

Spiritus

les médias
une révolution ?

les médias, une révolution ?

Jean-Pierre Caloz	Les médias, une révolution ?	355
Clothilde Lee	Du bon usage des médias	370
Monique Hébrard	Proposition de la foi dans les médias	379
Alain Agboton	Expérience africaine	385
Spiritus	Kalaï Kaviri, institution des Beaux-Arts	392
Achille Kouawo	Afrique et médias	396
Pierre Saulnier	Médias traditionnels en Afrique	403
Pietro Pisarra	Évangile et médias	414
Gabriel Nissim	«Je t'aime, moi non plus», Eglise et médias	421
Claude Tassin	Saint Paul et les médias	434
Spiritus	UNDA, une organisation catholique	445
Telmo Meirone	Vie religieuse et communication	449

chroniques

Réunion du CREDIC	456
Conseil de rédaction de Spiritus	459

notes bibliographiques

461

Portables, modems, «surfer», «zapper»... sont des termes nouveaux et à peine acclimatés dans la langue française. Mais ils représentent des réalités bien actuelles. Ne sont-ils pas le nom d'outils que l'homme, cet être de relation, se donne pour tenter une plus large communication? Certes, depuis toujours les moyens de communications ont existé, grâce à la parole, la musique, la danse. L'Afrique et l'Asie nous le rappellent, même s'il faut bien souligner l'impact des médias dans ce continent. Qu'on le veuille ou non, ces nouveaux médias sont là et font une réelle concurrence à la domination de l'écrit, quasi exclusive jusqu'alors. Faut-il s'en inquiéter? Les opinions et les réponses varient.

Ce numéro propose modestement une visite de cet univers. Il cherche à en faire découvrir les contours et la vitalité foisonnante, à en révéler les richesses et les ombres, à en souligner les apports décisifs comme les ambiguïtés et les dérives éventuelles. Il invite également, au-delà de la fascination de l'image et de l'information immédiatement disponible, à apprendre la grammaire des médias, à poser une distance critique avec ce monde nouveau à apprivoiser.

Sans doute ne s'agit-il pas là d'une mode, mais d'une nouvelle manière de vivre, dont l'adoption nécessite des changements culturels profonds. Mais vont-ils amener un mieux être à l'humanité, une meilleure appropriation par tous des richesses du savoir et de la pensée? Ou au contraire, vont-ils être la cause d'un aplatissement culturel et d'une banalisation irréversible? Tout progrès humain est en quelque sorte une arme à deux tranchants. Cependant une telle avancée dans le domaine de la communication ne saurait laisser indifférents les messagers de l'Évangile.

Passé le temps de la méfiance, au-delà des tentations d'idolâtrie ou d'aveugle confiance, vient le moment d'un effort lucide pour faire de ces médias, les moteurs de l'avènement d'un royaume de communion fraternelle.

Le numéro se clôt sur le compte rendu du dernier colloque du CREDIC (Centre de Recherche et d'échanges sur la Diffusion et l'Inculturation du Christianisme) sur «Œcuménisme et Mission», on y retrouve, bien sûr, le même souffle missionnaire qui fait toujours aller de l'avant.

Spiritus

L'équipe de rédaction de Spiritus est maintenant au complet avec l'arrivée de Sœur Marie Bénédicte Leparoux, des Sœurs de l'Immaculée Conception de Castres. Après 37 ans passés au Sénégal, elle continuera à être au service de la mission à Spiritus comme secrétaire. Bienvenue au sein de l'équipe!

LES MÉDIAS, UNE RÉVOLUTION?

par Jean-Pierre Caloz

Jean-Pierre Caloz, Oblat de Marie Immaculée de nationalité suisse, après des études à l'Université St Thomas de Rome, a été aumônier d'étudiants en Suisse Romande, Provincial à Strasbourg de 1984 à 1988 et membre du Conseil Général des OMI de 1988 à 1998. Il travaille actuellement au CREC, dans l'équipe du Père Pierre Babin. Il nous plonge dans l'univers des médias, en pleine évolution, si déconcertant parfois.

les contours d'une nouveauté inédite

Tout à l'heure, je roulais derrière le bus 30 à Lyon, il portait une **publicité**: «Maintenant avec Internet, la seule limite c'est vous». C'est drôle, un bus qui vous parle de vos limites, comme les prédicateurs d'autrefois qui vous faisaient ensuite rebondir en Dieu, l'éternel, l'illimité, le tout-puissant; seulement, dans le petit sermon du bus 30, l'illimité, le tout-puissant: c'est Internet! *Que voilà un dieu à portée de main*, un instrument infini. Il ne tient qu'à moi d'améliorer mes performances pour entrer dans l'illimité.

Dans ces pensées, j'arrive à mon bureau. En vue de cet article, j'avais mis de côté quelques coupures de **journaux** et quelques **revues**, au hasard de ce qui me tombait sous la main et je lis: «les entreprises gagnées par les places de marché du Net»; «Canal cherche la porte du cybersport»; «Le futur de la lecture»; «La passionaria du réseau»; «La tribu des yetties»; «La Chine joue Linux face à Microsoft»; «Êtes-vous nouvelle économie?»; «Multimédia: voyages dans les labos du futur»; «Université virtuelle à Dakar»; «Internet, ça y est, la France s'enfièvre». Un numéro du Spiegel me tombe sous la main: «La Bombe @, les tueurs de virus» et par hasard, j'avais trouvé quelque

revue de presse de Varsovie commentant un article sur le futur : «L'avenir aura-t-il encore besoin de l'homme?», cet article faisant référence à Francis Fukuyama parlant d'une 'histoire d'après l'humanité'. Et comment ne pas signaler l'Express du 27 avril au 2 mai, dont je m'inspire abondamment : «Spécial Nouvelle économie. Business, travail, éducation, loisirs, rencontres. Tout ce qui change.»¹ Je suis impressionné par tous ces titres. Ils touchent l'économie, le sport, l'enseignement, les loisirs, la délinquance. Ils touchent l'Europe, l'Asie, l'Afrique. *Il doit bien y avoir quelque chose d'important qui se passe.*

La nouveauté du phénomène apparaît aussi dans les faits suivants : **restructuration** des divers Télécoms en Europe ; on annonçait ces jours l'achat d'«Orange», compagnie de téléphone anglaise, par France Télécom. Privatisations et concurrence font baisser les prix : «Faites le 7, ou le 9». Les **méga-fusions** au niveau international donnent naissance à des géants, parmi lesquelles signalons l'achat de Time Warner, n° 1 des médias, par AOL, le n° 1 des fournisseurs d'accès à Internet, rachetant quelques jours après EMI, le géant anglais de la musique. Pensez aussi aux ennuis de Bill Gates avec la justice de son pays. Pensez à l'explosion des téléphones portables (la France en comptait 21.773.700 au 31 janvier 2000), aux perspectives futuristes qui nous promettent de faire de notre portable un vidéophone, un fax, un agenda, tout en le couplant à Internet.

Des parts de marché en croissance constante se font déjà par Internet, à travers des cartes bancaires de plus en plus sûres – ou du moins, à sécuriser – étonnez vous alors qu'il y ait des milliards en jeu ! Dans le domaine de la chirurgie, pensez aux opérations faites à des milliers de kilomètres, par de grands professeurs guidant de mini-robots dans le corps des patients. Pensez qu'«il n'est plus besoin d'habiter Boston pour suivre un travail dirigé de Harvard. La plupart des grandes écoles de commerce françaises proposent aussi aujourd'hui des formations diplômantes sur le Web»². *Pensez, ça fait effectivement beaucoup d'innovations.*

Et dans l'**univers religieux** ? Les changements ne sont pas aussi spectaculaires et pourtant, au dire de François Gloutnay, canadien spécialisé dans la recension des sites religieux, il ne se passe pas de semaines sans qu'apparaissent des dizaines de nouveaux sites. Il s'exprimait ainsi dans une session récente, au CREC à Lyon : «Les textes

1/ *L'Express* n° 2547, semaine du 27 avril au 3 mai 2000. 2/ Ibid. p. 48.

sacrés de plusieurs Églises et Religions peuvent facilement être trouvés dans Internet. Je pense au livre des Mormons, au Bhagavad Gita. Du côté des chrétiens, en plus de la Bible dans son intégralité, on peut trouver, entre autres, les documents adoptés par les évêques au Concile de Trente. Plus proche de l'actualité le site de la *Documentation Catholique* donne accès aux documents importants de Rome et des évêques depuis 10 ans.» Il ajoutait encore: «Chaque Église ou mouvement invite ses membres à se donner des moments de méditation. Des sites ont été créés afin de proposer de tels moments de réflexion.»

Beaucoup de Congrégations religieuses ont leur site et beaucoup d'Abbayes, parmi lesquelles il en est qui ont déjà une longue expérience, telle l'Abbaye de Maredsous dont le P. Poswick a été parmi les premiers à traiter la Bible par l'informatique. Les conférences épiscopales ont leur site, des diocèses et des particuliers, aussi c'est déjà une belle présence, même si tout cela se vit dans la discrétion³.

s'agit-il d'une nouvelle révolution ?

« Nous sommes bien dans un de ces intervalles de temps, à la fois brefs et brutaux, où tout bascule: un ordre ancien stable s'efface tandis qu'apparaît un nouvel état du monde. Ce vaste déménagement va très au-delà de l'économie. La cybersphère embrasse le politique, le social, le travail, les sciences, la culture, bref, toute l'activité humaine⁴. »

L'Express donne aussi la parole à François Caron pour qui *nous vivons la troisième révolution industrielle*; la première étant celle de la machine à vapeur et du chemin de fer, la deuxième celle de l'électricité et de ses multiples applications, la troisième étant celle d'Internet. « N'est-il pas saisissant de comparer les similitudes de ces trois moments clefs de notre histoire économique ? Chaque fois, c'est un réseau: chemin de fer, électricité, Internet – qui vient irriguer toute l'économie⁵. »

3/ En commençant cet article, j'avais l'intention de réfléchir sur le phénomène des médias, dans leur ensemble, (téléphone, radio, cinéma, télévision) tel que je suis parti, je vois qu'Internet prend de plus en plus de place. Ce n'est peut être pas plus mal. Internet concentre, aiguise, on pourrait dire, exaspère la place des Médias et nous oblige à nous redéfinir. Une difficulté: qui n'est pas encore branché pourra

se sentir simple spectateur dans cette réflexion.

4/ Denis JEAMBAR, in L'Express, éditorial.

5/ Ibid. p. 22 On peut lire une critique de cette interprétation dans «Manière de voir» n° 52, pp. 50-54 où Lucien SFEZ tente une approche plus critique: « Nous voyons donc circuler toutes ces présentations comme autant de simplifications amplifiées par les médias. Poncifs et stéréotypes se disputent le terrain » (p. 51).

Il est toujours délicat de décréter s'il s'agit oui ou non d'une révolution, ces termes sont tellement chargés de significations, souvent affectives. Ce qui est sûr, c'est que le moment que nous vivons entraîne des changements considérables dans le quotidien, la culture, les mentalités et la façon de vivre la foi.

LES NOUVEAUX MÉDIAS CHANGENT LA VIE QUOTIDIENNE

l'instantanéité

Commander un billet d'avion, réserver une salle, disposer du programme d'un Congrès, rechercher une recette de cuisine, une carte géographique, une information savante, *tout cela se fait de votre bureau, dans les secondes qui suivent la décision*. Plus besoin de prendre rendez-vous, de se déplacer, de subir des heures d'attente. Que l'on pense aussi à la facilité des achats. Bien mieux que sur un catalogue, les sites Web vous promènent dans les magasins, vous permettent d'essayer les habits à travers un mannequin qui épouse immédiatement vos mesures, vous cliquez, vous donnez votre carte et ça y est. Cette innovation est sans doute l'une des plus importantes. *Internet deviendra de plus en plus le super-super-marché, parfaitement interactif*. Pour notre génération, il y a probablement une distance culturelle à combler. Est-on aussi sûr d'avoir bien réservé le bon avion, le bon jour, quand on l'a fait par téléphone ou par Internet, que lorsqu'on est allé à l'agence de voyage et que l'hôtesse vous a donné de la main à la main le billet en question? Quant au téléphone portable, j'entends encore la réflexion de deux industriels: «Je me demande comment nous avons fait autrefois quand les portables n'existaient pas?» Autrefois? Il y a deux ou 3 ans!

connexion de l'individu à la totalité du monde

Ce qui était bien gardé dans les bibliothèques ou distillé au goutte-à-goutte dans les universités, ces temples dans lesquels seuls les initiés étaient admis, vous est offert sur la Toile. Que je m'en serve ou non peu importe, *je sais que le savoir du monde est désormais à ma portée*. C'est un changement considérable. St Thomas disait que «connaître c'était devenir en quelque sorte toute chose». Devenir toute chose, c'est une façon de régler la question des limites existentielles et ontologiques. C'est aussi changer les critères d'appartenance sociale; les classes sociales traditionnelles s'effritent, de nouvelles «tribus» naissent.

Naître, c'est être mis au monde. Alors que nous étions mis à un monde bien particulier et limité, nous voilà mis au monde, à l'universel, au village global. «*La "netamorphose", dans un grand écart inédit, connecte l'individu à la totalité du monde*⁶. »

Mai 68 s'est battu contre les cours ex cathedra, contre les mandarins qui emprisonnaient les savoirs, qui dictaient ce qu'il fallait penser. Sur le Web, l'utilisateur est roi. C'est lui qui commande, qui cherche, qui combine. Il peut aussi se faire des amis, participer à des clubs de discussions, s'amuser. *Il tisse sa toile sur la grande toile.*

besoin de communiquer

Dans le numéro de l'Express déjà cité, une question est posée à François Caron : Quelle est la demande sociale d'aujourd'hui ? Il répond : «*Très clairement, un besoin de communication, d'échanges, intensifié par l'éclatement des solidarités locales et professionnelles. Internet, c'est une réponse à la décomposition des anciens liens sociaux*⁷. » Il y a déjà bien longtemps, Jacques Vicari, professeur d'architecture à Genève, disait que l'urbanisation massive, caractéristique de notre époque, répond bien sûr à des raisons économiques, mais s'inscrit plus profondément dans le néo-cortex de notre cerveau, propre à l'homme et qui apparemment ne sert à rien, si ce n'est à communiquer. La communication, un besoin physiologique ?

une remarque d'ensemble

Serais-je, dans ce qui précède, un chantre inconditionnel d'Internet ? Il est difficile d'échapper soit à l'enthousiasme naïf, soit à une critique boudeuse. Internet ne va pas magiquement changer le monde, il n'est pas non plus le leurre par excellence, le miroir aux alouettes que l'oncle Sam nous présente pour mieux nous posséder. Je suis conscient d'un parti pris favorable et je le confesse, mais de toute façon *l'important c'est de rester vigilant et de savoir évaluer l'expérience*. Pour cela, il est indispensable de lire des analyses critiques qui nous gardent éveillés et nous offrent le recul nécessaire pour ne pas sombrer dans une consommation béate⁸.

6/ Ibid., éditorial.

7/ François CARON, *ibid.*, p. 25.

8/ Voir par exemple Lucien SFEZ, *loc. cit.* et les références citées dans cet article. Cf.

aussi «*Manière de voir*» n° 46 : «*Révolution dans la communication*» (juillet-août 1999) et le hors-série : «*Internet, l'extase et l'effroi*» (octobre 1996).

DES CHANGEMENTS CRUCIAUX

l'entrée dans un nouvel espace-temps

Nous sommes spontanément circonscrits dans un espace donné: la ville, le pays, un continent. Les nouveaux médias parlent du **cyberespace**. «Le cyberespace incarne *le monde virtuel qui naît des informations échangées par les hommes dans les réseaux de communication*. Il crée une nouvelle forme de relation entre les hommes, des opportunités culturelles, commerciales ou de recherche, une nouvelle forme de compétition. Mais le cyberespace est encore une jungle, bruisant de mille dangers, où l'on peut se perdre, un Far West numérique au sein duquel pirates et escrocs évoluent à leur guise⁹.» Avec le temps, l'espace fait partie de la prise de conscience de chacun.

Les changements au niveau de *l'espace et du temps entraînent toujours des changements culturels radicaux*. Ce fut le cas au temps de la découverte du nouveau monde, il y a 500 ans: naissance de l'esprit pionnier, goût de l'aventure, conquêtes et luttes pour établir des hégémonies. *Parce qu'un ailleurs existe, l'imagination peut se donner libre cours* et de fait, à la Renaissance, les utopies fleurissent.

Nous retrouvons quelques unes de ces caractéristiques chez nos contemporains, du moins chez les «accros». Le numéro de l'Express déjà cité parle de «la tribu des yetties». Yetties n'est pas le nouvel abominable homme du Web! Mais le «young entrepreneurial tech-based» vous l'aurez compris: le jeune entrepreneur en nouvelles technologies. «Indifféremment hommes ou femmes, les yetties ont entre 20 et 30 ans. Ils sont blindés, passionnés, et surtout pragmatiques et malins, totalement adaptés aux lois de la nouvelle jungle. Le yettie est celui qui n'arrive pas à faire comprendre à sa mère ce qu'il fait¹⁰.»

vivre la globalisation

Vivre la globalisation ce sera aussi sortir de nos frontières; prendre du recul par rapport aux habitudes; dépasser les préjugés, les racismes, les mentalités d'exclusion. «Quitte ton pays et la maison de tes pères et va vers le pays que je te montrerai», dit Dieu à Abraham. C'est si

9/ Joël de ROSNAY «L'homme symbiotique» Le Seuil 1995, pp. 166-167.

10/ Jean-Sébastien STEHLI, loc. cit., p. 94.

simple quand tout est clair, quand on est assis sur sa bonne conscience, avec la certitude d'avoir raison. Les nouveaux médias obligent à s'ouvrir à un monde complexe, à entrer dans un monde à plusieurs dimensions, à chanter à plusieurs voix, et cela ne va pas sans souffrance.

Vivre la globalisation ce sera aussi accepter de passer du contrôle à la négociation. Voilà donc une grande chance pour la démocratie, non seulement comme système politique mais comme culture. La Chine en fait l'expérience.

Le courrier électronique échappe plus facilement au contrôle des autorités. C'est ainsi que la secte Falung gong peut s'organiser avec une telle facilité à travers tout le territoire et venir narguer le régime. « Les régimes autoritaires, affolés par l'avènement de cette démocratie en ligne, tentent de réprimer les cyber-dissidents » par filtrage ou en entrant carrément dans le site contestataire pour en découvrir les usagers. Ainsi, en Chine, quatre dissidents ont été condamné à 5 et 11 ans de prison, pour subversion,¹¹ mesures d'un monstre aux abois. Les murailles n'ont jamais arrêté la liberté et, espérons-le, encore moins aujourd'hui, puisque la voix des résistants peut se faire entendre dans le monde entier. Le cyberspace a le temps, il finira par lézarder les murs épais des dictatures.

changer de logique, penser autrement

« Depuis 2000 ans, nous vivions dans une économie de l'offre ; nous glissons dans une économie de la demande, le règne absolu du citoyen-consommateur-autonome. Pour entrer dans cette vie nouvelle sans trop de dégâts, beaucoup est encore à imaginer et à réinventer¹². » C'est ainsi que les stages de formation en tous genres fleurissent. Le Parlement de notre pays en a donné l'exemple, les 11 et 12 avril derniers, lors d'une journée d'étude, consacrée à Internet. « Le choc de la société de l'information n'a pas encore commencé. *Nous ne savons même pas penser ce qui va se passer* », concluait l'un des experts invités¹³.

L'école d'hier nous a habitués à des discours bien construits. Il fallait un ordre logique, un développement harmonieux qui amène une conclusion. Le langage du cinéma n'est pas de cet ordre. C'est une

11/ A. LOUYOT et D. LAGARDE, *ibid.*, p. 60.

13/ R. de VENDEUIL, *ibid.*, p. 32.

12/ *Ibid.*, éditorial.

mosaïque de scènes se superposant ; elles suggèrent une histoire, mais c'est au spectateur de la reconstituer. L'énigme, le suspense, sont des moyens que le cinéaste utilise pour jouer et communiquer avec son public. *Le message de la logique est clair mais directif et contraignant, alors que le message des médias est un appel symbolique qui éveille dans le spectateur l'émotion, la passion, la nostalgie.* Au temps jadis, la transmission des idées claires et précises se faisait par un professeur qui transfusait son savoir dans ses auditeurs ; *avec Internet, c'est l'utilisateur qui est roi, qui fait son miel à partir de tout ce qu'il butine dans le vaste jardin de la toile.* La source d'information est à disposition, sans contraintes, simplement offerte. C'est beau mais ce n'est pas évident !

susciter de nouveaux modes de solidarité

Autrefois, le voisin était celui qui habitait à côté, physiquement à côté. Les facilités de transports et le téléphone ont fait éclater le voisinage. Actuellement, la situation s'est renversée au point que souvent les voisins physiques sont devenus très lointains. Internet ne fait qu'accentuer ce mouvement. Nous avons jusqu'à présent privilégié la présence physique, mais la présence physique n'est pas la seule. Dans ma congrégation, on reconnaît comme authentique communauté, la communauté «de district». Ce n'est pas une communauté qui vit sous un même toit, mais qui fonctionne sur la base d'une appartenance réciproque, qui se donne des structures pour exister.

Il y a aussi des communautés de pensée, c'est-à-dire des groupes dont on partage l'orientation, l'idéal, le climat. *Internet permet de faire du monde notre propre corps, c'est évidemment loin d'être arrivé.* Pour avancer sur ce chemin, il faudra franchir un nouveau pas dans la solidarité. Les nouvelles du monde sont encore trop souvent de l'ordre du spectacle, de la pure information. Il s'agira donc *de passer de l'information-spectacle à l'appartenance-solidarité.* Je ne puis évidemment pas prendre sur moi toutes les misères du monde, mais je peux dépasser l'indifférence, accueillir en moi, comme portion d'humanité à laquelle j'appartiens, telle souffrance, tel drame. Si la solidarité n'était pas à la racine des informations qui circulent sur les médias, elles ne tiendraient pas. Il y a effectivement certains qui ont décroché, qui n'aiment plus les informations et leur préfèrent le sport, mais chez le grand nombre, les nouvelles du « grand corps » continuent à intéresser.

Il ne faudrait pas évidemment que la solidarité pour le « grand corps » nous dispense de voir les besoins qui sont à notre porte. Il ne faudrait pas que le monde virtuel devienne comme une illusion, une relation rêvée qui nous empêche ensuite de nous confronter avec la réalité telle qu'elle est. Il y a un an et demi, je me trouvais à Taizé. Mon voisin s'est mis à me raconter qu'il avait correspondu pendant longtemps par Internet avec une fille canadienne. Un jour était né chez lui le désir de rencontrer cette personne en réalité. Il est donc allé voir. A l'arrivée, personne ; après des recherches, il rencontre finalement la femme en question, très indifférente, gênée de cette visite. Elle voulait bien d'une relation rêvée, mais pas d'une relation réelle. Question sérieuse, en effet !

