Christ du Désert dans le Nord-Ouest du Nouveau-Mexique relié au monde par Internet. Ou d'un autre site d'un diocèse censé être situé en plein désert d'Algérie: le site Parténia.

Mais sur Internet, si la foi catholique est exposée, elle n'est pas la seule. "La communauté électronique d'Internet est devenue un supermarché spirituel aux échanges ultras-rapides..."

Cet échange interreligieux rassemble Protestants, Juifs, Catholiques, Musulmans, Hindous, Bouddhistes, adeptes du Nouvel Age ainsi que des agnostiques et des athées. Cependant, au milieu de ce mélange bruyant et tapageur de sons, de mots et d'images qui se produit dans le nouveau paysage de l'information, l'Église est placée face au défi de se situer dans une relation dialectique entre les exigences d'une situation et ses dangers, situation au sein de laquelle elle doit conserver son identité sans s'isoler et garder sa pertinence sans abandonner ce en quoi elle croit."

Sécularisation croissante, refus du mystère, individualisme, syncrétisme religieux, fondamentalisme... voilà les caractéristiques de notre monde. Mais, d'un autre côté, combien de chercheurs de sens! Religion et spiritualité ont une influence de plus en plus perceptible sur l'évolution des sociétés. Puisque nous sommes sur la place publique, au coeur d'un marché, il faut employer le langage du marketing. Rassurez-vous, le marketing, c'est une métaphore. Il ne s'agit pas de vendre le message évangélique contre espèces sonnantes et trébuchantes, mais de le proposer au monde pour que celui-ci soit tenté de l'adopter.

C'est alors que Pierre Babin intervient: Marketing? Il dit, faute de mieux, "commerce". Notre présentation de l'évangile a-t-elle du succès, quel impact avons-nous sur la société? Il faut aussi savoir répondre aux besoins des consommateurs. Dans un monde en mutation rapide, ceux-ci perdent leurs repères. Beaucoup sont des pauvres. Il faut ressentir leurs souffrances pour être capables d'y répondre. Et faire des miracles, c'est-à-dire susciter "un signe qui manifeste, de manière inattendue et avec une intensité particulière, la présence de Dieu et son action de salut". (G. Lohfinck).

Situation mouvante, d'autant que l'Église elle-même est secouée par de multiples changements. Il faut tenir compte du "ground". Dans le vocabulaire de Pierre Babin, cela signifie ceci: de nos jours, la forme compte plus que le fond. Dans un magazine, le message, ce n'est pas d'abord ce qui y est écrit, c'est son format, sa texture, ses photos, sa brillance. A la TV, l'important pour celui qui parle c'est sa présentation, le ton de sa voix... bref la "modulation" qui agit sur le subconscient. Et c'est le récepteur qui fait le message... Sauf que la multiplicité des messages finit par détruire tout message. "Il est capital pour l'Église de mettre dans le réseau, non seulement sa doctrine (les livres font mieux), mais avant tout - à travers le son, l'image, le graphisme et l'interactivité - la présence vivifiante du Christ".

Il s'agit désormais pour l'Église de proposer la foi selon d'autres modèles de communication, de commercer, d'échanger.

Dans une troisième partie intitulée "Vers l'inculturation dans le cyberspace", Angela-Ann Z. lance des pistes pour l'évangélisation de la Médiasphère.

Tous les responsables de l'évangélisation, évêques, prêtres, catéchistes, responsables pastoraux... sont face à un nouveau monde. Ils doivent absolument lire et méditer ce livre pour le comprendre et trouver la manière de lui annoncer la Bonne Nouvelle à l'aube du 3ème millénaire.

J. Dessaucy

