



Interface n° e-93 Décembre 2003

Le grand Malentendu

Le grand malentendu - L'Église a-t-elle perdu la culture et les médias? Frédéric Antoine.
Préface de Gabriel Ringlet. 223 pages. Ed. Desclée de Brouwer, 2003.

L'Église a-t-elle perdu la culture et les médias? Il ne fait aucun doute que l'Église doit avoir recours aux médias pour diffuser la Bonne Nouvelle et continuer à imprégner la culture de sa marque. Mais le fait-elle efficacement ? Frédéric Antoine pose la question dans son livre "Le grand malentendu", avec en sous-titre la question : "L'Église a-t-elle perdu la culture et les médias?".

L'auteur connaît bien son sujet: il est docteur en communication, sociologue et professeur de journalisme et d'analyse des médias à l'Université Catholique de Louvain. Dès le premier chapitre, un constat: "Il devient chaque jour plus patent que, entre Dieu, l'Église et les hommes, on ne se comprend plus. Chacun parle sa propre langue, qui n'a rien à voir avec celle des autres." Mais ce n'est pas seulement "une question de langue: derrière le langage se dressent des représentations, des références, des données culturelles véhiculées ou générées par les médias. Mais les efforts des autorités religieuses pour combler ce fossé n'atteignent pas leur but." Par ailleurs, "Il faudra enfin se demander si le monde de ce début de nouveau millénaire peut encore entendre Dieu." Et cette note: "une grande partie des porte-parole de Dieu ne savent pas parler aux hommes tout en étant tragiquement persuadés du contraire."

Frédéric Antoine passe en revue les différents éléments qui provoquent le décalage entre le langage de l'Église et celui que comprennent les hommes d'aujourd'hui. Ainsi, les références religieuses que montrent le cinéma et la publicité montrent un retard sur la réalité. La culture religieuse constitue un trompe-l'œil : les habitants de l'Occident en ont perdu le mode d'emploi.

Comment l'Église doit-elle s'y prendre pour évangéliser "l'homo mediaticus" en ce début de second millénaire?

Membre de l'Observatoire médiatique de l'UCL, l'auteur consacre un chapitre au récit dans les médias. "Pour que le récit (d'une information) fonctionne, il faudra évidemment aussi qu'il se passe quelque chose. Qu'un enjeu émerge. Qu'un conflit voie le jour. Que l'on puisse identifier des acteurs "positifs" et "négatifs", des "bons" et des "méchants", comme dans toute narration qui se respecte." Cependant, ses responsables ne comprennent pas toujours que les médias ne s'intéressent seulement à l'Église que lorsqu'il y a problème ou quand se produisent des événements spectaculaires (voyage du pape) et qu'ils la négligent complètement lors d'événements où la tension est absente.

Dans une dernière partie est étudiée la manière dont l'Église pourrait aller à la rencontre du monde. Notamment en ayant recours aux témoignages. Mais ceux offerts par l'Église proposent des modèles – souvent des clercs – qui sont des personnages lointains auxquels les gens ont des difficultés à s'identifier. Dans ce sens, à Mère Teresa, ils préfèrent "Sœur" Diana.

À juste titre, Frédéric Antoine reproche à l'Église d'avoir une vision utilitariste des médias plutôt que de les considérer comme vecteurs de culture. L'évangélisation? "L'avenir du christianisme passe-t-il par une reconquête (ou une réappropriation) de l'espace culturel de la société actuelle ou doit-il s'envisager comme le fruit d'un dialogue avec le monde?" Si

l'on choisit la seconde option, est-il opportun que l'Église (et celle de Belgique en particulier) possède ses propres médias?

"Le grand malentendu" est un livre extrêmement passionnant car il traite d'un thème peu abordé jusqu'ici. Néanmoins il nous a laissé sur notre faim. Nombre de questions concrètes concernant l'Église de Belgique et les médias ne sont pas abordées. Par exemple : comment améliorer les émissions religieuses catholiques (radio et TV) diffusées par la RTBF? Ou faut-il y renoncer, l'émission religieuse télévisée en particulier ayant une audience confidentielle. Au profit de quel autre projet?

De telles questions sont pertinentes au moment où, relève l'auteur, les responsables de l'Église dans notre pays, après avoir pris acte de la fin des médias chrétiens (La Libre Belgique, De Standaard), semblent avoir changé de politique. Cependant, créer des médias "cathos" revient à privilégier et à développer une communication interne forte et à constater l'échec de la stratégie d'ouverture de l'après-Concile.

Des médias "cathos", cela suffit-il, selon le vœu de Paul VI, pour "évangéliser la culture". Existe-t-il une stratégie sérieuse pour être présent là où la culture se crée? Jadis l'Eglise, jouant le rôle de mécène, a été à la base de tant d'œuvres d'art: livres, musiques, peintures, statues, cathédrales, etc. Elle a presque complètement perdu cette tradition, tradition à réinventer dans ce monde de médias. Doit-elle s'étonner que la culture soit de moins en moins chrétienne?

A mon avis, il conviendrait d'abord de préciser les objectifs que l'Église veut atteindre par le recours aux médias. Il lui faut répondre à la question classique de la communication: "Qui dit quoi, à qui, par quel moyen et avec quel effet?" Vaste recherche qui ne devrait pas seulement se limiter aux médias, mais envisager les autres moyens de communication: contacts personnels, prédication, catéchèse, etc.

Nous ne pouvons que suivre Frédéric Antoine qui, dans sa conclusion, invite à poursuivre la réflexion.

Jacques DESSAUCY