LES NOUVEAUX MÉDIAS ET LEURS PROBLÈMES

les nouveaux médias seraient-ils un luxe de riches ?

Le Web va-t-il augmenter le fossé entre le nord et le sud du monde ? C'est une question extrêmement grave. « La moitié des internautes de la planète réside aux États-Unis et au Canada. 83 millions sont européens. L'Asie compte 70 millions d'utilisateurs dont la moitié réside au Japon. Près de 11 millions de Latino-américains et 2,5 millions sur le continent africain. La moitié de la population mondiale n'a pas encore passé son premier coup de fil ¹⁴. » Ces chiffres montrent les disparités énormes dans lesquelles vit le monde. De tels contrastes existent aussi à l'intérieur d'un même pays, l'Inde par exemple qui compte en même temps le tiers des ingénieurs du monde et le quart des humains les plus défavorisés. L'Inde est actuellement le premier exportateur de logiciels, mais cette manne est concentrée sur quelques lieux, notamment Bangalore qui, à elle seule, exporte pour 2 milliards de dollars par an.

Et pourtant, *malgré sa précarité, le réseau actuel permet des réalisations importantes*. Les téléphones, les anciennes phonies, les radios amateurs, les cybercafés qui se multiplient en ville, permettent d'appeler à l'aide, d'alerter sur des épidémies, d'échanger des résultats d'analyse, de se consulter sur les soins à donner. « L'agence universitaire de la francophonie se sert maintenant d'Internet, en créant des campus numériques dans des capitales africaines. Moyennant la somme

14/ Ph. COSTE et coll., *ibid.*, p. 106.

modique de 300 FF par an, étudiants, professeurs, chercheurs peuvent accéder aux banques de données scientifiques du Nord¹⁵.»

Au-delà du pessimisme des statistiques, il y a un mouvement qui est en route partout et qui déjà change la vie. «Le miracle technologique peut se révéler un mirage s'il ne s'adapte pas aux conditions économiques locales¹⁶.» L'auteur cite alors l'exemple de la Grameen Bank du Bangladesh, spécialisée dans le petit crédit et dont le succès est unanimement reconnu. Elle a fourni à plus d'un millier de femmes des téléphones mobiles qui leur permettent de s'informer sur les cours du riz, de joindre un médecin, de se concerter et de s'organiser. «Le grand défi de l'avenir ne sera pas technique, il sera humain. *Le grand choix de l'humanité sera de ralentir la fuite en avant des privilégiés et d'organiser la société et la planète pour le bien de l'ensemble des hommes*¹⁷.»

les «nouveaux pirates», les «nouveaux coquins»

A plusieurs reprises, la télévision et les journaux ont parlé de la pédophilie sur le Net. Nous avons aussi appris un mot anglais, les «hackers» qui envoient des virus et s'immiscent dans les comptes des entreprises pour leur soutirer de l'argent ou des informations. Ces malversations pourraient-elles être une raison de nous méfier de ces nouveaux instruments et en dissuader l'usage?

Le Web est nouveau mais les voleurs, les pédophiles et les proxénètes existent depuis belle lurette. Ce n'est pas la faute au Web. Attirés par des profits toujours plus juteux – car derrière les meneurs de tels mésusages, il y a toujours l'argent – ils savent tirer partie des possibilités que leur offrent ces nouveaux instruments et ne perdent pas de temps pour passer aux actes. Ils l'ont fait avec la presse (pornographie) avec le cinéma porno, avec les vidéo-cassettes, avec le Minitel. Il serait étonnant que le Web soit resté innocent!

Pour ajouter une composante – bien plus grave – au tableau des débordements possibles, je mentionnerai la triste besogne de la radio «Les Mille collines» au Burundi. Elle a attisé le racisme et les passions homicides, au temps du génocide, devenant ainsi l'un des acteurs prin-

15/ B. BREUILLAC, *ibid.*, p. 62.

17/ Joël de ROSNAY, *op. cit.*, p. 328.

16/ Ph. COSTE et coll., *ibid.*, p. 109.

cupaux dans la mort de ces centaines de milliers de personnes. Le tribunal d'Arusha vient de condamner le principal responsable à 12 ans de prison, ce qui est considéré par tous comme nettement insuffisant.

une réplique nécessaire : la formation

Alertés par l'opinion publique sur les cas de pédophilie, les autorités et la police ont mis en place des stratégies pour piéger ces délinquants et les faire condamner. *La répression est une réponse nécessaire*, elle n'est cependant pas la seule. *La formation, la promotion des valeurs morales et du goût pour ce qui est noble et authentiquement humain, constituent l'autre volet de la réponse*. Le Conseil pontifical pour les communications sociales a fait paraître récemment «Éthique dans les communications sociales.» On peut y lire au n° 13: «Les médias peuvent être utilisés pour freiner la communauté et nuire au bien intégral des personnes, soit en les aliénant, en les marginalisant et en les isolant, soit en les attirant au sein de communautés perverses organisées autour de valeurs erronées et destructrices. Ils peuvent fomenter l'hostilité et le conflit, en dévalorisant les autres et en créant une mentalité de 'nous' contre 'eux'; présenter ce qui est bas et dégradant sous une lumière fascinante, ignorer ou amoindrir ce qui élève et ennoblit.»

La réponse est dans la formation: «Le premier devoir des destinataires de la communication sociale est d'être sélectifs. Ils devraient s'informer sur les médias et faire des choix responsables, selon des critères éthiques sérieux, sur ce qu'ils lisent, regardent ou écoutent ¹⁸.»

A ce propos, les évêques américains ont publié une déclaration: «Votre famille et le cyberspace ¹⁹.» Le document commence par clarifier la terminologie. Il énumère ensuite les problèmes de la pornographie, de la violence, des contacts risqués que des enfants peuvent contracter sur le Net, mais aussi des informations religieuses les plus fantaisistes qui parfois se dissimulent sous un site intitulé «catholique». Que peuvent faire les parents? Internet offre des clés de sécurité, des verrouillages qu'il s'agit de savoir utiliser, c'est déjà une première réponse. Suit alors une liste de conseils pratico-pratiques: se former soi-même, pratiquer Internet avec les enfants; beaucoup de ces conseils portent sur le dia-

18/ Commission pontificale pour les communications sociales, «Éthique dans les communications sociales» n° 25.

19/ Publiée dans la Documentation catholique, n° 2231, août 2000, pp. 739-742.

logue familial autour d'Internet. *La connaissance technique et l'approche humaine sont deux ingrédients indispensables de la formation.* Les enfants peuvent apprendre aux parents le maniement technique, les parents les feront réfléchir aux contenus. Chacun apporte ainsi sa contribution pour que naisse une relation interactive dynamique.

CHANCE POUR L'ÉVANGILE ET TÂCHE POUR L'ÉGLISE

L'approche descriptive et analytique qui précède, toute lacunaire qu'elle soit, aide à situer la tâche des chrétiens dans le monde des médias et notamment d'Internet.

aimer les foules

L'Église ne peut rester indifférente devant le saut qualitatif que franchit l'humanité dans sa capacité de communiquer. « L'Église sait qu'elle est une communion de personnes et de communautés eucharistiques, qui trouve son fondement dans la communion intime de la Trinité et qui la reflète. En effet toute communication humaine est fondée sur la communication entre le Père, le Fils et l'Esprit Saint. Mais bien plus que cela, la communion trinitaire s'étend à l'humanité²⁰. » Il faut souligner cette dernière phrase. *La communication qui intéresse le chrétien n'est pas seulement la communion intra-ecclésiale mais tout type de communication entre les hommes. Il est appelé à y voir un reflet de la communion trinitaire.* Comment donc ne pas être sensible à la naissance d'un réseau englobant, tel le téléphone portable, la radio et Internet? Dans une vue un peu futuriste, on peut y voir l'arrivée des conditions matérielles à la naissance d'une grande communion universelle qui serait tellement dans la ligne de la Pentecôte et de l'Eucharistie? Le P. Teilhard de Chardin avait été bouleversé par cette perspective, il en avait fait l'objet de sa contemplation et de sa passion. Il entrevoyait la fin de l'histoire comme l'éclatement de l'humanité, devenue si dense dans sa communion, trop dense pour être encore enserrée dans les limites de l'histoire, qu'elle ne pourrait que s'achever par le haut, c'est-à-dire, s'accomplir dans le « Milieu divin », le foyer trinitaire²¹, des perspectives enthousiasmantes pour lire notre temps.

20/ «Éthique dans...» n° 3.

21/ P. TEILHARD de CHARDIN voir par

exemple «Hymne de l'Univers», Livre de Vie 62-63, pp. 223-224.

Le mot « masse » ne fait pas partie spontanément de notre vocabulaire chrétien et pourtant c'est le mot qui, si souvent, accompagne le mot média (mass media). A cause de la formation universitaire du clergé, nous avons tenu les masses dans une situation d'enseignées, avec une certaine crainte des débordements possibles si les masses s'emballent. Ce chapitre est trop immense et la seule chose que je soulignerai, *c'est qu'il nous faut passer d'une attitude de méfiance et de soupçon à une attitude de bienveillance et d'amour*. Jésus a été confronté à la question. Il a été attentif à ne pas donner trop de retentissement à ses miracles pour éviter des mouvements de masse ambigus et pourtant il a aimé les foules, il en a lu les besoins profonds et s'est donné tout entier pour les soulager²².

offrir nos biens

Le Père Babin, grand connaisseur des médias depuis tant d'années, propose que nous prenions comme modèle de l'Évangélisation la relation commerciale qui consiste à s'offrir réciproquement des biens après s'être mis d'accord sur les conditions de l'échange. « Il s'agit d'un acte où les partenaires partagent des intérêts complémentaires. J'ai quelque chose à vous donner, vous avez quelque chose à me donner. Chacun de nous est intéressé. Cette attitude est complètement différente de celle qui dit : j'ai la vérité et je la proclame pour vous enrichir²³. » *Au départ, il y a la conviction qu'un public est intéressé aux « biens évangéliques » ; cette conviction sous-tend une attitude de marketing : informer largement, sans choisir les clients potentiels, qu'ils soient à l'intérieur ou à l'extérieur des frontières visibles de l'Église.*

participer pour faire advenir la communion universelle

Ne pas avoir peur de l'ambiguïté. *S'immerger, participer*. Il faut être à l'intérieur afin de comprendre de quoi il s'agit et pouvoir intervenir. Un chemin du dialogue interreligieux sera celui des rencontres spontanées avec les gens que l'on retrouve sur un même terrain professionnel. Les échanges doctrinaux, sur les contenus, viendront dans un deuxième temps et s'éclaireront par cet enracinement commun.

22/ Par exemple dans Mat. 15,29-31.

23/ P. BABIN et A.A. ZUKOWSKI, « Médias,

chance pour l'Évangile » P. Lethielleux 2000 p. 83.

le «langage du cœur» priorité absolue à l'âge des médias

Pierre Babin parle encore de l'Évangélisation comme «se faire des amis». Il ne s'agit pas de convaincre ou d'imposer, mais de donner, de recevoir et de marcher ensemble. *La densité de la relation humaine devient de plus en plus une composante essentielle de toute communication.* Nous pourrions de moins en moins venir dans un lieu, délivrer un message, et partir. Il faut nouer des liens, s'approprier. S'il y a estime réciproque, nous devenons crédibles, alors les convictions que nous portons pourront être reçues. «Le médium est le message», encore un autre aphorisme, hérité de McLuhan et dont Pierre Babin tire de multiples applications. Le message n'est pas une chose, une lettre, un paquet que je remets à quelqu'un, c'est moi-même. C'est mon corps, dans la mesure où l'on peut mettre la main sur moi. Cela est surtout vrai de Jésus, il ne dit pas le message, il est le message, message total auquel je puis accéder par les sacrements. «Le Christ étant la Bonne Nouvelle, il y a en lui identité entre le message et le messager, entre le dire, l'agir et l'être. Sa force et le secret de l'efficacité de son action résident dans sa totale identification avec le message qu'il annonce²⁴.»

«Le cœur a ses raisons...» Depuis la Renaissance, la pensée claire et précise est apparue comme seul idéal. «La démarche cartésienne a fragmenté la connaissance en une multitude de territoires disciplinaires séparés; ces fractures ont entraîné un schisme des cultures²⁵.» Sortir du rationalisme, de la priorité à la doctrine, au penser juste, c'est aussi une tâche pour l'Église. Nous mettons des énergies énormes pour transmettre la foi dans des groupes de catéchisme. Il faut admettre que les résultats sont parfois décevants. Ce qui d'ailleurs marque les enfants, ce n'est pas tant le contenu des leçons que la gentillesse et le dévouement de sa/son catéchiste.

Le langage du cœur n'a jamais disparu de l'Église, mais il devient une priorité absolue à l'âge des Médias. Il s'agit d'aider les auditeurs à vibrer à la beauté du message, à s'émouvoir devant les larges horizons auxquels la révélation les appelle. Le message est avant tout l'impact produit sur qui l'écoute. A la catégorie du «vrai» qui a dominé

24/ P. BABIN, op. cit., p. 115.

25/ Joël de ROSNAY, op. cit., p. 282.

ces 400 dernières années, il nous faut préférer la catégorie du « bien »²⁶, sans quitter bien sûr le « vrai », car la bonté sans la vérité est aveugle.

Langage du cœur et religion du cœur. La culture des médias signe la mort des répétiteurs, des parleurs par procuration, des simples porte-parole. Si nous ne parlons pas « de nous-mêmes », si nous ne disons pas « je », si nous n'exprimons pas une expérience vécue, nous n'aurons aucune crédibilité. Les auditeurs s'ennuieront, zapperont et iront chercher leur bonheur ailleurs. La condition essentielle pour le communicateur chrétien est donc qu'il ait une expérience mystique, une relation vécue avec Jésus, qu'il se sente lui-même sauvé, qu'il ait repensé comme un bien qui change la vie, qui illumine l'existence et donne sens, ce qu'il affirme dans le Credo. Pierre Babin dit : « Le dilemme de la nouvelle culture est simple : où bien je perds mon âme au gré des vents, ou bien je vis par l'esprit. Quel malheur de pouvoir zapper partout si on n'a pas de centre intérieur éveillé²⁷. »

Je me rends compte que je n'ai fait qu'effleurer la question de la mutation culturelle dans laquelle nous nous trouvons et des multiples répercussions sur notre façon de vivre la foi. Pouvais-je faire autre chose ? Nous avons le nez collé à la fenêtre, nous sommes trop proches des événements. Les générations à venir auront le recul nécessaire pour prendre la vraie mesure du temps présent. *Notre tâche est d'ouvrir, d'initier, et d'agir.* Paraphrasant la découverte de Jacob à Béthel nous pourrions dire : « Ce temps est saint, c'est la maison de Dieu et je ne le savais pas²⁸. »

Jean-Pierre Caloz

CREC.AVEX
12, rue de Chalin – B.P. 70
69132 Ecully CEDEX

26/ P. BABIN, op. cit., p. 96.
27/ P. BABIN, op. cit., p. 108.

28/ Genèse 28,16.

DU BON USAGE DES MÉDIAS

par Clotilde Lee

Titulaire d'un Doctorat en philosophie et après une thèse de doctorat en Sciences de la Communication, Clotilde Lee enseigne à l'Université Soggan de Séoul. Directrice de « AVEX-CORÉE », elle collabore au Centre International de Recherche et de Formation audiovisuel (CREC-AVEX) de Lyon où elle assure un cours sur « l'éducation aux médias ».

Clotilde Lee nous explique la grammaire des médias pour que nous puissions les utiliser d'une manière créative.

Avec respirer, manger et dormir, communiquer fait partie des gestes les plus quotidiens et les plus ordinaires, depuis la nuit des temps. Même sans paroles, notre corps, notre attitude, notre visage communiquent et traduisent l'intérêt, la surprise, la fatigue, l'énervement, et toutes autres possibles attitudes intérieures. Citer ces formes de communication prélogiques donne bien l'ampleur du phénomène de la communication tout en mettant en valeur le langage dont il est la voie royale. Ce type de communication nous est spontané et prend la couleur de la culture locale de nos origines : communication plus directe, voire abrupte en occident, communication plus feutrée en Asie, symbolique et narrative en Afrique, etc.

S'il y a un type de communication spontanée, ce n'est pas le cas de la communication par les Médias. *Nés dans un monde complexe, mettant en jeu des phénomènes psychologiques et sociologiques subtils, les Médias ont besoin d'être appréhendés de façon critique* afin de percevoir leur signification profonde et de déjouer leur jeu d'influence – faut-il parler à tout propos de manipulation ? – qui échappent à une consommation naïve. Tel est bien le propos de cet article.

une première étape: se regarder en tant que consommateur

Il est utile de commencer cette réflexion par un exercice d'observation des consommateurs/trices que nous sommes. *Nous pourrions par exemple nous doter d'une grille d'analyse* qui nous est personnelle et dont les paramètres pourraient être: le temps que nous passons devant la télévision, mes programmes favoris, les motivations qui me guident: loisirs, détente, connaissances, avoir le niveau d'information des collègues de travail, etc. Étudier notre usage des autres médias: radio, chaînes hi-fi, photo, caméra, sans oublier le téléphone. Sonder les désirs ou les craintes qui nous habitent, la dimension économique de notre consommation, sa dimension familiale, ses répercussions sur nos choix, sur notre façon de penser. Les champs d'observation sont multiples et hautement instructifs sur nous-mêmes, à n'en pas douter!

une deuxième étape: apprendre la grammaire des médias

C'est, le point central de mon propos. Cette étape doit permettre, à qui s'applique à cette école, de pouvoir aborder les médias selon la texture intime de leur nature, en fonction des conditions de leur production, dans le contexte socioculturel et économique de leur apparition. Cette approche permet donc de comprendre le langage des médias et de les interpréter en relation avec l'ensemble de la société.

LA GRAMMAIRE DES MÉDIAS

Les auteurs qui se sont penchés sur la question se sont mis d'accord sur les six points suivants comme constitutifs de cette grammaire des médias.

qui communique?

Quel est le producteur de tel ou tel programme? Comment est-il politiquement, idéologiquement, économiquement marqué? Quels sont ses intérêts? *Il y a un lien évident entre un donneur d'ordre, un commanditaire et l'œuvre.* Il est donc du plus haut intérêt pour qui veut interpréter tel ou tel programme de connaître qui est derrière. On comprendra ainsi mieux la ligne éditoriale de CNN, NBC, de TF1 ou d'ANTENNE 2. Il est parfois difficile de connaître qui est derrière telle ou telle information, telle ou telle agence de presse? Quel lobby économique? Quel groupe de presse? Quelle multinationale? C'est à travers une meilleure connais-

sance du paysage médiatique mondial qu'il est possible de recouper les informations et d'identifier les filières de production. Cette carte généalogique des médias est un instrument précieux d'interprétation.

connaître les caractéristiques de chacun des types de médias

Un feuilleton a son genre, le téléjournal a le sien, il en va de même d'un documentaire, d'un policier, d'une émission de variétés, d'une émission religieuse. Les émissions grand public doivent être plus attractives que les émissions scientifiquement plus pointues qui peuvent se permettre d'être plus austères. Ce propos est évident. Ce qui l'est moins, c'est la façon dont *les experts ont mis en forme ces caractéristiques. Ils ont établi les « recettes » des films à succès.* Il semble que les méga-productions, récentes : style Matrix, la Guerre des Étoiles, suivent ces orientations d'assez près ; le résultat est probant, puisque le succès est au rendez-vous. Si la connaissance de ces lois est importante pour « lire » une production, elle est aussi importante pour les auteurs, les producteurs de programmes. L'Église ne doit pas négliger cet aspect des choses. Autant dire qu'il est difficile de s'improviser dans la production médiatique. *L'Église* donc, comme les autres commanditaires de produits médiatiques, *n'a qu'une solution : faire appel à des professionnels.* A ce propos, une question peut surgir : quelle est la place de l'inspiration, du talent créateur ? La production de masse n'est-elle qu'application de recettes ? Ces considérations nous mèneraient hors de propos. Qu'il suffise de constater qu'il y a des chefs-d'œuvre qui n'ont pas de succès si ce n'est bien plus tard, et qu'il y a des films qui défrayent la chronique et dont on ne se souvient plus, une fois la saison passée. Il est vrai que les œuvres d'avant-garde ne sont pas populaires, toutes ne sont pourtant pas des chefs-d'œuvre comme tous les films à succès ne sont pas des navets.

connaître les techniques

De même que les types de production ont leurs lois, ainsi en est-il des techniques. L'aphorisme de McLuhan est bien connu : « Le médium est le message ». La télévision, de par le gabarit de son écran, de par sa situation au sein de la famille, de par la place qu'elle a prise constitue comme un message a priori où dominant par exemple le loisir, la distraction, en un mot : ce qui plaît. A la télévision, il ne faut pas dépasser une certaine dose de « problèmes ». Ainsi, lorsqu'une actualité dure trop, on finit par ne plus en parler.

Pour donner d'autres exemples : le message de la caméra super 8 est très différent du message de la caméra 16mm. L'écran panoramique produit sur vous un autre message que l'écran ordinaire. La musique stéréo est englobante et vitale, alors que la musique mono se prête davantage à l'analyse. Les sons graves émeuvent, les sons aigus excitent. La musique des films est un message en elle-même : elle annonce les scènes dramatiques et crée le suspense. Lorsque dans un cirque, vous entendez des roulements de tambour, vous vous attendez spontanément à un numéro exceptionnel. Si un micro est tenu à distance raisonnable, il véhicule une information objective ; s'il est porté tout contre la bouche, la voix se mêle alors au souffle vital, il véhicule l'émotion, la confiance. L'auditeur, même perdu au milieu d'une foule, aura l'impression qu'il est seul à seul, en communion profonde avec l'artiste. Ainsi en est-il des techniques. Elles ne sont pas de simples supports, mais font partie du contenu même du message. Producteurs aussi bien que consommateurs auront donc intérêt à en connaître les lois.

connaître les langages médiatiques

Comment les médias produisent-ils du sens ? Comme pour le point précédent, nous avons une série d'éléments que les ouvrages exposent chacun à leur façon. Il nous suffira ici d'en évoquer quelques-uns. Le rythme : si la caméra s'arrête sur les plans, détaille un paysage, ou bien si les plans s'enchaînent à vive allure, l'effet produit est totalement différent. Il en est de même de la taille des images : les gros plans sont la façon médiatique de souligner un motif, de dramatiser le message. Les plans présentant le buste sont les plans du téléjournal. Les vues en plongée connotent une notion de mystère, voire d'indiscrétion, les contre-plongées mettent en valeur le personnage qui apparaît soudain plus grand que nature. La juxtaposition des séquences fait aussi partie de l'attirail qui produit du sens : faire alterner une foule et un enfant solitaire, une ville et un désert, ou bien une foule et des images de fête, une ville et une lumière douce, tout cela produira un sens différent.

L'univers des médias est très souvent l'univers du symbole, de la parabole, du langage suggestif, intuitif. Les techniques nouvelles permettent toutes sortes d'**effets spéciaux** qui font éclater le sens, qui transportent le spectateur dans un monde onirique, fantastique, effrayant ou comique ou qui le laissent abasourdi devant la virtuosité de leur démonstration. Le langage médiatique devient ainsi de plus en plus indépendant de la nature ou de la réalité comme sources de ses repré-

sentations. L'univers du virtuel s'offre aujourd'hui comme un continent vierge à l'exploration des créateurs.

quels sont les destinataires ?

Quel est le public visé ? Il y a des productions tous publics, il y en a pour publics avertis, il y en a pour les enfants, pour les adolescents, pour les amateurs d'émotions fortes, pour les sentimentaux, pour les familles. Le public entre ainsi dans les éléments constitutifs d'une production ; il fait partie intégrante de l'interprétation d'un produit donné. Il est passionnant pour un consommateur averti de repérer les clins d'œil qu'un producteur fait à son public, sa façon subtile de le séduire, de lui dire ce qui lui plaît, d'organiser la grille horaire des programmes en fonction de ses chers téléspectateurs. Les radios se sont déjà spécialisées en fonction du public. En France, il y a des radios jeunes (fun, skyrock), des radios sérieuses du style « France Info », des radios 3^e âge, « radio bleue ». Autre exemple, toutes les radios ont des programmes plus orientés vers les femmes dans la matinée, parce qu'elles atteignent avant tout le public des femmes au foyer. Internet cible également un public féminin. Les techniques informatiques permettent d'avoir une image très précise des consommateurs et des usagers. Il est donc aisé aux producteurs de s'adapter à la demande. *« Le client est roi ». Il faut produire pour être écouté.* Il n'est donc pas étonnant que les premiers efforts d'éducation aux médias aient consisté à limiter l'accès de certains produits à des publics déterminés : les enfants et les mineurs, par exemple que la société est censée protéger.

quelle représentation de la réalité se dégage des médias ?

Quand le communisme s'est effondré en Albanie, les côtes italiennes ont vu arriver des bateaux surpeuplés, chargés d'impressionnantes grappes humaines. Pourquoi cet exode ? Les Albanais recevaient la télévision italienne ; ils pensaient que l'Italie était le paradis que toutes les publicités montraient. Ils venaient au paradis ! Cet exemple montre à merveille le décalage entre la représentation des médias et la réalité. Spontanément, les spectateurs pèchent toujours par excès de réalisme. Ils pensent que ce qui est montré correspond à la réalité. Et comment ne le penserait-on pas ? Les images sont là, les visages sont bien réels, et pourtant ! Nous apprenons maintenant que beaucoup de ce qui nous a été montré de la guerre du Golfe était orienté, alors que, s'il y a un

lieu où l'on s'attendrait à une représentation objective, ce sont bien les actualités.

Les téléspectateurs que nous sommes auront toujours à réagir contre la tentation du réalisme. Ce qui est montré dans les médias est une représentation de la réalité et non pas la réalité. *Le produit médiatique existe comme révélateur d'une mentalité*, des courants d'opinion dominants et surtout des intérêts commerciaux des agences de production. La lecture critique des médias consistera à identifier les représentations médiatiques, les intérêts économiques qu'elles servent, les mentalités dominantes qu'elles traduisent. Ce sont des lieux privilégiés pour connaître une population dans un temps donné, ses goûts, ses préjugés, ses allergies, ses passions. Plus qu'un miroir de la réalité, *les médias sont un miroir de nous-mêmes et en tant que tel, ils devraient intéresser au plus haut point les Églises, soucieuses de rejoindre leurs contemporains.*

Voilà six clés de lecture simples. Plus nous les pratiquerons, plus elles fonctionneront en nous comme un système. De plus en plus spontanément nous recevrons les produits médiatiques comme des artefacts, des objets construits qui s'expliquent par leur origine et par leurs destinataires. Il sera alors passionnant d'identifier les lois de composition, les clés du langage, les effets spéciaux et leur place pour produire un rythme, du suspense, un produit qui plaît! *Nous devenons alors spectateurs de la scène et des coulisses, du produit et de l'appareil producteur. C'est cela quitter une lecture naïve pour accéder à une lecture critique et responsable.* Cette distance peut prendre toutes les formes, également celle d'un humour complice et joyeux, ou celle d'un spectateur qui oublie parfois sa distance critique pour se laisser «volontairement» bercer par la poésie, ou émouvoir par le drame représenté.

QUELS CHEMINS? QUELLE PÉDAGOGIE?

Si le paragraphe précédent décrit en quoi consiste le bon usage des médias, une question reste: comment y accéder? Y a-t-il des recettes? Ou du moins des méthodes et des chemins pratiques? Cela existe bien sûr, mais dans les limites de cet article, il serait bien trop long de détailler ce qui se fait dans le cadre d'une formation longue ou dans des stages pratiques. Qu'il suffise de donner quelques points qui nous renvoient davantage à nous-mêmes.

quelle est la relation que j'entretiens avec les médias ?

Il n'y a pas de recettes infaillibles pour devenir un usager conscient et responsable. Il convient dès le départ de se poser la question d'où vient mon attitude critique: vient-elle d'une amitié consciente à l'égard des médias, ou vient-elle d'un ressentiment ? Vient-elle d'un esprit réconcilié avec le monde contemporain, ou est-elle le lieu d'exprimer les frustrations d'un esprit qui a perdu ses marques et qui a du mal avec la modernité ? *Pour une approche sainement critique des médias, il est indispensable de les aimer, d'être réconcilié avec le monde contemporain.* Cela est d'autant plus vrai pour les chrétiens. En effet, il y a un réflexe chrétien qui consiste à dévaloriser le monde afin de mieux démontrer la nécessité de Dieu. Si la critique des médias partait de cette position, elle serait sans doute vouée à l'échec. A partir du soupçon il n'y a rien moyen de construire.

Aimer son temps, en accepter les remises en cause personnelles, se laisser enrichir par sa culture, est la condition d'une saine critique. Le Père Pire, prix Nobel de la Paix, disait qu'il y a une complémentarité indispensable entre le «cœur ouvert» et les «yeux ouverts». Si seuls les yeux sont ouverts, le regard est lucide et projette une lumière froide sur les choses; c'est un regard chirurgical dont la «vérité» produit souvent le désespoir. Lorsque le cœur seul est ouvert, on risque les compromis, voire les complicités. Il faut donc cet alliage du cœur et de l'œil pour que la critique soit autre chose qu'une dissection qui aurait commencé par tuer le corps sur lequel elle opère.

«la paille et la poutre»

Pouvons-nous appliquer cette page d'Évangile à notre sujet ? « Si tu veux enlever la paille dans l'œil des médias, commence par enlever la poutre qui ... » Peut-être bien. *Le problème n'est pas avant tout dans les médias, il est en nous.* Il est bon, à l'occasion, de refaire son histoire avec les médias: les premiers films, les désirs ambigus au temps de l'adolescence, le besoin de rêve pour sortir de la grisaille du quotidien. *Les médias apportent ce que chacun y cherche.* Il est vrai que l'art aime provoquer, jouer avec les interdits. Il peut se le permettre alors que, dans la vie réelle, ces ruptures ont immédiatement des conséquences dramatiques. Il est vrai aussi que sous prétexte d'art, de pseudo auteurs distillent la pornographie, la haine, la violence. La chose est donc complexe et l'ambiguïté vient aussi du côté de la production. *En tant que spectateurs nous sommes obligés de choisir.* Cela

se fera d'autant mieux que chacun sera conscient et réconcilié avec ce qu'il porte en lui-même.

apprendre à passer de l'implicite à l'explicite

La culture médiatique se généralise. Beaucoup de choses ci-dessus indiquées se découvrent intuitivement, à l'usage. La pédagogie permettra aux intéressés de découvrir ce qu'ils connaissent déjà en partie, de passer de l'implicite à l'explicite, de l'intuitif au systématique. Elle permettra également de s'informer sur les avis des critiques professionnels ou d'échanger des impressions et des opinions qui permettront de se forger un point de vue. Un forum de discussion, nourri de beaucoup d'interactions, constitue un milieu formateur optimum dans lequel de bons usagers des médias peuvent éclore.

un exemple concret qui vient de Corée

Je travaillais dans une école catholique regroupant des jeunes qui avaient subi une série d'échecs. J'avais un groupe d'une quinzaine de jeunes. Ils n'avaient jamais été acceptés, ni par la famille, ni par l'école. Le but de cette expérience était de les débloquer, de leur permettre de faire une expérience positive, à partir de laquelle ils pourraient aller plus loin. S'ils découvraient la communication, ils deviendraient plus humains.

Au départ il fallait les enthousiasmer. J'ai donc essayé de regarder avec eux des clips de Michael Jackson, mais cela ne les a pas du tout intéressés. Ce fut une grande surprise pour moi. Je croyais qu'ils seraient sensibles à ce type d'expression. Ensuite j'ai essayé des films de James Bond, et là également ils n'étaient pas intéressés; la violence et la sexualité, ils connaissaient déjà. Je cherchais alors ce qui pouvait bien les intéresser. *Je me trouvais dans une impasse, devant un auditoire totalement blasé, qui ne montrait absolument aucun intérêt.*

J'ai alors apporté en classe **une caméra**, j'ai invité les élèves à faire quelque chose avec cet instrument. Au début ils commencèrent à filmer leurs propres visages. Ils se voient; ils se mettent à rire, cela les amuse et les intéresse. Ils me demandent ensuite quelques conseils techniques, je les oriente mais sans intervenir au-delà de ce qu'ils me demandent. Ils gardent ainsi la totale maîtrise de leur action.

Par la suite, plus à l'aise avec la caméra, ils se proposent de faire un film sur leur école, cette école de marginaux qui a mauvaise réputation et qu'eux-mêmes détestent. Que s'est-il passé ? A travers cette expérience positive, ils se découvrent, ils découvrent leurs possibilités et gagnent ainsi en estime d'eux-mêmes.

Je leur ai alors demandé : à qui voulez-vous montrer ce film ? « A nos parents et à notre directeur. Le directeur se plaint toujours de nous, il n'est jamais heureux. Quant aux parents, ils n'ont qu'une seule préoccupation : le programme et les résultats scolaires. »

On ne les avait jamais mis dans une situation de créativité, ils avaient toujours un agenda imposé. Pour la première fois, ils étaient mis en position de créer. Cela avait *changé leurs relations avec eux-mêmes*, leur école, leurs parents ; il fallait que tout le monde le sache.

Ils ont donc produit un film de publicité sur leur école. Les interviews des camarades disaient combien ils étaient heureux dans cette école, oubliant leur conscience négative, ils s'identifiaient à leur environnement. Ils se sentaient libres, dégagés des obligations, motivés. Quand ils montraient ce film à leurs formateurs et à leurs parents, ils voyaient que leurs souhaits profonds coïncidaient, et pour la première fois, ils étaient capables de communiquer.

communiquer, c'est vivre

Nous assimilons trop souvent les médias au loisir, au passe-temps, ou à des activités culturelles gratuites. Nous voyons dans cet exemple – et il y en a tant d'autres – comment les médias s'enracinent au cœur de l'humain : la communication. *Communiquer c'est vivre*, ne pas pouvoir communiquer c'est mourir. Sans nier les aspects esthétiques, politiques ou moraux, voilà le terrain sur lequel nous avons essayé de nous situer. Il nous semble que *la tâche de l'Église ne devrait pas se limiter aux aspects sectoriels et techniques des médias, mais qu'elle devrait viser la construction d'un monde communicant*, d'un métalangage de la charité qui soit une ébauche de réponse aux aspirations actuelles d'une globalisation de la solidarité.

Clotilde Lee

AVEX-KOREA
PO Box 7312
100-673 Séoul
Corée

PROPOSITION DE LA FOI DANS LES MÉDIAS

par Monique Hébrard

Monique Hébrard, mère de quatre enfants et grand-mère, est diplômée de l'Institut Supérieur d'Interprétariat et de Traduction (ISIT) de l'Institut catholique de Paris et titulaire d'une licence d'espagnol. Journaliste à « Panorama » et chroniqueur au journal « La Croix », elle est aussi auteur de nombreux ouvrages sur les courants sociétaux et religieux de ces trente dernières années. Elle nous livre ici son expérience personnelle.

Voilà plus de trente ans que je suis journaliste et que je vis ce métier avec passion, comme au premier jour, une passion qui n'est autre que celle de la vie et des gens. J'ai fait des milliers d'interviews – ministre, ex-détenu, rabbin, évêque, instituteur sénégalais en brousse, handicapé mental, astrophysicien, actrice – *et chaque fois ce fut la découverte enthousiaste d'une vie, d'une personne*. Il n'y a pas de vie banale pour qui sait écouter.

J'ai mené des centaines d'enquêtes : communautés charismatiques, milieux new age, intégristes, « nouveaux pères », homosexuels, *et chaque fois, j'ai vécu un « déplacement » par rapport à mes certitudes, un questionnement vital de ma foi*. Aussi, j'ai envie de dire que, si les médias sont évangélistes, ils le sont d'abord pour les journalistes. C'est l'écoute fidèle des personnes, des approches multiples et complexes de la Vérité qui ont forgé l'intelligence, la sensibilité, la foi qui sont miennes aujourd'hui.

LE RESPECT DU FAIT

La communication médiatique implique au moins quatre partenaires : le média (papier, son, image), l'émetteur de l'info (celui qui est interviewé, que l'on regarde vivre), le médiateur (le journaliste) et le récepteur (le lecteur).

l'exemple des JMJ, Paris 1997

Le média supporte de nombreuses contraintes, d'abord économiques. Pour vivre, il doit se vendre, ce qui suppose plaire au type de lecteur, d'auditeur ou téléspectateur qui forme sa clientèle. Celle-ci attend un type d'info, une manière de penser qui ne sert pas toujours l'objectivité. Souvenons-nous des JMJ d'août 1997. Pour les journaux «progressistes», il était évident que le Pape et les jeunes, cela ne pouvait pas marcher, que les JMJ seraient un bide. *Libération* titrait : «La catho prude», allusion perfide à la fête d'une autre minorité. *Le Nouvel Observateur* y allait aussi de sa couverture provocante et de son couplet sur les interdits de l'Église en matière de sexualité. «Combien de fois, avant les JMJ, confiait Mgr Dubost, ai-je rencontré des intellectuels ou des journalistes m'expliquer que l'Église s'était définitivement trompée de siècle et que nous n'entendions rien à la jeunesse actuelle !» *Bref, ces journalistes avaient décidé avant l'événement ce qu'il serait, et il fut ce que l'on n'attendait pas.*

Une semaine plus tard, beau joueur, Jacques Julliard intitulait sa chronique du *Nouvel Observateur* : «Le doigt dans l'œil» et un haut responsable de *Libération* reconnaissait que son journal avait été, une fois de plus, victime de son esprit soixante-huitard, toujours prêt à épingle le Pape sur la sexualité, alors qu'il ne faisait jamais écho aux déclarations de Jean-Paul II sur la justice ou l'économie qui vont pourtant dans le sens de l'idéologie des lecteurs.

Ces journalistes, comme plusieurs observateurs, sociologues et politiques, découvraient tout à coup que «dans ce monde qui ne croit plus à l'avenir et qui n'a plus d'idéal, l'Église en propose un». Or, si ces mêmes journalistes avaient été attentifs aux jeunes – au-delà des violences, des manifestations lycéennes ou de l'âge du premier rapport sexuel – ils auraient entendu cette béance, cette soif d'idéal et de repères, et ils n'auraient pas été surpris.

Ces mêmes JMJ furent traitées d'une tout autre manière par les journalistes de France 2 conduits par une femme incroyante mais respectueuse, Betty Durot. J'ai vu à l'œuvre ces jeunes journalistes qui ne connaissaient rien à la religion mais qui se laissaient «prendre» par ce qui se passait et qui firent d'excellents reportages et retransmissions.

la modestie du journaliste

Ceci dit, *le journaliste se doit d'être modeste, car la sacro-sainte-objectivité, est tout à fait relative.* Il est d'abord un «je» qui écoute et regarde, et qui traduit avec ses propres a priori, avec ses blessures et sa vision de la vie.

Le journaliste, qui virevolte dans l'actualité et le prêt-à-penser, doit également se garder de succomber à la «pensée unique» ou dominante, ce qui n'est pas toujours facile. Je me souviens d'une longue enquête auprès des homosexuels. La pensée dominante dictait, à l'instar de la gay pride, le bonheur d'être homo. Car dire le contraire, c'était apparaître «contre» eux. Au cours d'une enquête d'un mois, j'ai rencontré des gens merveilleux que je n'avais sûrement pas envie de juger mais je n'avais pas envie non plus de donner à penser que tout baignait. Car, lors des interviews, une fois la confiance instaurée, j'avais entendu beaucoup de souffrance. Alors il fallait rendre compte de cela dans la nuance, bousculant à la fois les fêtards de la gay pride et les moralistes imprécateurs.

Je me souviens également d'une de mes premières longues enquêtes, en 1977-78, sur les communautés charismatiques naissantes. La soif de comprendre *leur* vérité occasionna le plus grand déplacement de ma vie. Moi, la soixante-huitarde contestataire, aiguillée à la critique, en froid avec l'Église, toujours sur le qui-vive par rapport à toute manifestation de sensibilité ou, pire, de piété, je me retrouvais totalement déstabilisée. Pour tenter de comprendre, j'ai dû résister à la fois à la dérision protectrice et à l'envie de basculer dans ce merveilleux réconfortant. J'ai mis des mois avant de réussir une synthèse entre ce qu'ils véhiculaient de richesse et de faiblesse.

le «voyage» vers l'autre intérieur et extérieur

Partir en enquête, c'est comme partir en voyage, disponible à tout ce qui se passe et que l'on peut découvrir, en se chargeant le moins possible des bagages du prêt-à-penser. On ne peut être journaliste sans se

laisser soi-même interroger par la vérité de l'autre. C'est dire que l'on est toujours en déplacement intérieur, en constante aventure intérieure.

Essayer de *comprendre et de ne pas trahir ses « sources »* est le B.A.-BA du respect qu'on leur doit. Pour moi, cela est sacré. Hélas, ce n'est pas toujours facile quand il faut caser en trois lignes (ou en une minute d'images ou de son) deux heures de conversation !

Ce double respect de la source et de soi-même induit le respect du **lecteur**: ne pas lui proposer ce qu'il attend, comme la pâtée que l'on donne à un animal, mais *lui offrir, à lui aussi, cette grandeur de chercher à comprendre au-delà des idées toutes faites, à sortir de ses propres sillons.* C'est très risqué, car le lecteur attend souvent d'être caressé dans le sens du poil et le désabonnement peut être la sanction du dérangement apporté.

ANNONCER LA BONNE NOUVELLE DANS LES MÉDIAS ?

susciter de l'espoir

A mes yeux, annoncer la Bonne Nouvelle dans les médias, c'est d'abord et déjà ce que nous venons de dire : respecter les faits et les personnes ressources, respecter le lecteur en s'adressant non pas à ses bas instincts mais à son intelligence et à son cœur sans lui donner un prêt-à-penser. J'ai la religion du fait. Le fait parle. A nous de l'accompagner et de le choisir. Là aussi nous avons un immense pouvoir. *Au lieu de remplir les espaces de crimes passionnels ou de violences de banlieue, nous pouvons choisir des faits qui donnent espoir, des gens qui agissent avec générosité, justice, amour, qui ont une espérance.* Il est absolument faux de dire que l'on ne fait de bons articles accrocheurs qu'avec du sang et des larmes et que les bons sentiments font de la bouillie pour les chats ! C'est justement tout l'art du journaliste de rendre passionnant n'importe quel fait.

Un grand du métier

Noël Copin, qui fut rédacteur en chef à *La Croix* et à *France 2*, écrit : « Informer n'est pas neutre. Il n'y a pas d'info brute. Informer, c'est annoncer un événement, le raconter, si possible l'expliquer, en dégager la signification. L'événement, c'est ce qui arrive à des hommes. *Le journaliste raconte l'homme à l'homme. Il révèle l'homme à l'homme.* » (*La Vie*, 10.9.98).

Évangéliser par les médias ne serait-ce pas avant tout – et parfois uniquement cela – tenter de faire partager au lecteur la richesse de la vie et de lui faire comprendre que recevoir le message de l'autre est indispensable dans toute quête de la Vérité? *Évangéliser n'est-ce pas d'abord donner à l'homme l'occasion de grandir?*

le fait religieux dans les médias aujourd'hui

Après ce témoignage personnel, je voudrais dire un mot de ce que j'observe dans le panorama médiatique par rapport à l'information religieuse.

La première chose qui frappe, c'est la méconnaissance du fait religieux par la presque totalité des journalistes. Les jeunes chrétiens convaincus, qui ont envie de témoigner, cherchent souvent à travailler dans la presse ou les radios chrétiennes, même si l'on en voit encore qui travaillent sereinement dans d'autres médias. Le plus souvent, la rubrique information religieuse (c'est le cas à *Libération* ou à *l'AFP*) revient à quelqu'un qui n'est pas un croyant et qui n'y connaissait rien avant d'arriver. La rubrique est d'autant plus difficile qu'il doit parler de toutes les religions. N'empêche que les confrères de *Libération* ou de *l'AFP* sont parmi les meilleurs informateurs religieux.

Plus grave: dans les rédactions, le spécialiste religion disparaît de plus en plus. De plus en plus souvent, surtout dans les magazines, les radios et les télévisions, *le fait religieux est traité en fait de société.* Côté positif, cela donne des regards neufs, extérieurs, mais souvent aussi des jugements à côté de la plaque. D'ailleurs, *le fait religieux qui intéresse a souvent une note un peu ésotérique.*

Au *Monde*, Henri Tincq est un chrétien et l'un des «grands» informateurs religieux, mais son travail n'est pas facile pour autant; il ne peut pas toujours faire passer les papiers qu'il aimerait faire passer, par exemple sur la vie réelle des communautés croyantes. Au retour de Jérusalem, Henri Tincq se réjouissait de ce grand moment d'information religieuse que fut le voyage du Pape en Terre Sainte. Mais en même temps, il regrettait que, dans les journaux non confessionnels, «l'information religieuse reste un peu sous-développée, occasionnelle, éphémère», et surtout liée à la personne du Pape. Il n'empêche que quand *LCI* transmet en direct le voyage du Pape en Israël et Palestine, il passe des choses très fortes.

Le religieux donne de bons sujets-magazine quand le journaliste est « bon » ; ainsi Mireille Dumas, dans son long reportage sur les Fraternités monastiques de Jérusalem.

en guise de conclusion

J'ai beaucoup parlé du « fait ». *J'ai la religion du fait et de l'écoute attentive de la vie.* Est-ce étonnant pour une chrétienne ? Je ne crois pas car, dans la religion d'un Dieu incarné, Dieu « parle » par la vie des hommes. Et la foi qui habite le journaliste éclaire les faits et les dires des hommes. Ainsi – exemple entre mille – je remarque actuellement, au fil de nombreuses interviews, l'importance vitale du pardon. Tant de gens ont été blessés et blessent les autres en retour. Il est impressionnant de constater combien un pardon non accordé ou non reçu peut empoisonner une vie au sens fort du terme et, au contraire, combien le pardon restaure cette même vie. Le journaliste, qui est attentif à ce fait actuel de société, pourra l'analyser et faire réfléchir ses lecteurs ou auditeurs à l'importance psychologique du pardon, et peut-être montrer, par des témoignages, combien le pardon de Dieu restaure l'homme. *Le journaliste chrétien du troisième millénaire doit avoir l'audace de « proposer » des voies, des chemins que l'on ne connaît plus.* Mais pour cela, il faut qu'il ait la double passion de « lire » au-delà des simples faits et de trouver les mots et les images, les sentiments qui peuvent dire la Bonne Nouvelle de l'Évangile dans la sensibilité d'aujourd'hui.

Monique Hébrard

*Panorama
3 et 5, rue Bayard
75393 Paris cedex 08*

EXPÉRIENCE AFRICAINE

par Alain Agboton

Alain Agboton est enseignant à l'Institut de journalisme de l'Université de Dakar, le CESTI (Centre d'études des sciences et techniques de l'information). Il est rédacteur à Horizons Africains qui est le journal du clergé sénégalais et correspondant de Nouvel Afrique Asie. Il a été le tout premier conseiller de presse municipal du pays. Il parle de ses activités journalistiques au Sénégal.

Être journaliste, de surcroît indépendant face aux tourments de l'Afrique, on s'en doute, n'est pas une sinécure, loin de là. De plus, être journaliste chrétien, comme c'est mon cas, dans un pays à majorité musulmane (90%), n'est pas non plus une mince affaire dans la mesure où la foi qui est censée irradier, vivifier l'activité et les démarches, m'amène spécialement à considérer et apprécier ces tourments sous un angle tout particulier. En outre, si le journaliste est africain et sénégalais, a fortiori un métis biologique et socioculturel, situé au carrefour de plusieurs systèmes plus ou moins conflictuels et au confluent de valeurs de civilisation plus ou moins antagoniques, cela n'ajoute ni à la simplicité, ni à la facilité.

une carrière diversifiée

Mon activité journalistique est diversifiée. J'ai travaillé peu de temps, quelques mois, à Radio Sénégal, seule radio à l'époque. Elle était et reste gouvernementale. C'était dans les années 70. Puis, j'ai prêté mes services au journal gouvernemental, Le Soleil (3 ans).

A l'époque, il faut le rappeler, les médias n'étaient pas libéralisés et il n'y avait que deux partis politiques dont l'hégémonique Parti Socialiste de Léopold Sédar Senghor. J'ai ensuite fait l'expérience de la commu-

nication institutionnelle. Historiquement, j'ai été le tout premier attaché de presse d'une municipalité, celle de Dakar, la capitale. J'ai ensuite été correspondant, pendant deux ans, d'une agence de presse internationale, Inter Press Service, basée à Rome.

J'ai collaboré ensuite avec l'un des tout premiers journaux privés et indépendants, Sud Hebdo et avec des journaux sportifs. J'ajouterai que je suis, depuis 1992, membre de la rédaction de «Horizons Africains» (50 ans d'existence) qui est l'organe du diocèse de Dakar.

Je suis l'auteur de «billets» publiés par «le Soleil», un genre rédactionnel qui m'a valu une telle notoriété que l'agence francophone, l'Agence culturelle et technique, a cru devoir les réunir dans un livre en 1995. Je suis chargé de cours, depuis trois ans aujourd'hui, au Centre d'étude des sciences de l'information (CESTI), l'institut de journalisme de l'Université de Dakar.

satisfaction et déboires

Ce que je tire et ai tiré de mon activité et de mon expérience? Certes, beaucoup de satisfactions, mais aussi beaucoup de déboires. Ce n'était ni facile ni drôle tous les jours sous le magistère de Senghor, du parti unique de fait, de la pensée unique opprimant les «mal pensants», comme moi. J'en ai fait les frais puisque j'ai été licencié du «Soleil». Je n'ai pas été non plus à la fête dans d'autres structures en raison de mon indépendance d'esprit.

Bref, j'ai toujours aimé être à l'écoute des populations, de leurs pulsions et de leurs aspirations. On peut dire que c'est la conséquence de mon engagement militant, également de militant catholique et de gauche, au Sénégal et en France, pendant mon séjour universitaire.

le tourment de la pauvreté

C'est dans une Afrique proprement kafkaïenne, une Afrique globalement confrontée au mal vivre, dans toute l'acception du terme que mon travail se situe. Cet état de fait renvoie à un certain nombre de phénomènes dont l'acuité est plus ou moins nocive. Il y a d'abord *la pauvreté* qui nous paraît être le premier péché capital d'où tout procède.

Depuis près de 30 ans, c'est la lente et quasi inexorable descente aux enfers : déliquescence et déchéance qui expriment ou traduisent la mal gouvernance, l'analphabétisme, les violations des droits de l'Homme, l'explosion de conflits, du sida, la montée des intégrismes et de l'intolérance, d'où, en dernier lieu, l'absence de perspectives, objet, entre tous, de soucis, de peines et de préoccupations. « L'Afrique est en perdition. » Elle est devenue un « conservatoire des maux de l'humanité », estimait un expert des questions africaines en 1990 dans le journal « Le Monde ». Dix ans après, la situation n'a pas fondamentalement changé.

Sous maints aspects, tout se passe dans cette Afrique, comme si elle n'était peuplée que de retraités de l'avenir. *Les Africains ne sont pas, pour la plupart, des acteurs de l'Histoire qui se fait aujourd'hui* et dont la mondialisation est devenue le puissant et incontournable baromètre. Elle se fait apparemment sans eux et finalement contre eux, marginalisés, largués, laissés sur le bord de la route, à tout le moins, sinon exclus de ce mouvement planétaire, les Africains doivent coûte que coûte être réinsérés dans le cours de l'Histoire. L'Afrique est un martyrologe qui s'ignore.

La pauvreté gagne du terrain un peu partout comme par métastases et elle fait le lit de tous les maux. Au Sénégal, on estime que 62% des gens survivent avec moins d'un dollar par jour, une misère, évidemment ! Il faut préciser que le pays est dans le dernier carré des pays les plus pauvres de la planète. Le fossé existant entre les classes possédantes et la majorité s'y approfondit sans cesse. Les inégalités et l'injustice sociale sont criantes même si, par ailleurs, on se plaît à noter, dans les hautes sphères, que sur le plan macro-économique certains résultats probants et satisfaisants ont été atteints ces dernières années. Le problème qui se pose, malgré tout, est de savoir si la croissance se mange !

La croissance au Sénégal, même si elle est soutenue, ne profite pas encore aux masses dans ce pays démocratique qui vient de se donner, le 19 mars dernier, un nouveau président, M^e Abdoulaye Wade. D'aucuns estiment que, finalement, c'est la démocratie qui sert le mieux le développement et la croissance, tandis que, selon certains, experts, il existerait une « contradiction structurelle entre démocratisation et ajustement structurel » (le Sénégal est sous ajustement depuis 1979!) ce qui inhiberait, hypothéquerait considérablement, au delà du Sénégal, l'avenir politique de l'Afrique. C'est un débat qui agite la classe politique sénégalaise actuellement. Il reste entier. Ce paradoxe risque d'engendrer des tensions permanentes car les peuples ne com-

prennent pas que l'idéal démocratique dérive et que la misère s'accroisse. Tout compte fait, les régimes démocratiques ne seraient donc pas nécessairement plus aptes que d'autres à mener des réformes.

comme un veilleur

Face à un tel tourment, que peut et doit faire le journaliste ? Que peut et doit faire le journaliste indépendant, le journaliste chrétien ? Qu'a-t-il fait ? Que fait-il ? Graves questions auxquelles il est difficile de répondre complètement. L'observateur de la scène politique que je suis, s'interdit de faire l'impasse sur un point : *la pauvreté l'interpelle et il doit réagir* et œuvrer à l'établissement de conditions favorables à la lutte victorieuse contre ce fléau.

De quels moyens dispose-t-il ? En réalité, de pas grand chose. Je me suis employé, pour ma part, à tout instant, à jouer un rôle de veille, d'alerte, de sensibilisation et de vigilance. J'ai tenté et je tente toujours d'accompagner ce combat, en assumant notamment une fonction de relais, relais des aspirations, des espoirs et des frustrations du plus grand nombre.

Le constat courant, pendant la campagne électorale présidentielle, repérable dans le discours du citoyen lambda, est que, en proie à des frustrations plus ou moins mal refoulées, il était assoiffé de mieux-être. C'est la raison pour laquelle il a finalement choisi l'alternance censée se traduire dans des changements significatifs et déterminants et traduire dans la réalité, le «sopi» (changement en wolof), cri de ralliement de M^e Abdoulaye Wade.

militance sociale

Lutter contre la pauvreté, c'est faire œuvre chrétienne et militer pour la paix et la justice. C'est lutter contre ce que j'appellerais la torture économique dont sont hélas victimes la majorité des humains créés à l'image de Dieu.

J'appartiens à la génération de ceux qui sont nés avant l'indépendance (1960) et en tant que «militant d'action catholique», comme j'aime à le signaler, *j'ai fondé, en 1992, l'Action des Chrétiens pour l'Abolition de la Torture (ACAT) au Sénégal*. Force est de reconnaître que, de façon globale, la torture n'est pas un phénomène préoccupant au Sénégal. Les droits humains généraux sont globalement respectés. Ils étaient, cependant, violés de façon massive et systématique au plus fort de la guerre dite

«séparatiste» en Casamance (1982), il y a quelques années. Le front a l'air de se calmer. Des fesses de suspects ont été plusieurs fois brûlées, à l'aide de diluant, dans des commissariats de police, a-t-on pu relever à un moment donné. Des pratiques dénoncées avec vigueur par l'ACAT.

Dénoncer ne me suffisait pas et c'est pour quoi j'ai senti la nécessité de *créer une ONG chargée d'améliorer les conditions de vie et de travail des prisonniers* dans des établissements pénitentiaires surpeuplés (160%), insalubres et inadaptés. SOS/Prisons/Sénégal, qui dispose de peu de moyens et fonctionne principalement sur le mode du bénévolat, se bat aussi pour la réinsertion socioprofessionnelle des détenus dont le nombre, au Sénégal, n'est pas très important : 5000 prisonniers pour 8,5 millions d'habitants.

sur le plan de l'éducation

«Chaque homme est le gardien de son frère», nous dit la Bible. Voilà ce qui a motivé et qui structure encore mon soutien spirituel à la cause, peu populaire, des prisonniers. L'analphabétisme ? Indiscutable: *la clé du développement est dans l'éducation*. C'est une très grande faiblesse de nos pays. Le Sénégal n'échappe pas à la règle. Et la lutte contre la pauvreté, il faut s'en convaincre, participe de celle-là. Le taux d'analphabétisme est, au Sénégal, de l'ordre de 57%. Dans le pays de Senghor, ancien président de la République et premier agrégé de grammaire du continent, qui a fait de l'éducation et de la culture des moyens majeurs d'émancipation, c'est quasiment scandaleux, si tant est que le pays entend encore se donner les chances de se développer.

L'école en tant que foyer de diffusion d'une nouvelle disposition d'esprit doit retrouver sa fonction de catalyseur des intelligences, fait-on valoir. C'est vrai. Instrument de changement moral, spirituel, économique, social, culturel, l'éducation doit permettre à l'homme de s'accomplir, globalement, totalement. Il n'y a aucun doute à ce sujet, d'autant qu'elle permet, à mon avis, de prévenir et de combattre efficacement les violations des droits de l'Homme. Le champ est ouvert et fertile. L'éducation à la paix me paraît, sous ce rapport, essentielle, vitale, une exigence. L'Afrique confrontée à de multiples conflits, soumise à des déséquilibres et à des injustices de tous ordres se révèle très vulnérable.

Balayons devant notre porte et ne nous cachons pas derrière notre petit doigt. Reconnaissons avec nombre d'Africains que certains aspects de la

culture africaine constituent de véritables obstacles à l'avènement d'une démocratie de type libéral. Il ne faut plus laisser la culture africaine, dans ses manifestations primaires, gérer le progrès; c'est plutôt de l'inverse que naîtra un autre type de société démocratique. Soyons prudents; si on ne fait pas violence à la tradition, elle ne peut pas aider à la consolidation des libertés démocratiques, car elle a une force de résistance nuisible à la nécessaire adaptation des sociétés face à la modernité.

recherche de la vérité

Le journaliste africain se doit d'observer, de *rechercher la vérité profonde, envers et contre tous et tout*. C'est-à-dire, à la fois, une vérité dynamique, une vérité de progrès, une vérité de paix, une vérité d'amour, une vérité de médiation sociale, une vérité humaniste, une vérité de rassemblement. Le journaliste se doit de scruter, d'être à l'écoute des pulsions du peuple, sans a priori ni sectarisme identitaire voire corporatiste. D'où une éthique et une déontologie au-dessus de tout soupçon, qu'il se doit d'observer, car en définitive, traquer la vérité où qu'elle se trouve et en toute circonstance, c'est la mettre au service de la médiation sociale dont les journalistes sont des apôtres et des acteurs essentiels.

Au-delà des fonctions qu'on lui reconnaît généralement, il m'apparaît que dans nos pays sous-développés et qui s'initient à la démocratie, elle doit d'abord permettre de *donner la parole à ceux qu'on appelle les « sans voix »*. Je me souviens que dans les premières années d'indépendance, les journalistes devaient se comporter en agents de développement, parce que l'on percevait et traitait l'information comme un moteur d'émancipation politique, économique, civique et culturelle, et pour ce faire, aucun écart de langage et de comportement n'était toléré ou admis.

dérapages et faiblesses

On assiste, dans la presse, à beaucoup de dérapages qui s'avèrent être liés à une certaine ivresse engendrée par une liberté retrouvée mal assumée, une ivresse où prospère une misère professionnelle tissée d'insuffisances en matière de formation, d'approximation en matière de recherche et de collecte de l'information, de calculs politiques inavoués, de lacunes en matière d'éthique et de déontologie. Sous maints aspects, nos « presses nouvelles » ressemblent à des repaires de maîtres chanteurs ou des refuges pour échoués socioprofessionnels. Le tableau est-il noir à ce point? En tout cas, dans nos contrées, la pro-

fession de journaliste est fragilisée. Cet amateurisme dangereux, en raison des libertés prises avec l'éthique, la déontologie, les carences en matière de formation, explique, parfois avec raison, fonde la répression dont nombre de journalistes sont l'objet.

l'impact d'une presse libre

Mais quelle(s) liberté(s) et pour qui ? Il s'agit ici de « liberté dans la responsabilité », comme on a coutume de le dire, car elle procède de la nature humaine et de la promotion en définitive des droits de l'homme. Et s'il n'est pas d'information sans liberté, c'est évident, il reste que liberté n'est pas licence.

La liberté doit s'affranchir de tout ce qui l'entrave, ne pas être sous l'emprise (l'empire) de lobbies de quelque obédience qu'ils soient. Une presse libre bien gérée libère la créativité, valide la convivialité, l'élan patriotique, crée les conditions de la paix et d'une bonne gouvernance, à mon avis.

La Déclaration universelle des droits de l'homme ne dit pas, à mon sens, autre chose, dans la plupart de ses dispositions, elle qui se fait l'avocat-défenseur du respect et de l'exécution de toutes les libertés de progrès, celles qui servent l'homme, tout l'homme, tous les hommes.

Alain Agboton

*B.P. 5142
Dakar Fann
Sénégal*

UNE INSTITUTION DES BEAUX ARTS EN ACTION

KALAI KAVIRI COLLÈGE

Cet article a été rédigé à partir de documents envoyés par le Père S.M. George, prêtre du diocèse de Tirvchirapalli en Inde et directeur du Collège « Kalai Kaviri ». Il est l'inspirateur du travail artistique réalisé dans ce collège au service d'une évangélisation à travers les médias de la danse et de la musique indiennes. Nous avons essayé d'en rendre compte.

Kalai Kaviri est un collège universitaire qui décerne des diplômes en danse et en musique (chants et instruments). Le nom de « Kalai Kaviri » signifie « art en mouvement » à l'image de la rivière Kaviri qui nourrit l'humanité partout où elle coule. Cette institution a vu le jour en octobre 1977 comme centre de communication du diocèse de Tiwchirapalli, avec l'intention expresse de *se servir des formes culturelles d'art classique et populaire*, pour apporter à l'humanité un message de libération et de salut.

Le collège possède une troupe de danse qui a donné plus de mille représentations en quatre langues différentes dans neuf états de l'Inde et presque trois cents représentations à l'extérieur du pays. C'est le seul collège chrétien des Beaux-Arts pleinement reconnu, à la fois par le Gouvernement et l'Université, le seul également à décerner des diplômes en Bharathanatyam, la danse classique du Tamilnadu. Il propose aussi des diplômes en musique classique de l'Inde du Sud, vocale et instrumentale.

une inculturation véritable

Parce qu'il apprécie ce travail de promotion des arts, de la culture et des valeurs humaines, le Gouvernement de Tamilnadu a accordé une

aide au collègue. Celui-ci donne priorité aux étudiants venant des basses castes et des milieux sociaux pauvres, permettant ainsi, selon les mots de Monsieur K. Veeramani, «aux pieds des défavorisés de toucher en dansant le sol traditionnel pour y exercer l'art divin du Bharathanatyam, brisant ainsi le monopole de groupes plus favorisés. *C'est une révolution constructive*». Il y a actuellement 188 étudiants, 98 en danse et 90 en chant ou musique instrumentale («veena», violon ou «thidangam»).

Kalai Kaviri produit des spectacles de danses et de chants sur des thèmes de l'Évangile ou sur les valeurs évangéliques, comme la paix, la réconciliation, la fraternité, la dignité de la personne, etc. Ces programmes parlent de la libération des êtres humains de *toutes les forces qui rendent esclaves les opprimés dans la société indienne actuelle*. Ils visent à créer une société plus humaine et s'adressent donc à des personnes de toutes religions et modes de vie. Ils donnent ainsi l'image d'une Église qui apprécie et promeut la culture et les arts de l'Inde. Pour toutes ces raisons, Kalai Kaviri contribue grandement aux *efforts d'inculturation* que fait l'Église pour devenir pleinement indienne.

danse et musique en Inde

En Inde, *la danse est associée au culte sacré*. C'est l'expression de la force vitale, de la force originelle, des émotions, du rythme cosmique de l'univers et de l'expérience de l'omniprésence du Tout-Puissant.

Le danseur synchronise gracieusement les mouvements de son corps ; les mains et les yeux racontent l'histoire ; le visage reflète les émotions les plus profondes ; le rythme des pieds donne un accent dramatique. C'est une soumission totale à la musique et au rythme.

Il y a un langage des mains (Mudliras). Elles expriment des idées et des mots qui se combinent pour donner un sens. Par exemple, une paume levée exprime bénédiction et protection, et la position inverse symbolise la paix et la délivrance ; les pieds marquent le rythme et le bruit peut déchaîner le pouvoir dramatique des éléments de la terre ; le rythme suit un cycle mathématique, dans lequel la danse doit se tenir ; le danseur commence à un point précis, exécute les pas, mais revient inévitablement au point de départ pour un nouveau commencement.

les spectacles de Kalai Kaviri

La vie ne se vit pas seulement à la périphérie de l'être humain, mais aussi en ses profondeurs où se révèlent l'angoisse, la souffrance, l'insatisfaction de la situation actuelle: pauvreté, injustice, oppression. Les pauvres aspirent à une libération.

Kalai Kaviri cherche à exprimer ces désirs. Des chants et des danses ont été composés sur des thèmes tels que les inégalités sociales, les castes, le système de la dot, les mauvais traitements en famille, la violence, le sens du patriotisme, la lutte entre le bien et le mal, etc.

Quand des situations présentes sont ainsi évoquées grâce à une musique et une chorégraphie appropriées, les spectateurs *revivent ces expériences* et le programme permet en même temps de prendre une attitude critique à l'égard des maux de la société et des transformations possibles. Les spectacles artistiques peuvent aider à transformer les traditions en sources vivantes d'une nouvelle identité collective d'enfants de Dieu vivant dans la liberté, la justice, la paix, la dignité.

promotion des valeurs évangéliques

C'est au plus profond de lui-même que tout être humain lutte contre l'égoïsme, la haine, la vengeance, l'esprit de domination, la solitude, etc. Les spectacles n'oublient pas ces angoisses et en réponse, *ils présentent le message et la personne du Christ*: les valeurs du sermon sur la montagne, les paraboles de la drachme perdue ou du Bon Samaritain, l'attitude de Jésus envers la femme adultère ou la cananéenne.

Sans oublier la liturgie: une danse en l'honneur de la Trinité comme doxologie, la prière du Notre Père en danse rituelle, etc., permettent aux fidèles de participer de tout leur être à la célébration liturgique et de s'unir à Dieu d'une manière pleine de sens.

Nombreux sont les témoignages de spectateurs indiquant que le spectacle est un instrument efficace pour prêcher l'Évangile. Le pape lui-même en 1987 a pu découvrir le message biblique de ces danses et a recommandé d'utiliser ce médium à la fois indigène et en pleine renaissance pour transmettre le message évangélique.

interculturel, interreligieux

Tout artiste essaie d'apporter une vision globale du monde unifiant et donnant sens à toute la création. C'est ce que fait Kalai Kaviri en proposant *le Royaume de Dieu comme projet et horizon*. Jusqu'à présent la forme Bharathanatyam se présentait avec un message mythique sans lien avec la vie de tous les jours: le médium ne faisait pas passer de messages. Grâce à Kalai Kaviri, il est devenu le vecteur d'un message très puissant. De ce fait, la danse et la musique sont des messagers au service de la vie.

C'est un rôle véritablement prophétique par la proclamation des valeurs du Royaume dans une société injuste et corrompue, par la conscience créée et l'énergie suscitée chez les spectateurs, par la communication globale mise en œuvre et l'alternative proposée.

Il n'est donc pas étonnant que ces programmes aient également amené beaucoup d'échanges avec les non chrétiens et que Kalai Kaviri se révèle une plate forme de *dialogue interreligieux* puisque comme le disait le directeur d'un Institut d'études bouddhistes: le message très puissant de ce spectacle peut être compris de tous.

conclusion

L'art, lorsqu'il est médium d'un message de libération et de salut touche les profondeurs du cœur humain et le rend capable et désireux de travailler à l'instauration d'une société nouvelle et plus juste. C'est à la fois une critique de l'ordre établi et un signe de libération par l'évocation d'une alternative possible à la société présente.

Spiritus

AFRIQUE ET MÉDIAS

par Achille Kouawo

Achille Kouawo est Secrétaire Général chargé des moyens de communications de la Conférence Épiscopale de l'Afrique de l'Ouest qui regroupe onze pays d'expression française CERAO. Il nous parle ici des problèmes et des espoirs qu'apportent les médias à l'Afrique.

un virage à ne pas manquer

L'Afrique s'ouvre de plus en plus à Internet. *Dans les 4 années à venir, il y aura autour de 4 millions d'internautes en Afrique.* De nos jours, existent déjà en Afrique entre 700 000 et un million de boîtes électroniques. L'Église catholique ne doit pas rater le départ de cette nouvelle technologie. Avec la radio, nous sommes partis très tard. Avec la télé, il y a des endroits où nous sommes en retard et des endroits où nous ne sommes pas encore partis. Quant à la presse écrite, bien des gens ne savent pas encore lire. Il s'agit donc de ne pas négliger ces nouveaux moyens pour la promotion de l'Évangile. Un certain nombre de sites existent et nous avons des projets, comme de mettre les onze pays de la CERAO en réseau.

l'Église a pris du retard

Nous avons accumulé du retard dans le domaine de la vidéo et maintenant nous ne pouvons plus faire grand chose car les producteurs pirates sont très en avance sur nous. Pendant longtemps, l'Église catholique s'est contentée de prêcher pour son clocher et les productions étaient uniquement destinées au public chrétien, catho-catho : reportage sur une ordination, sur un baptême, etc. Nous n'avons pas su évangéliser dans ce milieu.

Or il s'agit de partir de la vie des gens, de leur proposer à travers des films, des fictions, un modèle de vie. De plus en plus, les salles de cinéma se ferment parce que les propriétaires ne peuvent plus payer les droits de diffusion des films. Alors que font-ils ? Ils mettent un vidéo-projecteur dans leur salle. Les cassettes africaines sont très prisées dans nos pays. Quand un film est fait par des gens du pays, dans la langue africaine, c'est sûr que ce film intéresse. Mais l'Église a raté quelque chose, nous *n'avons pas su anticiper, prévoir ce besoin qui allait naître* et nous nous sommes cantonnés dans notre coin. Alors, on passe des films américains, chinois et autres.

Cependant, on ne peut pas dire que nous sommes directement touchés par les luttes et les enjeux monétaires des grands monopoles internationaux, car financièrement, nous ne représentons rien, nous ne pesons pas lourd. Il est vrai qu'il y a des salles de cinéma qui projettent des films américains, français ou autres. Ceux qui en ont les moyens vont voir ces films. Mais, bon nombre d'Africains n'ont pas d'argent pour se payer une place pour aller voir un bon film. Pour aller dans une grande salle et voir un bon film, on paiera 3000 francs CFA, alors que si vous restez dans votre quartier et regardez une vidéo, vous paierez 50 francs CFA.

Trop souvent, ces cassettes sont des films de série A ou B qui ne donnent pas beaucoup à réfléchir. Après cinq minutes, commencent les bagarres. Ils sont proposés jusqu'à 22 h ; ensuite, on propose des films pornographiques ; c'est, pour les adultes, le moment de voir quelque chose pour 50 francs CFA. De fait tout tourne autour des films chinois, des films de guerre et du porno. Il existe cependant une catégorie de gens qui veulent voir autre chose et qui, eux, vont dans les salles à 2 ou 3 000 francs.

Quelque part, nous avons manqué d'imagination. On a produit pour la catéchèse, on a produit pour former les chrétiens. Mais parce qu'il y a dix ans, on n'a pas su prévoir ce qui pouvait arriver, on a des productions, mais rares sont celles qui ont une certaine qualité.

la télévision

Quant à la télévision, honnêtement, on la subit. Que voit-on à la télé ? Un journal de télé, c'est 20% de visite du chef de l'État ou d'un ministre, 20 autres % des problèmes qui se passent en Afrique et le reste, ce qui se passe dans le monde. Il n'est pas mauvais de savoir ce qui se passe dans le monde, mais une télévision qui ne propose pas un certain

regard sur les problèmes du pays, qui ne propose pas d'émissions de qualité, n'est pas une télévision. La télé ne fait que reprendre les programmes de Canal français International (CFI) et de TV5. Nos télévisions n'ont plus d'argent pour produire de la qualité. Alors on passe de la vidéo, des productions de CFI, de TV5 ou des programmes venant d'Allemagne, du genre Derrick. Si ces chaînes avaient de l'argent et une politique de production, elles proposeraient certainement des choses différentes, car, chez nous, *il y a des gens formés mais pas d'argent.*

les problèmes financiers

Nous avons tellement pris de retard, que nous n'avons plus rien pour travailler. C'est une autre réalité en Afrique. Le matériel que nous avions autrefois est totalement obsolète. Les gens formés autrefois ne sont plus au niveau. Il faut former des gens, remplacer le matériel, avec quoi ? Nous n'avons plus d'argent. Alors on suit. Y a-t-il aujourd'hui une Église capable de mobiliser 10 ou 20 000 FF pour faire un bon film fiction qui ne soit pas catho-catho, mais fiction, et qui ait une bonne valeur évangélique à proposer aux gens ? Il y a 10-15 ans on aurait pu rentrer dans un circuit de production-distribution, mais on ne l'a pas fait.

la production locale

Quand on veut réaliser une production de qualité, au moins dans nos pays francophones de l'Ouest, comment procède-t-on ? On établit un dossier de production et on l'envoie à la Francophonie, à CRTF, ou à d'autres producteurs. Ils financent ce qu'ils peuvent financer, tout en demandant une certaine contribution locale. Nous voyons également naître une catégorie de professionnels des communications qui, sans gros moyens, entreprennent de monter des maisons de production et, tout doucement, essaient de produire quelque chose. En vidéo cela existe. Au Festival International de Cinéma de Ouagadougou (FES-CAPO), il y a un marché de la télé et de la vidéo. On y trouve des centaines et des centaines de produits qui sont réalisés par des producteurs privés ou des télé financées par des projets.

Mais, quand il s'agit de se lancer dans la production de films, on doit d'abord réfléchir à qui l'on va demander de diffuser le film et l'on se tourne vers TV5, TF1 ou CRTF. Quelle télé africaine serait capable d'acheter ce produit ? Mais TV, CFI vont diffuser cela par satellite et cela reviendra sur toutes les chaînes qui ont des accords avec ces centres.

Dans le centre où je travaille, nous produisons des fictions de 10 à 15 minutes; on ne peut pas faire plus. Mais une chose est certaine, *quand on a les moyens, on peut faire des productions de qualité et qui ont un impact réel dans la vie des gens.*

les formes traditionnelles de divertissement

Les griots n'ont pas perdu d'importance; ils sont toujours là. Certes, ils ne sont pas aussi présents qu'ils l'étaient autrefois parce que la hiérarchie, la vie sociale d'autrefois n'existent plus; mais quand vous allez dans les cérémonies de baptême, de mariage, ils sont toujours là, dans les lieux où ils étaient autrefois, à chanter les mérites des familles, la gloire de X ou de Y. Dans les villages, ils sont toujours là; les veillées autour du feu existent toujours.

L'Afrique est rebelle, elle entre dans la modernité mais en sachant choisir. Elle filtre les influences qui s'exercent sur elle. La politesse africaine ne permet pas de dire tout de go: «J'aime ceci, je n'aime pas cela.» On fait sa propre synthèse et on garde ce qui nous intéresse. C'est ainsi que nous fonctionnons. Allez dans l'un ou l'autre famille africaine, émigrée en Occident. Au dehors, ce sont d'autres personnes, mais à la maison, ils retrouvent l'Afrique. On mange en famille et la façon de faire ne change pas. On parle toujours la langue africaine avec les enfants qui sont éduqués comme en Afrique.

les radios chrétiennes d'origine européenne

Dans ce même ordre d'idée, un certain nombre de radios chrétiennes d'origine européenne s'implantent en Afrique mais elles sont trop entre les mains d'étrangers, il faudrait *les africaniser davantage*. Il faudrait couper le cordon ombilical, mais ceux qui installent ces radios ne sont pas d'accord. Leur vision n'est pas fraternelle; quand tu donnes quelque chose à ton frère, tu ne lui demandes pas de comptes, tu le laisses l'utiliser comme il l'entend. On a, en Afrique, des radios obligées d'avoir des programmes agréés par la radio mère, et ces radios émettent en fonction d'un auditoire bien précis, celui des personnes âgées. Mais *en Afrique, il faut œuvrer pour le développement*, il faut apprendre aux Africains à s'assumer, leur apprendre ce que c'est que la loi, leur apprendre ce que c'est que l'hygiène, il y a tant de choses à apprendre par la radio.

Il faut leur parler de leur vie, d'eux-mêmes et faire en sorte qu'ils puissent se parler entre eux, c'est très important, créer une radio de proximité. Autrefois, les radios d'État étaient la voix du Président. Maintenant, les radios chrétiennes risquent d'être la voix de l'Évêque ou la voix de ceux qui ont installé la radio, et c'est dommage. Si au moins les radios d'origine européenne acceptaient qu'il y ait un aller-retour, que nous vous donnions de nos programmes comme vous nous en donnez des vôtres, mais ça ne les intéresse pas. C'est comme si, par définition, l'Africain n'était pas capable de faire un bon programme. *On donne, on donne, mais on ne veut pas recevoir.*

un rôle possible pour l'Église

Pourtant, *l'Église catholique en Afrique a au moins cette particularité de respecter ce que nous sommes.* Cette opération d'inculturation vue de l'extérieur peut paraître du folklore, mais de l'intérieur, l'inculturation ne fait qu'approfondir notre foi. Un exemple : quand un chef parle, on s'assoit pour l'écouter; dans l'Église, on s'assoit pour écouter l'Évangile. Autrefois, on nous disait «debout, debout», cela ne nous disait franchement rien. Ainsi il y a tout un travail qui a été fait et qui nous convient bien. Il y a tant d'exemples de recherches possibles qui permettent aux Africains *de ne pas se sentir éloignés de leurs cultures et de se sentir très proches de cette bonne parole de Dieu.*

L'Église catholique a fait tout un chemin dans le sens du respect de l'homme. Dans un projet de développement, l'Église ne demande jamais de quelle religion tu es avant de t'aider. Au Niger, le Directeur général des écoles de la mission est musulman. Il nous faut travailler davantage au niveau des communications pour asseoir cette base ; que ce ne soit pas seulement le message de tel évêque envers tel groupe, mais que ce mouvement imprègne vraiment toute la vie. C'est là que se situe mon rôle de coordinateur de l'Afrique de l'Ouest.

Au niveau de la CERAO, il y a plusieurs sous-commissions : radio et télé, formation, vidéo, communication traditionnelle. Nous retrouvons ce même schéma dans tous les pays. Notre travail est d'aider chaque pays à s'organiser ; que chaque diocèse ait un responsable des communications ; qu'au niveau national, il y ait un responsable avec lequel tous les responsables diocésains se retrouvent une ou deux fois par an, pour des actions, des projets de formation, des productions communes. Probablement dans 2 ou 3 ans, on va créer une autre commission pour tout ce qui est

technologies nouvelles. Nous sommes au point pour CERAO-Internet. Et une fois que cela sera en place, il faudra quelqu'un qui coordonne.

un impact globalement positif

Par rapport aux catholiques, quand on voit le résultat, consciemment ou inconsciemment il y a un impact. Je reprends l'exemple du développement. On peut parler de propriété, mais *si on fait une projection vidéo sur les bienfaits de cette propriété, soyez sûr que cela aura un impact*. Quand on fait un film sur comment tenir sa maison, on dit : «voilà ce que vous pouvez faire pour ne pas tomber malades, voilà ce qu'on vous propose», après c'est aux gens de faire le choix.

La fiction, c'est très fort. Les gens se projettent. Les gens disent : «Croyez-vous qu'il soit possible de pardonner comme on l'a montré dans le film ?» Et on dit oui ! Cela provoque des discussions. Ainsi nous essayons toujours de proposer un autre regard sur la vie. Il y a quelques années, il y avait un problème d'argent au Niger ; l'État n'arrivait pas à payer les salaires. Nous avons fait une série de fictions sur les gens qui se proposent pour avoir un travail, et cela a fait du bruit. Les gens en parlent. Donc toute production a forcément une répercussion quelque part.

En Afrique, nous y sommes habitués ; la structure du conte est un discours très narratif, très descriptif. Ce qui fait que les médias sont bien adaptés. Bien sûr on trouve toujours des gens qui viennent développer des thèses théologico-philosophiques sur les antennes. On écoute et puis chacun demande à son voisin : «Est-ce que tu as compris ?» *On aurait dit la même chose en faisant un petit film, tout le monde aurait compris* et l'impact aurait été très grand. Je me rappelle le premier festival de la vidéo chrétienne en 1998. Nous avons rassemblé une quarantaine de personnes autour de tout ce qu'on peut produire comme vidéo en Afrique. Il y avait des films, des reportages, des documentaires.

Quand il y a un film, les gens sont contents, et ils discutent : «Pourquoi telle personne a fait ceci, pourquoi n'a-t-elle pas fait cela ?» Les gens se projettent et non seulement ils se projettent mais ils font des comparaisons avec ce qui existe réellement. C'est là la supériorité de la fiction sur le documentaire. Nous avons un documentaire sur la confirmation, sur l'enterrement d'un prêtre. Les gens regardent curieux pendant les 10 premières minutes et puis ils s'impatientent et demandent de faire

avancer la cassette. C'est une doublure de ce qu'ils connaissent déjà et ça n'a pas d'intérêt, alors que la fiction leur permet d'en discuter.

Un exemple : un documentaire fait à Bamako sur le pouvoir. Le producteur était parti d'une session de Justice et Paix. Il a développé en montrant ce que les gens pensent des militaires, etc. Et cela a provoqué beaucoup de discussions, cela a fait prendre conscience que le militaire, le policier ont leurs limites. Cela provoque parfois des réactions inattendues ; même l'analphabète entend la radio et voit la télé et cela lui donne des idées. Maintenant si la police abuse, on lui dit : « Tu n'as pas le droit ! » *Les moyens de communication sont en train de remettre les choses à leur place.*

regards vers l'avenir

En Afrique les choses bougent. *Il y a progrès.* La natalité diminue, la mortalité diminue parce que nous avons des médecins. Il y a progrès parce qu'on va de plus en plus à l'école, on comprend mieux la vie, les règles d'hygiène. C'est réel, et cela se remarque. La pauvreté, elle, continue. En effet sur le salaire d'une personne qui travaille, il y en a une quinzaine d'autres qui vivent. Avec la dévaluation du franc CFA, une bonne partie des instruments que nous employons viennent d'ailleurs et nous les payons deux fois plus cher. On nous a fait croire que nos produits allaient se vendre mieux et ce n'est pas le cas.

Depuis dix ou quinze ans, des sociétés se créent, des initiatives privées se lancent ; l'avion est maintenant sur la piste, il faut qu'il décolle. Il y a une image que j'aime bien : l'Afrique est comme un géant qui dormait, maintenant il s'est réveillé. Il a ouvert l'œil gauche, l'œil droit est en train de s'ouvrir et bientôt quand il verra clair, on pourra poser les bases concrètes d'un développement viable. La communication va dans ce sens. Le foisonnement des radios privées va dans ce sens. Elles nous apportent des expériences variées. *L'opinion publique existe.* Le paysan au fond de sa brousse sait pour qui il va voter. Une conscience politique existe. Il faut maintenant une croissance financière. Cela viendra !

Achille Kouawo

*B.P. 10 270
Niamey
Niger*

MÉDIAS TRADITIONNELS EN AFRIQUE

par Pierre Saulnier

Pierre Saulnier, prêtre des Missions Africaines de Lyon, est docteur en anthropologie. Après avoir séjourné plusieurs années au Bénin, il travailla en Centrafrique, à l'Université et au Grand Séminaire de Bangui, de 1977 à 1997, comme prêtre et enseignant en anthropologie et en littérature centrafricaine. Il est l'auteur de trois ouvrages dont « Bangui chante, Anthologie du chant moderne en Afrique centrale ».

Dans un monde où la lecture est peu pratiquée, il rappelle, avec à propos, que les sociétés africaines utilisent prioritairement des médias liés à leur civilisation de l'oralité : le proverbe et le chant d'orchestre.

médias traditionnels en Afrique

Quand on parle de mass-média, on pense aussitôt audio-visuel, cinéma, radio-télévision, mais on pose rarement la question : « L'Afrique n'avait-elle pas, et n'a-t-elle pas encore, des modes traditionnels de communication ? » Beaucoup croient arriver devant « une tabula rasa », définie par des manques de papier, de radio, sans se rendre compte que traditionnellement elle cultivait un art, celui de la parole, proférée, chantée, tambourinée, dansée, mimée, avec ses modes nombreux et variés : conte et mythe, proverbe et devinette, anthroponyme de naissance ou d'initié, chant et danse, demandant peu de moyens matériels en dehors des tambours et de quelques autres instruments de musique, confectionnés par les artisans des villages.

Certes l’Afrique change et les moyens modernes de communication, radio et télévision, font irruption dans les coins les plus reculés de la « brousse ». Cela permet un certain désenclavement et le partage de la vie de la planète qui, malheureusement, ne s’accompagnent pas toujours d’un effort de réflexion et d’esprit critique, par manque de formation. Ce qu’on y entend est pris pour « parole d’Évangile » ; par exemple que Dieu a envoyé le Sida pour punir les hommes de leurs péchés : « Nous l’avons entendu à la radio » !

Ces moyens modernes n’ont en fait pas relégué les modes traditionnels au musée des antiquités ethnographiques. La parole y garde toujours sa valeur même pour un universitaire africain, l’oreille primant l’œil et l’écrit ; la simple évocation d’un malheur équivaut toujours à sa réalisation effective. Dans cette optique, nous présenterons ici deux modes de communication qui prennent racine dans la tradition et qui sont toujours d’actualité, les proverbes et les chants d’orchestre en langue sango¹ que nous avons recueillis à Bangui, en Centrafrique.

PROVERBES SANGO

A partir des proverbes que cette langue sango² crée, nous allons dégager quelques aspects du langage proverbial, et dire pourquoi et comment ce langage est toujours actuel.

le caractère concret du proverbe

Une première chose qui frappe en oralité, et bien évidemment dans les proverbes, *c’est le caractère concret du discours.* Les images employées partent de l’expérience quotidienne. Certaines peuvent être comprises directement par un étranger. Quand on dit cela « le paresseux qui ne sème pas d’arachide tendra la main au jour de la récolte », tout le monde comprend à qui on s’adresse et pourquoi : il faut travailler pour récolter, sinon on n’aura rien à manger ; donc avis au paresseux, d’ailleurs nommément désigné. D’autres images ne sont pas évidentes dans l’application qui en est faite. Lorsque l’on dit : « Si tu sèmes une épine, quand elle grandira, elle te piquera », l’épine peut désigner un

1/ Le sango, langue véhiculaire, est devenu langue officielle de la République Centrafricaine et des Églises chrétiennes de ce pays.

2/ Proverbe sango. *Atene ti Be-Afrika n° 3, Bangui.* Toutes les citations seront faites directement en français.

enfant que ses parents élèvent mal; cette relation entre l'épine et l'enfant n'est pas à première vue évidente. Ou bien: «Une bellealebasse ne dérive pas à la surface de l'eau», laalebasse symbolise la femme dont le statut normal est le mariage, à plus forte raison si elle est belle. L'eau sur laquelle dérive cettealebasse renvoie à la mort. Pour être compris, ce dernier proverbe demande une certaine connaissance de la culture. Mais toujours on se réfère à une expérience concrète.

une sagesse plurielle, en prise sur la vie

Souvent on lie proverbe et morale. Mais nous voudrions faire quelques remarques à ce sujet.

D'abord, *certaines proverbes constatent avant de moraliser*. Quand on dit: «Je suis un morceau de bois dans l'eau», cela signifie qu'on n'a plus personne ni rien à qui se rattacher. On va à la dérive comme un bout de bois entraîné par le courant de la rivière, et qui ne parvient à se cramponner à rien. Nous sommes ici devant un cri de détresse.

La seconde remarque invite à *s'entendre sur le sens même de morale dans les proverbes*. Plus que d'une morale avec ses commandements et interdits venant d'un principe supérieur, *nous parlerions plutôt ici de sagesse*, de règles de comportement devant la vie, et en société. Il peut être interdit de voler, de mentir, de commettre l'adultère, comme de se moquer d'un supérieur, il n'en est pas question dans notre corpus; ce sont d'autres valeurs qui sont mises en avant, comme la solidarité à l'intérieur du groupe, la prévoyance, la prudence. Au risque de surprendre, nous affirmons que s'il est important de ne pas voler, il est encore plus important de ne pas se faire prendre: «Le Yakoma³ ne traverse pas le fleuve deux fois au même endroit», dit un proverbe. Ce qui signifie: si on ne veut pas se faire surprendre dans des affaires louches, il ne faut pas fréquenter constamment les mêmes endroits ou personnes, à la façon du Yakoma, qui se méfie d'ennemis, qui repèrent ses habitudes dans la traversée du fleuve et qui voudraient en profiter. En fait, *les proverbes sont marqués au coin du bon sens de l'observation quotidienne, qui peut se recouper d'une culture à l'autre*; En français l'on dira par exemple: «Chat échaudé craint l'eau froide», en sango: «Le serpent t'a mordu, tu sautes quand tu vois une corde».

3/ Les Yakoma habitent les deux rives du fleuve Oubangui.

Une dernière remarque : *les proverbes, à l'intérieur d'un corpus, constatent une réalité plurielle, multiforme, voire contradictoire* à première vue. En français ne dit-on pas : « A père avare, fils prodigue », mais aussi : « Tel père, tel fils » ! En sango, d'une part on affirme : « L'oiseau vole avec ses seules ailes », d'autre part : « L'eau qui s'écoule seule sinue ». Dans ce dernier cas, la contradiction peut n'être qu'apparente, car il faut à la fois savoir se prendre en charge comme l'oiseau, et en même temps écouter les conseils pour ne pas s'égarer. Ce caractère non exclusif du proverbe permet, dans certaines ethnies, des joutes oratoires entre deux personnes, qui se terminent quand l'un des protagonistes ne peut plus répondre.

permanence interculturelle de la métaphore

En préparant un travail sur l'Église-famille, nous avons été frappés *par la concordance entre les images employées* dans les proverbes sango pour parler des relations familiales, et celles de Saint Paul quand il parle du « Corps de l'Église » (I Cor. 12/12 et sq). Ainsi en langue sango, nous trouvons ces proverbes :

« On ne coupe pas son orteil maculé d'excrément »,
« On ne refuse pas son nez morveux »,
« Un enfant ne peut rejeter son père lépreux »,
« On ne peut poser son sexe sur une pierre pour le frapper »,
« Si tu as mal à la tête, c'est ton corps tout entier qui souffre ».

Ainsi, la culture sango, comme d'autres cultures africaines, emploie *la métaphore du corps pour décrire les relations* entre les membres d'une même famille, qu'il s'agisse de relations harmonieuses ou conflictuelles.

L'étude des proverbes, ou du langage proverbial, permet ainsi une approche de la culture, avec ses richesses et ses limites. Les interlocuteurs demeurent très sensibles à l'emploi de ce mode d'expression qu'est le proverbe par un centrafricain ou par un étranger : il fait partie de ce qu'on peut appeler en oralité le beau langage.

D'autant plus que *la situation d'oralité y est toujours actuelle*, que dans bien des régions, des personnes même jeunes ne s'expriment ni en français, ni en sango, toutes deux langues officielles, et ne communiquent donc que dans leur langue maternelle.

D'autre part, on a dit et redit que *le sango est une langue véhiculaire, pauvre, plus ou moins artificielle, et donc incapable de produire sa propre littérature. Elle est également affrontée au français, et à la permanence des langues locales. Cependant depuis une bonne centaine d'années qu'elle se diffuse, cette langue a produit au moins les deux cent cinquante proverbes* que nous avons recueillis, même si nous n'avons pas la prétention d'avoir été exhaustif; c'est peu si on regarde d'autres langues qui en utilisent plus de mille⁴, *mais cette création prouve que le sango aujourd'hui s'approprie les modes oraux traditionnels et crée.*

CHANTS D'ORCHESTRE AFRICAINS À BANGUI

Nous abordons maintenant un autre genre littéraire oral, propre à bien des pays d'Afrique centrale et occidentale⁵. Il s'agit de ce qu'on appelle *les chants d'orchestre*, c'est-à-dire des chants composés par un musicien avec l'aide de ses équipiers. L'orchestre se produit ensuite dans un bar-dancing.

tradition et création

A Bangui, ce genre littéraire aurait vu le jour vers 1957; depuis cette date les orchestres se sont multipliés. Un inventaire des auteurs-compositeurs et de leurs productions est quasi impossible. Le milieu de la décennie 1980 marque l'âge d'or de ce genre littéraire. Ensuite la crise économique fait baisser la fréquentation des bars, donc les recettes des orchestres qui s'y produisent, et finalement la création de nouveautés de qualité.

Ces créations demeurent liées à la situation d'oralité: car pour des raisons d'ordre économique, fort peu sont enregistrées sur cassette ou disque et destinées à la vente. Les textes ne sont même pas imprimés et encore moins la musique. Les chanteurs ne disposent au mieux que de vagues feuillets manuscrits; et quand la pochette du disque donne le texte, il ne faut pas s'étonner d'y relever quelques différences entre l'écrit et le chant. Tradition orale oblige: ces chants sont faits d'abord pour être proférés, l'oralité prime une éventuelle écriture.

4/ Une étude en langue fon du Bénin donne plus de 1 500: Pamphile BOKO: *Proverbes de la sagesse fon (Sud Bénin)*, 3 fascicules, Cotonou 1995, 1996, 1997.

5/ P. SAULNIER *Bangui chante. Anthologie du chant moderne en Afrique centrale.* Paris l'Harmattan, 1993, 432 p.

Cela n'empêche pas ces orchestres de succomber aux sirènes de la *modernité, par l'emploi de matériels modernes de musique* : batteries, guitares, en se produisant dans des bars-dancing qui, eux non plus, n'ont rien de traditionnel. Autre concession à la modernité : *la diffusion des chants à la radio*, ou la prestation des orchestres *à la télévision*, ce qui leur permet de se faire connaître hors des grandes villes.

le lien nécessaire à la danse

Ce qui intéresse la clientèle de ces bars, c'est en premier lieu de se *détendre en dansant*; le contenu du chant importe alors peu et même pas du tout quand il s'agit d'une composition dans une langue qui leur est inconnue; le rythme de la danse suffit. Chants de danse, ils sont beaucoup plus longs qu'un chant européen : quatorze minutes pour le chant «Le Vieillard». Il est prévu, en effet, des temps de musique instrumentale sans paroles, et à la fin ce qu'on appelle une animation, faite souvent d'un chant litanique reprenant les idées du thème exposé, et d'interpellations aux membres de l'orchestre, ceci pour laisser le temps de danser.

En Afrique, il n'existe pas de chant sans danse, et un chant n'est de qualité que s'il est dansé. La danse permet alors la participation du corps tout entier, qui se met au contact de la terre. En langue sango, danser se dit « piétiner » la terre. Mais cette « terre » est à la fois la terre qui nourrit l'homme, l'espace sociologique qu'il habite, et l'espace mythique des ancêtres qui y ont trouvé leur dernière demeure. Nous n'en dirons pas davantage ici; mais chanter et danser en Afrique ne sont nullement anodins.

un exemple : «LE VIEILLARD»⁶

A titre d'illustration, nous présentons ce chant dans sa traduction française :

Mes amis, la tristesse envahit mon cœur.
Je suis maintenant devenu vieux, et je n'ai plus la force de travailler.

Les enfants que j'ai engendrés sont maintenant devenus grands,
Ils ont terminé leurs *études*⁷ et ils travaillent.
Ils me fuient tous : je ne sais pourquoi, mes amis !

6/ Ibid., p. 92.

7/ Les mots en italique dans ce chant sont en français dans le texte original.

Vous ne *pensez* plus à moi, mes enfants !
Ma maison, la pluie l'a détruite :
Je couche dehors, exposé aux moustiques et au froid.
La maladie et la faim me tuent.

La maladie et la faim me tuent.
Vraiment j'ai beaucoup maigri, mes enfants !

Vous roulez en *voiture climatisée*.
Vous vous *amusez* à longueur de journée.
Vous couchez à *l'hôtel*.
Vous fréquentez les *boîtes de nuit*.
Vous faites la fête, vous et vos *copines*.
Mais moi, je n'ai plus de force, ni de médicament pour me soigner.
La faim me *tourmente*, ainsi que la *maladie*.

Quand vous apprendrez mon décès,
Vous organiserez mes funérailles pour en tirer *profit*.
Vous achèterez un cercueil de luxe pour m'enterrer.
Vous me mettrez une *veste* et une *cravate* neuve.
Vous lancerez des *invitations* et vous organiserez un festin.
Vous mangerez poulets et cabris, vous boirez *whisky* et *champagne*.
Vous danserez à tout casser *jusqu'à l'aube*.
Mais moi, je serai parti, ô *adieu* !
Mais moi, je serai parti, ô *adieu* ! ô *adieu* ! ô *adieu* !

II. Refrain A :

Tout le mal que vous me faites,
Lorsque je serai mort, vous le regretterez.

a) Guy, Wilime, Annie, Rolando, Na, Chantal, Zekeyamo,
Quand je mourrai, qui va me pleurer ? Qui ?
Quand je mourrai, qui va m'inhumer ?

Refrain B :

Adieu, je m'en vais ! Adieu, je m'en vais !
Je vous laisse cette terre, portez-vous bien ! (+ Refrain A)

b) Guy, Maman, Adèle, Na, Tuma, Tante,
Quand je mourrai, n'accuse personne de sorcellerie,
N'accuse personne de sort, n'accuse personne de magie ...
Seules la maladie et la faim m'ont tué. (Refrain B + A)

c) Mimi, Fifi, Nicaise, Na, Jean-Bruno, Flavien,
Quand je mourrai, ne me pleurez pas !
Je m'en vais au pays d'où l'on ne revient pas. (Refrain B + A)

III. a) Mes enfants, je suis votre père, c'est moi qui vous ai mis au monde.
Ce que vous me faites, Dieu vous le rendra.
Vos propres enfants vous le rendront.

Refrain: Vous verrez ... vous verrez !
Vous verrez ... vous verrez !

b) Tout le mal que vous me faites, mes enfants,
Plus tard, un jour, Dieu vous le rendra.
Vos propres enfants vous le rendront.

Refrain + Reprise: mes enfants ... (ci-dessus)

c) Plus tard vous deviendrez vieux.
Vous tomberez malades et vous aurez faim.
Tout le mal que vous me faites, mes enfants,
Plus tard un jour, Dieu vous le rendra.
Vos propres enfants vous le rendront.

Refrain + Reprise: mes enfants ... (ci-dessus)

une histoire bien contée

La première partie de ce chant est composée d'une suite de strophes, où le vieillard alterne la description de sa vie avec celle de ses fils. Nous remarquons une nette différence de style entre les deux discours; quand il parle de (ou à) ses fils, toutes les phrases sont construites sur une unique structure: sujet (vous: les enfants) + verbe + complément(s). Tandis que pour décrire sa propre situation, le vieillard se voit, soit comme sujet, soit comme objet. De plus, les mots étrangers à la langue nationale, en italique dans le texte, sont employés seulement pour décrire l'activité des fils. Les seconde et troisième parties sont faites

d'ensembles refrain-couplets. Chaque partie, enfin, renvoie à une époque spécifique, la première à l'aujourd'hui, la seconde au décès dans un futur proche, la troisième à un futur lointain, quand les enfants eux-mêmes seront devenus vieux. Dans ce chant comme dans la plupart des autres, c'est une histoire qui est contée dont on ne peut en aucun cas bouleverser les divers moments, sous peine de réduire la logique de l'intrigue.

un média qui exprime un vécu populaire...

Ces chants sont en fait, pour la plupart, des tranches de la vie quotidienne; le thème n'est pas traité par le biais d'idées abstraites, mais à travers l'histoire concrète d'une situation vécue, à tel point que des personnes qui se rendaient à un enterrement ont pu se mettre à chanter ce chant, pour signifier aux proches du défunt qu'ils n'étaient pas dupes de la situation d'abandon dans laquelle ils avaient laissé leur vieux père. Le compositeur s'exprime ici dans un langage direct avec peu d'images, encore moins de symboles.

Ils ne laissent pas la population indifférente. Même s'ils sont produits dans un contexte urbain, Bangui, des ruraux assurent que l'auteur parle comme s'il vivait au milieu d'eux, *tant le thème traité rejoint leurs préoccupations quotidiennes.* N'a-t-on pas vu des spectateurs venir coller des billets de banque sur le front des chanteurs lors d'une tournée de l'orchestre en province! Tandis que des jeunes récriminent: « Mais ces vieux n'ont-ils pas fait leur temps? Que veulent-ils encore? »

...en situation d'acculturation

Le chant présente une société en état d'acculturation rapide, soumise aux pressions de courants porteurs de valeurs sinon contradictoires, du moins souvent opposées: celles de la tradition africaine, celles de la tradition moderne. Ces chants sont le lieu où se révèlent cette tension, cette rencontre de deux conceptions du monde et des rapports humains. Dans le chant «Le Vieillard», aucun des deux protagonistes, le père et ses enfants, ne se situe franchement, l'un du côté de la modernité, l'autre du côté de la tradition. Le vieillard peut certes faire référence à la tradition; ainsi sa croyance aux sorts et à la sorcellerie, celle en un au-delà de la mort, la malédiction qu'il lance à ses enfants. Pourtant, si ses enfants sont allés à l'école, on peut légitimement penser qu'il les y a aidés, et qu'il espérait tirer profit de leur réussite! Nous sommes alors dans la modernité. Ses fils ne sont pas totalement cou-

pés, eux non plus de la tradition : si le père tient ce langage à leur adresse, c'est qu'il les y sait sensibles. Mais il reconnaît s'être trompé quand il s'imaginait qu'au nom de la solidarité entre les générations, ses enfants l'aideraient dans sa vieillesse ; or ce décès sera pour eux une occasion de se faire valoir, de dépenser, alors qu'ils l'ont oublié dans le dénuement, et de l'affubler des défroques de la modernité, la veste et la cravate. Ce chant est finalement une critique recevable à cause du média utilisé, tant d'une certaine modernité détournée de son sens que de l'attitude d'une classe d'arrivistes qui entendent jouir égoïstement des facilités qu'elle leur procure.

prise de distance, humour et dérision

Le tragique de la condition humaine n'empêche pas l'humour. Ainsi, si le sida est perçu comme une punition divine contre le dévergondage sexuel, il est aussi le sigle de Système Inventé pour Décourager les Amoureux. Il autorise aussi les jeux de mots : si Dieu a ordonné aux hommes de se multiplier, pourquoi la Soustraction par la mort ? Ou l'ironie mordante quand le vieillard après avoir dit adieu à ses enfants et avant de les maudire, leur souhaite : « Je vous laisse cette terre, portez-vous bien ! » Le chant provoque le rire et la moquerie quand le vieillard, non seulement chante, mais mime sur scène ses malheurs. Le centrafricain se distancie ainsi de ses souffrances, quand il sent qu'il n'a pas prise sur son destin au jour le jour.

Ces chants jaillissent du génie du cœur du peuple, dont ils révèlent bien des facettes de l'esprit et de la vie, dans un contexte d'acculturation et de tension. Même orale, il s'agit d'une véritable littérature, dans la mesure où les auteurs compositeurs nous révèlent quelque chose d'important et se soucient de la présentation de leur discours.

chant d'orchestres et pouvoirs établis

Ce « média » semble échapper en partie aux pouvoirs établis, bien que les chants soient repris sur les antennes de la radio nationale. Mais il existe, en fait, une autocensure. On ne trouve pas de chants de critique politique, plutôt des chants à la gloire du régime, composés à l'occasion d'une fête nationale, de la visite d'un chef d'État étranger... Pas davantage de chants de critique d'une catégorie sociale. Un chant s'attaquant trop précisément aux infirmiers (ères) fut rapidement interdit d'antenne. Enfin, si hommes et femmes s'adressent des reproches, nous ne rencontrons aucun chant à connotation sexuelle.

Au-delà de ces proverbes et chants d'orchestre que nous avons présentés rapidement, il faudrait réfléchir sur l'ensemble des modes traditionnels de communication et surtout sur la Parole. En oralité, la Parole est vive: elle cimente ou désunit, guérit ou rend malade, fait exister et grandir ou détruit. Elle porte ainsi en elle-même ses propres valeurs, fonde la société, transmet et révèle tout un art de vivre en communauté, d'informer... Tout autre chose que les « médias » modernes.

Pierre Saulnier

*11, rue Crillon
75004 Paris*

ÉVANGILE ET MÉDIAS

par Pietro Pisarra

Pietro Pisarra est professeur de sociologie générale et de socio-économie des médias à l'Institut Catholique de Paris. Il est également journaliste au bureau de Paris de la Rai (radio, télévision italienne). Auteur de deux essais sur les médias, il nous fait partager ici sa connaissance des communications médiatiques et nous incite à savoir lire l'Évangile «entre les lignes» de l'actualité.

Quelle est la place de l'Évangile dans les médias ? En d'autres termes, quelle est la place de la bonne nouvelle dans l'univers de la communication, au moment où celui-ci, grâce au développement d'Internet et des autoroutes télématiques, connaît des changements spectaculaires ?

Il y a au moins deux façons de répondre à cette question. Si par «place» on entend l'espace ou la quantité d'informations réservés à l'Évangile – à l'Évangile proclamé haut et fort, lu et annoncé *sine glossa* – la réponse est simple: il n'y en a pas ou très peu; *il y a très peu de place pour l'annonce explicite de la foi chrétienne*. Au contraire, si par «place» on entend le «rôle» que l'Évangile pourrait jouer dans les médias ou l'accueil que les médias de masse pourraient réserver à l'Évangile, les choses se compliquent.

Mais vous connaissez la vieille blague; il existe deux catégories d'hommes: ceux qui divisent les hommes en deux catégories et les autres. Je vais donc essayer de ne pas tomber dans le piège des schémas stéréotypés et des réponses convenues. Une telle question – comme le disent nos technocrates – «nécessite une réponse articulée».

comme à travers un miroir

Arrêtons-nous tout d'abord devant un tableau : celui de Hans Holbein connu sous le nom des *Ambassadeurs* (aujourd'hui à la National Gallery de Londres). C'est un double portrait : à gauche, le majestueux Jean de Dinteville, seigneur de Polisy, ambassadeur de France à la cour de Henry VIII ; à droite, son ami Georges de Selve, évêque de Lavaur. Plutôt que d'un portrait au sens traditionnel, il s'agit, selon les historiens de l'art, d'un *memento mori* ou d'une *vanité*, genre pictural, en vogue au temps de la Renaissance et de l'âge baroque, qui trouve sa source d'inspiration dans la sagesse amère de Qohélet : « Vanité des vanités. Tout est vanité ».

Ami d'Érasme et de Thomas More, Holbein a semé sur la toile un certain nombre d'énigmes ou de messages chiffrés. La tache sombre au centre du tableau n'est pas une tache, mais l'image déformée, l'anamorphose, d'un crâne. Et si on regarde de près, le luth que Holbein a peint parmi les symboles des arts du *quadrivium* (musique, arithmétique, géométrie, astronomie) a une corde cassée. Le sens est clair : *notre destinée ressemble à la corde cassée d'un luth à la fin d'un concert plus ou moins enthousiasmant.*

Ce n'est pas par hasard que le grand historien Henri-Irénée Marrou a placé une reproduction du tableau de Holbein tout au début de sa *Théologie de l'histoire*¹. « La réalité apparaît à chacun de nous, écrivait Marrou, sous l'aspect déformé d'une perspective angulaire, comme ce crâne mystérieux que Holbein a projeté, presque méconnaissable, aux pieds de ses Ambassadeurs ».

En effet, notre histoire est faite de messages codés, d'énigmes qu'il n'est pas toujours facile de déchiffrer, car, comme l'écrit saint Paul (1 Co 13,12), « aujourd'hui nous voyons comme à travers un miroir et en énigme ». Et il faut penser ici, explique Marrou, aux miroirs antiques, faits de bronze ou d'argent poli, où l'image apparaissait comme à travers une eau imparfaitement transparente².

Tel est le miroir de l'histoire (et à plus forte raison celui de l'actualité) : un miroir d'eau trouble qui nous renvoie *une image confuse et imparfaite*

1/ Paris, Seuil, 1968.

2/ Ibid., p. 60.

de la réalité, une image aux contours incertains, flous, avec beaucoup de zones d'ombre ou de mystère et quelques rayons de soleil ici et là.

Comment déchiffrer les traces, les signes ou la semence d'Évangile dans ce miroir ? Et de quelle façon en saisir les reflets dans l'univers des médias ?

une masse d'information

Chaque jour, les cinq agences de presse les plus importantes du monde proposent aux rédactions de France et de Navarre *trente-cinq millions de mots*³. Trente-cinq millions de mots pour raconter le monde : les grands événements de la politique, les tragédies ou les catastrophes, les nouveautés des spectacles ou de la culture, les faits divers (tragiques, pittoresques ou curieux) dont les médias de masse sont gourmands. Trente-cinq millions de mots, c'est-à-dire l'équivalent de plusieurs encyclopédies et de plusieurs années de lecture. Quelle est la part d'Évangile dans ce flot de messages et d'images, dans cette masse d'informations qu'il faut analyser, interpréter, trier et classer en rubriques (politique, culture, sport, religions...) ? Et que reste-t-il de ces trente-cinq millions de mots après ce travail de sélection et de classement ?

Selon certaines enquêtes, *seulement dix pour cent des informations* qui affluent chaque jour dans les rédactions des différents journaux sont publiées ; pour les autres, il n'y a que l'oubli. La surabondance événementielle a ses limites ; pour ne pas être noyés sous les flots de messages insignifiants (les sociologues nous parlent à ce propos de « connaissance inutile »), quelqu'un doit décider à notre place à quelles informations il faut accorder l'*imprimatur* et à quelles autres le refuser. *Mais quels sont les critères du choix ?* Pourquoi tel événement mérite-t-il la *une* et tel autre a-t-il droit simplement à quelques lignes dans les pages intérieures ?

comment choisir ?

Les sociologues, qui ont étudié le long processus par lequel un fait « brut » se transforme en événement médiatique, ont établi un certain nombre de « critères d'événementialité ». Parmi ces critères il y a la force

3/ Pour avoir un élément de comparaison, il faut penser qu'une demi-heure de journal télévisé contient environ cinq mille

quatre cents mots, c'est-à-dire l'équivalent de trois quarts de page du journal *Le Monde*.

de *nouveauté* d'un fait; sa *signification* et son *impact* sur notre système de représentations et de croyances; *l'intérêt pratique* pour un public plus ou moins large (par exemple, dans le cas d'une grève des transports). Mais combien de faits échappent à cette « grille », à ces explications? Combien d'événements médiatiques semblent obéir à une seule logique, celle de l'idéologie invisible qui gouverne le système des médias⁴?

D'autres ont analysé en long et en large les dérives de l'information ou *la tyrannie de la communication*, titre d'un livre d'Ignacio Ramonet⁵. D'autres encore ont décrit en détail les transformations ou plutôt, la véritable révolution provoquée par l'avènement du numérique et du multimédia⁶. Le monde des médias est en train de vivre un changement comparable à celui de l'invention de l'imprimerie par Gutenberg au milieu du xv^e siècle. L'ordre international de l'information et de la communication (ou le *désordre*, selon les points de vue) risque d'être bouleversé.

le sacré n'est pas l'Évangile

Mais notre question de départ reste entière: *quelle est la place de l'Évangile* dans les informations qui nous sont proposées chaque jour, dès notre réveil? Je dis bien *de l'Évangile* et non pas d'un message vaguement religieux comme ceux auxquels nous a habitués le Nouvel Âge?

Les médias nous parlent certes de temps à autre de l'Église, à l'occasion des grands événements, des voyages ou des gestes d'un pape que les journalistes définissent volontiers de « médiatique ». Mais ces mêmes médias accordent le plus souvent leur attention aux religions orientales, je pense à l'engouement journalistique pour le bouddhisme qui ne manque pas d'ambiguïtés, et aux phénomènes religieux les plus spectaculaires ou à ce que l'on pourrait appeler le « sacré épiphanique ».

Le sacré épiphanique est omniprésent, il dégouline de partout. Il suffit de voir un film comme *Le Messie* de William Klein (1999) pour être saisi de nausée devant les multiples apparitions de vierges qui pleurent ou de ces athlètes de Dieu américains qui combattent réellement et non pas métaphoriquement pour la gloire du Très-Haut. Ce « sacré »-là n'a

4/ Voir à ce sujet le petit livre rouge de Pierre BOURDIEU, *Sur la télévision*, Paris, Liber-Raisons d'agir, 1996.
5/ Paris, Galilée, 1999.

6/ Voir Manuel CASTELLS, *La société en réseaux* (3 vol. : *L'Ère de l'information. Le pouvoir de l'identité. Fin de millénaire*), Paris, Fayard, 1998.

pas de mal à s'imposer : il s'apparente au folklore et plus souvent au « numineux » et au « mystérieux » dont parlait un philosophe comme Rudolph Otto ; il privilégie la vision, les prodiges et les miracles.

Mais l'Évangile en tout cela ? Quel est le nombre d'informations « évangéliques » proposées par les médias ? Quel est le pourcentage de nouvelles explicitement évangéliques, c'est-à-dire qui se réfèrent à l'essentiel de la foi ? Difficile ou presque impossible comptabilité. Et, pour tout dire, futile. Car l'arithmétique chrétienne obéit aux règles du Bon Pasteur qui laissa ses quatre-vingt dix-neuf brebis pour chercher celle qui s'était égarée, en nous indiquant par là que *l'amour échappe à toute considération quantitative ou statistique.*

l'Évangile se lit entre les lignes

L'Évangile c'est *l'imprévu et l'inattendu* qui se manifestent au détour d'une phrase ou d'un discours, dans les larmes des victimes de l'histoire au Rwanda ou au Kosovo, dans les *élans de générosité* de gens anonymes ; c'est la vie qui l'emporte sur la mort, sur la haine et la vengeance. C'est la *résistance* de madame Aung San Suu Kyi en Birmanie, le *témoignage de fraternité* des moines de Tibhirine, le *combat pour la dignité de l'homme* aux quatre coins de la planète, le *sourire* d'une femme ou d'une fillette blessées par la vie. C'est *l'espoir* qui se glisse avec discrétion dans une dépêche, à côté de deux informations futiles. Cet évangile-là se lit entre les lignes, **là où la vérité se manifeste non pas dans sa splendeur, mais dans sa pauvreté et son humilité, dans sa fragilité.**

Notre conception de l'événement (et au premier chef de l'événement médiatique) en prend un sacré coup ; la hiérarchie de l'information en est bouleversée. L'écrivain Christian Bobin a raison : « Il y a peu d'événements dans une vie. Les guerres, les fêtes et tout ce qui fait du bruit ne sont pas des événements. L'événement est la vie qui survient dans une vie. Elle survient sans prévenir, sans éclat. L'événement a la forme d'un berceau. Il en a la faiblesse et la banalité. L'événement est le berceau de la vie. On n'assiste jamais à sa venue. On n'est jamais contemporain de l'invisible⁷. »

De quelle façon distinguer ce qui est de l'Évangile et ce qui ne l'est pas dans les milliers de dépêches proposées par les agences ? De

7/ *Le Très-Bas*, Paris, Gallimard 1992, p. 18.

quelles façons « trier » le bon grain de l'ivraie, ce qui appartient à Jérusalem de ce qui est de Babylone ?

...et encore en énigme...

Aux événements médiatiques, on peut appliquer ce que saint Augustin disait des deux cités : elles « sont entrelacées l'une à l'autre (comme les brins d'osier dans une vannerie) et intimement mêlées (comme dans une émulsion chimique), jusqu'au jour du Jugement »⁸. *L'incertitude, le doute font partie du lot, ainsi que le toujours nécessaire effort de discernement (cette intelligence de la foi que certains voudraient envoyer aux oubliettes).*

Et puis, comme l'écrit avec humour Alain Rollat⁹, le Bon Dieu a toujours eu des problèmes de communication. On ne compte plus le nombre de ses messages mal interprétés. Même quand il court-circuite les Églises, pour éviter que certains de ses courriers ne finissent poste restante, il éprouve beaucoup de difficultés à établir avec les hommes des connexions qui soient à l'abri des interférences. On le reçoit rarement « cinq sur cinq ». Souvent il y a friture dans la ligne et le poste nous renvoie des bruits bizarres ou des sons (de cloches ?) que l'on ne voudrait pas entendre.

La place de l'Évangile dans les médias est celle que nous décidons de lui accorder : en déchiffrant « les signes des temps » et en saisissant, sous la patine de l'actualité la plus humble ou la plus clinquante, les *semina Verbi*, la semence du Verbe, dont parlait Justin. « Il y a une seule histoire, celle de l'humanité en marche vers le Royaume de Dieu, histoire sainte par excellence », disait Mounier. Sommes-nous capables d'entendre la leçon des événements, « ces maîtres que Dieu nous donne de sa main »¹⁰ ? Sommes-nous capables de déceler, derrière l'écran des apparences ou des *anamorphoses* de l'actualité, l'action de l'Esprit ? Ou sommes-nous victimes, en tant que chrétiens, de deux erreurs spéculaires : d'un côté, une confiance excessive dans la puissance des médias (jusqu'à l'idolâtrie ou au fétichisme du moyen) ; de l'autre, une méconnaissance de la spécificité, du langage et de la grammaire de chaque médium ?

8/ *Civ. Dei*, I, 35.

9/ *Le Monde*, 15 décembre 1999, p. 38.

10/ Yves CONGARD, cit. in Alberto MELLONI, *Les journaux privés dans l'his-*

toire de Vatican II, introduction à Marie Dominique CHENU, *Notes quotidiennes au Concile*, Paris, Cerf, 1995, p. 39.

Au moment où l'Internet étend sa toile d'araignée sur toute la planète, en bouleversant notre communication, ces questions méritent d'être posées. Elles interrogent les Églises. Des réponses que nous leur apporterons dépend la crédibilité de l'Évangile, la force d'un message qui défie tous les faux-semblants et toutes les apparences, soient-ils revêtus de la plus haute autorité médiatique ou ecclésiastique.

Pietro Pisarra

*Institut Catholique de Paris
21, rue d'Assas
75276 Paris Cedex 06*

«JE T'AIME MOI NON PLUS»...?

ÉGLISE ET MÉDIAS

par Gabriel Nissim

Le Père Gabriel Nissim a été, de 1985 à 1991, producteur de l'émission «Le Jour du Seigneur». Il a passé 7 ans au Cameroun, étudiant spécialement la langue Bamiléké. Actuellement, il est membre d'Espaces (Spiritualités, Cultures et Société en Europe), association dominicaine pour les questions européennes, et représentant au Conseil de l'Europe de l'Association Catholique Internationale pour la Radio, la Télévision et l'Audiovisuel (UNDA).

Il explore ici les rapports parfois ambigus de l'Église et des Médias.

les médias, lieu majeur d'existence sociale

L'aventure missionnaire aujourd'hui ne se déroule plus seulement au-delà des mers ou aux antipodes. La raison n'en est pas seulement la rupture culturelle si brutale, en Occident, que l'Église¹ s'y trouve, bien plus radicalement encore que dans les années 40, en «pays de mission». C'est, au moins autant, la difficulté de l'Église à communiquer: son langage, complètement décalé par rapport aux cultures ambiantes, l'est tout autant par rapport au langage des médias.

Or le constat est évident: les médias sont omniprésents, d'un bout à l'autre de la planète. Ils accompagnent en permanence la vie quotidienne et la marquent dans tous ses aspects. Si Internet est encore l'apanage des pays riches et des gens «branchés», la télévision ou en tout cas la radio sont entrés dans la maison de chacun, et le temps qu'on y passe se chiffre en plusieurs heures par jour. Les jeunes sont plus à écouter la radio ou à regarder la T.V. qu'à suivre l'école. Il

serait temps alors pour l'Église, si fort investie dans le domaine de l'école, de réaliser que pour faire œuvre éducative aujourd'hui, elle devrait s'investir au moins autant dans les médias ! Car ceux-ci sont déterminants pour les comportements de chacun ; c'est là qu'on va chercher le modèle de ses relations, dans ces séries télévisées qui vous racontent comment aimer, comment s'entendre ou se séparer. C'est à la radio qu'on raconte ses difficultés ou ses problèmes relationnels et qu'on demande conseil. *Les médias sont pour la majorité de nos contemporains le principal vecteur d'information et quasiment la seule porte d'accès à la culture.* Ils sont aussi un lieu majeur d'existence sociale : ce qui « passe » dans les médias existe socialement ; ce qui n'est pas vu à la télévision n'existe pas.

faut-il se protéger d'eux ?

Ainsi le rôle joué par l'Église en matière de morale durant des siècles est passé aux médias : *les journalistes sont les « nouveaux clercs » de notre époque.* Le langage des médias, rapide, incisif, très marqué par l'image, affectif et émotionnel, factuel, non-directif, captant l'attention, est à l'opposé bien souvent du langage de l'Église, issu de la « galaxie Gutenberg ». On entend souvent les chrétiens et les responsables d'Église se désoler de cette situation ; cependant, au lieu de nous demander ce que cela exige de nous, *nous ne faisons la plupart du temps qu'en rester à une attitude de méfiance et de critique à l'égard des médias.* Nous admirons l'attitude « héroïque » de ceux qui ont refusé d'avoir la télévision chez eux. Nous mettons l'abstinence de télévision au rang des jeûnes de Carême.

Faut-il considérer ces attitudes comme louables quant à la responsabilité pastorale de l'Église à l'égard de la société actuelle ? Est-ce une attitude missionnaire authentique face à cette culture nouvelle et omniprésente ? Ce ne sont plus aujourd'hui les cultures non-occidentales qui sont considérées comme plus ou moins « diaboliques » mais bien le monde des médias. *La télévision est-elle une maladie contagieuse dont il faut protéger nos enfants ou bien une culture à part entière, où nous avons par conséquent la responsabilité de faire œuvre d'évangélisation ?*

1/ En parlant d'Église au singulier nous incluons évidemment l'ensemble des Églises chrétiennes, même si notre réflexion se déploie davantage dans le cadre de l'Église catholique.

Pourtant ce ne sont pas les textes officiels de l'Église qui manqueraient pour nous y encourager : qu'il s'agisse de l'exhortation apostolique «*Communio et Progressio*» ou des messages annuels pour la Journée mondiale des Communications sociales, on trouve là une attitude profondément positive à l'égard des médias, attitude qui est encore loin d'être passée dans les mentalités de la plupart des chrétiens ou des pasteurs : «*Le premier aréopage des temps modernes est le monde des communications [...] Il ne suffit pas d'utiliser les médias pour diffuser le message chrétien [...] Il est aussi nécessaire d'intégrer ce message dans la «nouvelle culture» créée par les moyens modernes de communication*²».

LA COMMUNICATION, UN BESOIN HUMAIN FONDAMENTAL

mission d'évangélisation des médias

Ainsi notre responsabilité missionnaire première, face à notre société tout entière «*médiatique*», est bien à nouveau *d'acquérir une attitude de présence amicale*, de partage des soucis et des espoirs, d'écoute attentive pour comprendre le langage de l'autre, de volonté de vie, bref d'évangélisation. Entendons-nous bien : *non pas d'abord ni seulement utiliser les médias pour évangéliser, mais faire œuvre d'évangélisation des médias eux-mêmes*, de la culture qu'ils façonnent, de la société qu'ils structurent.

tentation d'instrumentalisation des médias

Cela signifie tout d'abord *se mettre au service de la communication* dans notre société parce que la communication est un besoin fondamental de l'être humain et de toute société humaine. C'est la satisfaction de ce besoin qu'il s'agit d'assurer de la façon la plus humaine possible. Face aux médias, il s'agit donc de se préoccuper qu'ils servent effectivement ce besoin fondamental de communication. Or c'est la tentation spontanée des institutions (par exemple les entreprises, ou l'État) et de beaucoup de personnes en situation de pouvoir que de chercher à instrumentaliser les médias pour faire passer leur message. La question se pose à l'Église comme aux autres institutions sociales, politiques ou commerciales : les médias sont-ils pour elles d'abord un moyen à utiliser pour leurs propres objectifs, si nobles soient-ils, ou bien sont-ils des «moyens de communi-

2/ *Redemptoris Missio*, 37.

« cation » ? *La communication est un objectif à poursuivre pour lui-même, en tant que nécessaire pour construire les relations et le lien social.*

Il faut ajouter à cet égard que, de toute façon, quand une institution, quelle qu'elle soit, fait sa propre communication, les gens ne s'y trompent pas : ce genre de communication est assimilé à de la publicité et seuls s'y intéressent réellement ceux qui en sont déjà partie prenante. Ce type de message ne convainc que les convaincus.

qu'ils vivent !

Mais plus profondément, d'un point de vue biblique, *nous aurions à nous demander si l'Église, à la suite du Christ et des prophètes, est chargée de « faire passer un message », comme nous le disons trop volontiers. En réalité, quand Dieu s'adresse aux hommes par l'intermédiaire de l'un de ses envoyés, il s'agit pour Lui de répondre à un besoin de ces hommes, voire de remédier à une situation dramatique : sa préoccupation, c'est que ces hommes et ces femmes vivent ! La Parole de Dieu ne nous est pas adressée comme un message au sujet de Dieu, mais comme une parole pour notre vie. « Dans la Révélation divine, Dieu, dans son immense amour, s'adresse aux hommes ainsi qu'à des amis, pour les inviter et les admettre à partager sa propre vie³ ».*

Or telle est aussi, justement, une des règles fondamentales du langage des médias. Il ne suffit pas, pour s'exprimer dans les médias, d'avoir un message à faire passer : tant de gens ont tant de choses à dire, le problème, c'est qu'il y ait quelqu'un pour les écouter ! En tant qu'Église, nous aurions à méditer cette règle et à en faire notre profit : comment nous-mêmes toucher nos auditeurs en ce qui peut susciter leur intérêt profond ? Et cela au nom même de Dieu.

C'est bien en effet au nom de Dieu que nous avons à nous intéresser en tout premier lieu à ce qui peut aider les gens à vivre. Donc leur proposer une parole pour leur vie, en fonction d'eux, de leurs besoins, de leurs souffrances, de leurs joies, de leurs espoirs et leurs attentes. C'est de là que naît une parole de Dieu pour eux. Aussi devrions-nous toujours, avant de parler nous-mêmes, nous rappeler la façon dont Dieu envoie Moïse : « J'ai vu, j'ai vu la misère de mon peuple.

3/ Constitution conciliaire *Dei Verbum*, 2.

Je l'ai entendu crier sous les coups de ses chefs de corvée. Oui, je connais ses souffrances. Je suis résolu à le délivrer. Va maintenant, je t'envoie...!» (Ex, 3, 7-10). *Donner la priorité aux auditeurs plutôt qu'au message*, comme le pratiquent les médias, équivaut pour nous tout simplement à *signifier l'attitude de Dieu qui parle parce qu'il veut la vie pour ses amis*.

souhaiter la paix biblique pour les médias

C'est pourquoi, *selon Saint Luc, il est demandé au missionnaire, lorsqu'il arrive quelque part, de commencer par souhaiter la paix* (Lc, 10,1-8). La paix biblique n'est pas l'absence de conflit, mais la plénitude de la vie. Notre première attitude, qu'il s'agisse de mission proche ou lointaine, de culture africaine ou médiatique, consiste donc à souhaiter la plénitude de vie pour les femmes et les hommes de cette culture. Dans le cas des médias qu'est-ce à dire? Essentially ceci: souhaiter de tout notre cœur *que les médias contribuent à une authentique plénitude de vie humaine* de ceux qui les pratiquent, en tant que public ou en tant qu'acteurs, et par conséquent, *que les médias soient le lieu d'une véritable communication humaine*, une communication qui favorise la communion fraternelle entre les êtres humains.

Telle est la vision centrale de l'Église au sujet des médias: ceux-ci ont une véritable «**vocation**»: «*L'Église considère ces moyens de communication comme des 'dons de Dieu'. Selon l'intention de la Providence, ils doivent engendrer entre les hommes des rapports fraternels, susceptibles de favoriser son dessein de salut*⁴». Ainsi, puisque les médias contribuent «grandement» à l'union entre les hommes, puisque l'union entre les hommes est «la fin principale de toute communication» et puisque cette union trouve son origine «dans le mystère fondamental de l'éternelle société de Dieu, Père, Fils et Saint-Esprit qui vivent une seule vie divine»⁵, c'est bien la communion qui est la vocation des médias. Il est symptomatique à cet égard que l'Église parle de «moyens de communication sociale» plutôt que de «médias»: il s'agit moins de message, d'émetteur et de récepteur, que de communication entre les hommes pour qu'ils puissent approfondir leur communion fraternelle.

4/ *Communio et Progressio*, 2.

5/ *Ibid.*, § 8.

nommer et célébrer

À nous donc de le reconnaître chaque fois que quelque chose de cette communication/communion se réalise dans les médias, à nous de savoir alors dire : «Sachez-le : le Royaume de Dieu est arrivé parmi vous». Telle est la première tâche évangélisatrice à l'égard des médias, car nous sommes envoyés pour moissonner ce que l'Esprit a déjà semé. Ainsi, chaque fois que nous pouvons reconnaître les fruits de l'Esprit de communion à l'œuvre dans les médias, chaque fois qu'ils favorisent plus de fraternité entre les êtres humains, *nous avons la responsabilité de souligner et de nommer ce qui est de l'ordre de la présence secrète du Royaume de Dieu*, de nous en réjouir et de le célébrer.

PARLER LA LANGUE DES MÉDIAS

La seconde attitude à avoir à l'égard des médias est bien entendu d'en apprendre la langue, comme face à toute culture (les missionnaires le savent bien pour l'avoir largement mis en pratique). Car les médias, et tout particulièrement les médias audiovisuels, ont leur langue propre. C'est une langue. Autrement dit, les médias ne sont pas la réalité mais une expression, une représentation de la réalité.

représentation et réalité

Il nous faut d'abord apprendre *la distance qui sépare la représentation, et en particulier l'image, de la réalité*. Contrairement à ce que nous pensons, la télévision n'est pas une simple fenêtre ouverte sur le monde. La vision qu'elle donne du réel n'est ni transparente, ni immédiate. Elle est médiatisée, reconstruite. Reconstruction qui ne signifie, de soi, ni perversité, ni volonté de manipulation. L'image n'est pas le réel, mais la façon dont toute une équipe a choisi d'exprimer sa vision de ce réel à travers un langage audiovisuel qui a sa grammaire, sa syntaxe, sa rhétorique.

La fascination qu'exerce sur nous l'image demeurera tant que nous resterons des illettrés de ce langage. La distance entre le réel et l'image, c'est aussi la distance, le recul que nous-mêmes saurons acquérir par rapport à notre écran. Apprendre cette distance est indispensable. Ainsi l'image doit être sans cesse prise comme «l'image-de» et non comme «la chose elle-même», remarque avec pertinence Régis

Debray. Sinon, on tombe dans l'idolâtrie, qui consiste à se confier indûment dans «l'œuvre de nos mains».

l'émotion, richesse et faiblesse du langage médiatique

On a parfois critiqué le caractère essentiellement émotionnel du langage télévisuel. Et certes, les gens de télévision peuvent en profiter pour jouer sur la corde sensible, d'une façon parfois insoutenable, et pour faire ainsi de l'audience. Pourtant, il ne faut pas demander à la télévision ce qu'elle ne peut pas donner: elle n'est pas faite pour jouer dans le registre du rationnel ou du didactique. C'est un *langage kaléidoscopique* qui fonctionne par juxtaposition plutôt que par les enchaînements d'une logique linéaire. Il lui faut en revanche jouer de son registre propre, l'image, avec ses faiblesses et ses limites, mais aussi avec *sa force spécifique*, qui est celle de *l'émotion*.

Le langage artistique a sa consistance propre, son fonctionnement *original dans l'ordre sensoriel et émotionnel*. Il faut donc que la télévision (ou plutôt les gens de télévision) maîtrise le mieux possible les ressources propres de son langage: c'est en allant le plus loin possible dans cette maîtrise qu'elle sera, si le regard du réalisateur est assez profond, le mieux à même de nous faire pénétrer au-delà du sensible ou du visible, de «créer ces équivalences spirituelles entre le monde extérieur et le monde plus intérieur» (Manessier).

l'image, révélation du frémissement de la vie

Aussi, plutôt que de juger la télévision sur ses contenus conceptuels, comme nous le faisons trop souvent, il nous faut nous rendre compte que l'image a ses lois propres d'expression: les cadrages ont leur signification, les enchaînements aussi, la lumière, le son. Dans le langage télévisuel, il s'agira de maîtriser cette alchimie subtile des rapports entre l'image, le son, la parole et le silence. Et surtout, il y a cette inimitable sensibilité de la prise de vues, cet accord presque miraculeux entre le réalisateur, le cadreur, le directeur photo, qui fait que, tout à coup, *l'image vibre de ce quelque chose d'impalpable qui est le frémissement même de la vie*.

Même si cela est de l'ordre de l'inattendu, rien pourtant n'interdit d'attendre aujourd'hui le Jean-Sébastien Bach ou le Rembrandt de la télévision qui sauront, au sommet de leur art, faire passer dans leurs

images une présence divine qu'ils auront captée au profond de ce qu'ils voient et nous donnent à voir. *Quand l'image atteint à cette profondeur de révélation, elle ne risque plus d'être l'occasion d'une idolâtrie*, mais elle atteint au contraire à la qualité d'icône, puisqu'elle nous permet d'atteindre l'au-delà du visible.

Internet, un fonctionnement communautaire

Avec Internet, nous entrons encore dans un langage différent, caractérisé par l'interactivité: nous sortons du monde des mass-médias, c'est-à-dire d'une communication où « un » s'adresse à « beaucoup », de façon unidirectionnelle, avec un émetteur actif unique et une masse de récepteurs supposés passifs. Avec l'interactivité, *chacun est à la fois émetteur et récepteur*; c'est un fonctionnement en réseau, où chacun s'adresse à un ou à plusieurs. On peut relever, entre autres, deux conséquences importantes de cette nouvelle façon de communiquer: d'abord que dans un tel réseau, *il n'y a plus d'autorité de référence, plus de centre*. La parole de chacun vaut celle de n'importe qui d'autre, avec le risque évident de mettre toutes les opinions sur le même plan et d'accorder crédit à ce qui n'en a pas, mais aussi avec l'avantage de rétablir une vraie communication, une communication où il y ait vraiment deux (ou plusieurs) interlocuteurs.

La seconde conséquence, c'est précisément que *là où chacun a voix au chapitre, il se sent membre d'une communauté* et de fait, beaucoup d'internautes parlent volontiers de « communauté » virtuelle. Ce n'est pas un vain mot, car on ne se sent vraiment membre d'un groupe social que si l'on y a sa place; et cette place, c'est d'abord de pouvoir s'y exprimer et d'y être écouté. Apprendre le langage des nouveaux médias électroniques, ce sera donc, pour l'Église, *réapprendre ou généraliser un langage et un fonctionnement communautaire* de type non plus monarchique mais synodal, tel qu'il est pratiqué, par exemple, dans les Églises protestantes, dans certains Ordres religieux ou occasionnellement dans certains diocèses.

Si la parole n'est pas effectivement donnée (ou rendue) à l'ensemble des croyants, il ne faudra pas s'étonner qu'ils aillent chercher ailleurs un espace communautaire où ils seront reconnus et écoutés. Être présents sur Internet ne consiste pas à y ouvrir une page d'information. C'est s'engager dans un nouveau type de communication réellement interactive, ce que nous prônons nous-mêmes quand nous disons, comme Paul VI, que l'évangélisation passe par le dialogue.

LES MÉDIAS ET L'ARGENT

Une troisième attitude à l'égard de la culture des médias, c'est de chercher à guérir ce qui peut être malade et d'avertir sur les risques et les obstacles qui peuvent empêcher les médias de remplir leur vocation de communication.

l'obstacle de l'argent

Aujourd'hui, vouloir mettre les médias au service d'une véritable communication se heurte à l'obstacle de l'argent. Depuis les années 80, en Europe mais aussi de plus en plus dans le reste du monde, les médias ont un but lucratif: journaux, radios, télévisions, Internet sont devenus des moyens de gagner de l'argent. Une chaîne commerciale de radio ou de télévision n'a pas d'abord pour but d'offrir un programme à ses auditeurs, mais d'offrir ses auditeurs aux publicitaires. On parle «d'entreprises» de communication, entreprises de type commercial, dans un marché libre où règne une concurrence parfois sauvage. Ainsi les contenus (les programmes) sont instrumentalisés au profit, soit de la publicité (comme dans les radios ou les télévisions commerciales et dans certains journaux), soit, sur Internet, au profit des services payants qui les accompagnent: telle est la logique des fusions récentes AOL/TIME-WARNER OU VIVENDI/SEAGRAM. La priorité n'est plus à la communication pour elle-même, mais à la vente de produits ou de services. Cette logique s'introduit même dans nos relations quotidiennes: nous sommes tentés bien souvent de communiquer avec les autres, non pour nous rapprocher d'eux pour eux-mêmes, mais en fonction des avantages personnels que nous pourrions en tirer.

citoyens et chrétiens responsables

C'est aujourd'hui une des **responsabilités** de l'Église que de se préoccuper de ces dérives de la communication: nous avons à soutenir les professionnels quand ils souhaitent *mettre davantage d'éthique dans les médias*, par exemple, à travers des codes de déontologie; nous avons à rejoindre les associations de téléspectateurs qui luttent pour *des programmes de qualité*; nous avons à soutenir l'action politique qui veut inscrire dans les accords internationaux le fait que *les médias ne sont pas des marchandises* comme les autres.

Nous avons surtout à nous préoccuper de ce qu'on appelle *l'accès universel*: que tout un chacun, solvable ou non, ait accès, via les médias, à l'information et à la culture; qu'il ait accès aux nouvelles technologies

de la communication, afin que ne se creuse pas la fracture sociale entre «info-riches» et «info-pauvres». Il est possible de faire de ces nouvelles technologies *un outil performant au service des plus défavorisés*: cela relève de notre *responsabilité de citoyens* et de nos initiatives.

Les Églises ont à participer à cet effort. Il ne peut leur suffire de vouloir être «la voix des sans-voix». Elles ont aussi à se demander, avec tous ceux qui sont soucieux des «laissés pour compte» de la communication, quelles sont les conditions politiques et économiques qui permettront de leur rendre la parole; quelles règles démocratiques mettre en place pour que les médias deviennent davantage pour les exclus un lieu de parole, de formation, de socialisation.

VERS UNE PRATIQUE ECCLÉSIALE DES MÉDIAS

Les médias sont trop importants dans la vie actuelle pour que l'Église s'en lave les mains. *Sa première responsabilité pastorale et évangélicatrice à leur égard est donc non de les condamner mais bien d'aimer cette réalité culturelle et sociale voulue par Dieu et appelée à être un lieu où croissent la fraternité et la communion humaine. A son tour, elle peut bien aussi faire usage des médias pour favoriser sa propre communication interne et externe. Cela signifie trois choses.*

une meilleure communication à l'intérieur de l'Église

D'abord accepter la formation à l'intérieur de l'Église d'une opinion publique: *«Parce qu'elle est un Corps vivant, l'Église a besoin d'une opinion publique pour alimenter le dialogue entre ses membres: c'est une condition de progrès pour sa pensée et son action [...]. Que les catholiques soient pleinement conscients de ce qu'ils ont la vraie liberté d'exprimer leur pensée laquelle repose sur le «sens de la foi» et sur la charité. [...] Cela implique l'existence de moyens de communication⁶».*

Il y aurait beaucoup à dire sur l'absence de mise en pratique de ces recommandations. On peut au moins souhaiter que, lorsque l'Église pense sa politique en matière de communication, elle ne se préoccupe pas seulement des porte-parole officiels, mais que les médias chrétiens (et non-

6/ Ibid., §§ 115, 116, 119.

chrétiens) soient estimés et admis pour la façon dont ils permettent un véritable dialogue interne et externe. Ce n'est pas la tendance actuelle dans bien des Églises, car les pasteurs (à l'instar des hommes politiques ou des dirigeants d'entreprise) veulent garder la maîtrise de ce qu'ils appellent la communication (mais qui ne fonctionne alors qu'à sens unique). Ils n'ont alors à s'en prendre qu'à eux-mêmes si leur langage ne passe pas, puisqu'ils font en même temps les réponses et les questions.

faire confiance aux professionnels

Il existe pourtant de nombreux professionnels des médias, chrétiens ou non, auxquels *il conviendrait de faire confiance* pour traduire dans un langage accessible des documents ecclésiaux souvent abscons. Il est tout à fait erroné de croire qu'en matière de communication, «on n'est jamais si bien servi que par soi-même». *La plupart des médias ne cherchent pas à nous piéger*; ils font au contraire un vrai travail de médiation qui consiste à transmettre le mieux possible, en fonction de ce qu'ils savent intéresser leur public et dans le langage de celui-ci, quelque chose de la vie et de la pensée de l'Église.

des médias spécifiques, mais ouverts

L'Église, et c'est dans la société actuelle une de ses grandes forces, a largement développé ses médias propres, dans la presse écrite, la radio ou la télévision. Cela lui permet d'assurer une communication interne de plus en plus nécessaire dans un monde pluraliste où chacun a besoin de se conforter dans ses convictions propres et son identité. Aujourd'hui, les médias sont un des lieux et des signes d'appartenance. Cela permet en même temps à l'Église d'être présente sur la place publique et de faire entendre sa voix dans les débats de société. Dans une société démocratique, il est important que les divers courants, y compris minoritaires, puissent ainsi s'exprimer publiquement. Mais cela suppose *deux conditions*, si l'Église veut être fidèle à sa conception de la communication comme chemin de communion universelle.

D'abord de se poser la question : **à quel public voulons-nous parler et pour dire quoi?** S'agit-il que «les chrétiens parlent aux chrétiens», s'agit-il de convaincre les convaincus? Nous avons certes à conforter l'identité du peuple chrétien, mais cela ne doit pas nous conduire à proposer des programmes ou des journaux réservés aux seuls chrétiens.

Notre identité est assez humaine pour pouvoir être compréhensible par d'autres. Nous devrions même sans cesse nous demander: si quelqu'un qui ne partage pas nos convictions nous écoute ou nous lit (et il y en a plus souvent que nous ne pensons), qu'est-ce qui va pouvoir lui parler à lui dans ce que nous disons? A fortiori, les médias chrétiens ne sont pas les haut-parleurs des autorités ecclésiales: quelle vraie responsabilité éditoriale est-elle laissée aux journalistes qui en ont la charge? Il n'est pas toujours facile, pour ces derniers, de concilier fidélité ecclésiale et liberté de communiquer.

En second lieu, il nous faut être attentifs, en Europe à tout le moins, à **une tendance générale à l'individualisation** qui est lourde de dangers pour la cohésion de la société. Qui ne constate la difficulté croissante à nous comprendre et à nous accepter les uns les autres dans nos différences? L'existence de médias chrétiens ne doit pas être une façon de consentir à l'individualisation croissante en Europe, de pousser à la fragmentation sociale ou à l'affirmation identitaire exacerbée. Le problème ne se pose pas seulement dans les Balkans ou en Irlande. On le trouve en Belgique, en Italie du Nord. L'Église n'a-t-elle donc aucune responsabilité à cet égard? Doit-elle encourager le «chacun chez soi, chacun pour soi», c'est-à-dire en matière de télévision, chacun dans sa «niche» thématique: que les catholiques regardent la télévision catholique, les musulmans les télévisions musulmanes, et ainsi de suite? Le besoin d'affirmation de soi est légitime, mais peut-il s'accomplir en-dehors du regard de l'autre? Les missionnaires le savent bien: on ne se comprend jamais si bien que lorsqu'on découvre l'autre dans sa différence par le dialogue avec lui. Pour être vraiment nous-mêmes, nous avons besoin de l'autre, de sa différence, de sa façon à lui d'être humain, de son regard amical. Les médias chrétiens ne doivent pas être conçus comme des murs de protection, mais comme des ponts.

former, éduquer, responsabiliser

Bien des problèmes seraient sans doute résolus, dans les rapports souvent difficiles entre Église et médias, si les chrétiens (et d'abord les responsables d'Église) acceptaient d'acquérir une véritable formation en la matière. Beaucoup en sentent fortement le besoin pour ne plus être démunis dans ce monde des médias qui, tout en étant le nôtre et encore plus l'univers familier de nos contemporains, nous reste pourtant largement étranger.

Formation d'abord en tant que public. Ce serait un beau service à rendre aux chrétiens et à bien d'autres que d'offrir une véritable éducation aux médias, notamment audiovisuels: apprendre à lire un quotidien, à regarder d'un œil différent le Journal télévisé, savoir apprécier un beau film, repérer les failles et les richesses d'un documentaire, comprendre comment une émission de radio ou de télévision est bâtie, pourquoi elle touche les gens. Les enjeux en sont considérables en termes de responsabilité et de liberté, de culture, de démocratie et d'éthique.

L'éducation aux médias permet en effet de *responsabiliser chacun dans son usage des médias*, ce qui est d'autant plus nécessaire lorsque ces médias sont conduits par la seule logique du marché. Elle s'inscrit dans le droit fil de la démocratie car sans elle, le public n'a pas la distance critique nécessaire par rapport à ce que lui proposent les médias. Elle serait en outre assez facilement à la portée des Églises qui ont développé une vraie compétence dans le domaine éducatif.

Ce serait aussi un enrichissement considérable pour tous ceux qui ont une responsabilité pastorale dans l'Église que de mieux comprendre le fonctionnement des médias pour pouvoir avoir un rapport plus simple et plus compétent avec eux chaque fois que l'Église est concernée, soit pour une prise de position, soit pour un événement dont elle est partie prenante. Mais en outre, connaître les médias et comprendre leur fonctionnement est un des meilleurs observatoires sur nos contemporains et en particulier sur la façon dont ils vivent la communication, l'un des enjeux majeurs de la fraternité humaine et du Royaume de Dieu aujourd'hui:

«Les moyens de communication sociale présentent donc un triple intérêt pour le Peuple de Dieu: ils aident l'Église à se révéler au monde moderne; ils favorisent le dialogue à l'intérieur de l'Église; ils apprennent à l'Église les mentalités et les attitudes de l'homme contemporain, car Dieu l'a chargée de porter à cet homme le message du salut, dans un langage qu'il puisse comprendre à partir des questions qu'il se pose et qui lui tiennent à cœur⁷».

Fr. Gabriel Nissim

*Couvent Saint Pierre
41, bd de la Victoire
67000 Strasbourg*

7/ Ibid., § 125.

SAINT PAUL ET LES MÉDIAS

par Claude Tassin

Prêtre et religieux spiritain, Claude Tassin enseigne à l'Institut Catholique de Paris le Nouveau Testament et le judaïsme ancien. Il a publié un commentaire de Matthieu (Centurion, 1991) et plusieurs articles. Il est aussi compositeur de chants liturgiques.

Dans cette contribution, il s'efforce d'analyser les rapports de Paul aux médias de son temps.

Dans le monde des médias, certaines éditions religieuses se réclament du patronage de saint Paul. À n'en pas douter, ce titre de gloire salue en lui un modèle de la diffusion de l'Évangile. Mais l'apôtre peut-il dire quel type de proposition de la foi requiert l'univers actuel des médias dont il n'a rien connu ? Éclaire-t-il les problèmes déontologiques des chrétiens, quand les médias sollicitent ces derniers ? En outre, *quel* Paul a mérité sa stature médiatique ? Sans doute à la fois l'auteur des lettres reconnues par l'exégèse comme authentiques, mais aussi la figure composite qu'offrent les épîtres canoniques ultérieures, mises sous son nom, et le portrait de l'apôtre reconstruit par le Livre des Actes¹.

Depuis Paul, le monde a changé. Certains moyens de communication utilisés à bon escient par les prédicateurs du 1^{er} siècle deviendraient insultants pour nos contemporains, et l'apôtre accusait déjà certains confrères de se conduire en « colporteurs » de la parole de Dieu (2 Co 2,17). En revanche, il est possible de préciser le rapport de l'apôtre avec les médias de son temps.

En bref, *l'évangile paulinien implique à la fois une présence de soi et une distanciation du messenger par rapport au message : présence de*

soi dans le média, mais refus du vedettariat. Cette tension traduit la nature de l'Évangile : présence au monde du Christ ressuscité, mais dans l'effacement du Crucifié.

Pour préciser ces rapports, s'impose d'abord une approche des médias qui permette de jeter un pont entre nos cultures et celle de Paul (I). On verra que, chez lui, la parole (« audio ») l'emporte sur l'écrit (« visuel ») (II). Quelle interprétation donner alors au média épistolaire utilisé par l'apôtre (III) ? Comment comprendre enfin le « Paul après Paul », les lettres posthumes mises sous son nom (IV) ?

I. UNE APPROCHE DES MÉDIAS

le chaud et le froid

M. Mac Luhan distinguait les médias chauds (*hot*) et les médias froids (*cool*)². Le média chaud impose une masse de données et laisse peu de place à la participation. Ainsi la radio ou la conférence, mais aussi l'écrit qui, transposant en signes visuels la parole émise, isole le lecteur dans son « point de vue ». **Le média froid, véhiculant peu d'informations sensorielles, exige une participation plus grande du destinataire.** Ainsi, le téléphone m'oblige à « imaginer » mon correspondant ; j'occupe ma vue pour compléter l'audition en griffonnant des dessins avec la main laissée libre par l'écouteur. Média froid est aussi la parole vive de l'exhortation : elle implique une réaction (*feed-back*) de l'auditeur, un jeu de relations débordant de beaucoup le lien du son entre un émetteur et un récepteur.

La distinction entre médias chauds et froids évolue avec la culture et se définit par l'*effet* produit, selon le slogan de M. Mac Luhan : *Medium is Message* (le média, c'est le message).

1/ Sans oublier le livre apocryphe des *Actes de Paul* (II^e siècle) d'où vient la représentation traditionnelle de l'art chrétien : « un homme de petite taille, à la tête dégarnie, aux jambes arquées, vigoureux, au nez légèrement aquilin, plein de grâce... » (3,3). Le cheval de l'apôtre n'apparaît qu'au XII^e siècle, dans l'idéologie occidentale d'un Paul « chevalier ».

2/ Parus, en français, de M. MAC LUHAN : *La Galaxie Gutenberg*, Paris, Mame, 1967 ; *Pour comprendre les médias*, Mame-Seuil, Tours-Paris, 1968. L'adjectif *hot* implique une certaine agressivité, à l'opposé de *cool* (selon le langage des banlieues : « *Cool, mec !* »)

le contenu et l'effet

Opération légitime, le théologien dissèque le **contenu** de la série télévisée *Corpus Christi*, une critique historique des évangiles. Mais, ce faisant, il risque de s'aveugler sur l'essentiel: le média, l'**effet** produit par l'émission sur les téléspectateurs (*ça dérange, ça instruit...*). De même, celui qui proclame l'évangile dans l'assemblée dominicale véhicule un média spécifique, la liturgie, dont l'effet désiré est qu'une communauté se soude dans l'écoute de la parole du Christ revivifiée par «l'oralité secondaire»³, la lecture rituelle. Or le diacre lisant l'évangile sait l'échec du média lorsqu'il voit les fidèles plonger le nez dans les missels. Au média froid de la parole ensemble entendue, ils préfèrent le média chaud de la vision individualiste de l'écrit.

L'individualisme occidental a produit le livre *Voyage autour de ma chambre* (X. de Maistre). Voilà l'effet de l'écrit, média chaud relayé aujourd'hui par l'*internaute* qui voyage en solitaire sur *Internet* et qui, par là, **en voyant, s'imagine entendre**. Média froid est le voyage qui, du *virtuel*, passe aux moyens de transports. Le détenteur d'un message voyage pour faire entendre ses idées; l'homme qui se cherche voyage pour entendre réponse à ses questions («Viens donc! Je ne peux pas te confier cela par téléphone... Viens donc! Pourquoi ne pas me dire de vive voix ce que tu *balances* sur *e-mail*...?»). Paul voyagea, spécialement «là où n'avait pas été prononcé le nom du Christ» (Rm 15,20). Mais il voyagea aussi par épîtres interposées.

des médias et des sens corporels

Si nous connaissions de Paul seulement ce qu'écrivent les Actes des Apôtres, nous ignorerions son activité épistolaire. Au reste, les épîtres ne jouent qu'une fonction seconde par rapport à la prédication qui fait de l'apôtre le «serveur» d'une parole prononcée et entendue. **Paul s'inscrit dans le processus de la communication audiovisuelle, selon un dosage subtil entre l'audio et le visuel.**

Tout média a pour canal le système sensoriel. Mais le toucher, le goût et l'odorat tiennent une place moindre dans la Bible, sinon par des

3/ Cf. W. KELBER, *Tradition orale et Écriture*, Paris, Cerf, 145 (LeDiv 145). À sa suite (p. 321, n. 118), j'appelle «oralité

secondaire» la restitution du message oral par la lecture d'un texte écrit.

métaphores traduisant une intériorisation *a posteriori* du message⁴ reçu, parce que ces trois sens, dans le contact direct, présentent le danger de posséder l'autre. Le média oral, lui, implique une continuité, que sa réception ne doit pas dissoudre, entre le message et celui qui l'émet.

II. PAUL OU LE PRIMAT DE «L'AUDIO» SUR «LE VISUEL»

«L'homme communique par son corps tout entier; la parole n'en est pas moins le médium principal.» Cet aphorisme⁵ rejoint Paul: «**La foi naît de l'écoute**» (Rm 10,17). Mais le mot «écoute», en grec *akoè*, signifie aussi *la chose donnée à entendre*. Ce processus d'annonce et d'audition caractérise la conception paulinienne de «l'évangile». À tort, le lecteur des épîtres voit parfois en ce terme les évangiles écrits qu'il trouve dans sa bible. Pour l'apôtre, l'évangile, message oral⁶ prononcé et entendu, s'appelle aussi «la parole de Dieu» ou «la parole». Ce statut oral suggère quatre propositions.

le média, c'est le message, à savoir l'effet qu'il induit

Pour Paul, la parole de Dieu effectue ce qu'elle dit: elle «œuvre en vous, les croyants» (1 Th 2,13). Ce travail se traduit, à Thessalonique, par une triple mutation des convertis: une foi active, un amour qui se met en peine et une espérance victorieuse des épreuves (1 Th 1,3). L'**effet** se confirme par son extension contagieuse (1 Th 1,7-10). Ainsi, «l'évangile est puissance de Dieu pour le salut de quiconque croit» (Rm 1,16). Contre l'adage *verba volant, scripta manent* (les mots s'envolent, les écrits restent), cet envol irrésistible prouve la puissance de l'évangile. Dans notre monde où on lit peu, les journalistes de la radio et de la télé savent, comme Paul, la force du verbe.

le média oral implique une continuité entre l'émetteur et le message

Les risques pris par certains reporters illustrent la proposition. Paul fait corps avec la parole qu'il annonce. Il peut désigner comme «*mon évangile*» (Rm 2,16) la puissance «qui fait vivre les morts et appelle à être ce qui

4/ Les décisions du Seigneur sont «plus savoureuses que le miel» (Ps 19,11); les apôtres sont «la bonne odeur du Christ» (2 Co 2,15); l'auteur de 1 Jn 1,1 évoque «ce que nos mains ont touché du Verbe de vie». Sur les sens et l'intériorité, cf.

W.J. ONG, *Retrouver la parole*, Tours, Mame, 1971, pp. 114-115.

5/ W.J. ONG, *op. cit.*, p. 7.

6/ Aucun évangile écrit n'existait au temps où Paul rédigeait ses lettres.

n'est pas» (Rm 4,17). Ce dynamisme se révèle dans la mort et la résurrection de Jésus, mais aussi dans l'apôtre lui-même. La continuité entre l'émetteur et le message se traduit par des épreuves qui, dues à l'apostolat, assimilent le missionnaire au destin du Christ. Parole ouverte, l'évangile fait de l'envoyé une figure d'espérance: «Je poursuis ma course pour tâcher de saisir, ayant été saisi moi-même par le Christ Jésus» (Ph 3,12). En même temps, l'effet du message se vérifie dans la mission: «La mort fait son œuvre en *nous* (apôtres), et la vie en *vous* (Corinthiens)» (2 Co 4,12).

La configuration du messenger au message ne relève pas du vedettariat. Paul combat des apôtres qui prétendent révéler l'évangile par leur éloquence, leurs expériences mystiques et leur autorité sans réplique. En 2 Corinthiens 12,8-12, il établit une déontologie du **média évangile**. Non seulement il revendique sa faiblesse personnelle comme le signe de sa mission, mais il rappelle le caractère caché – **antimédiatique** – de l'évangile qui habite l'apôtre (2 Co 4,3-6).

le média oral a pour effet la participation : l'imitation

Dans le film de W. Allen, *La Rose pourpre du Caire*, une spectatrice traverse l'écran et participe à l'action du film. Voilà le message parabolique des médias: l'immédiateté du contact, le *reality show*. Par analogie, la prédication de Paul vise une participation à l'évangile. Elle rend présent ce qui se dit, l'union au Seigneur Jésus «mort pour nous afin que, éveillés ou endormis, nous vivions unis à lui» (1 Th 5,11). Ce champ médiatique de participation englobe le prédicateur et l'auditeur, témoin le *je* exemplaire et collectif de Galates 2,20: «Ce n'est plus moi qui vis, mais le Christ qui vit en moi».

La participation entraîne le motif de *l'imitation*. Concluant un cas moral pratique, Paul s'exclame: «Soyez mes imitateurs, comme je le suis moi-même du Christ» (1 Co 11,1). L'évangile inspire à Paul un témoignage de dévouement et de gratuité qui se concrétise dans une dure vie de travail (1 Th 2,7-9). Prêchant d'exemple, l'apôtre peut inviter les Thessaloniens à mener eux aussi une existence laborieuse (1 Th 4,11-12). Certes, l'imitation relève du contexte culturel⁷. mais elle ressortit à la nature même de l'évangile; d'où la remarque: «Vous

7/ «L'élève apprend en imitant à la fois la conduite du maître et son message et, vice versa, le maître mène une vie exem-

plaire eu égard à son message», W. KELBER, *op. cit.*, p. 218.

êtes devenus nos imitateurs, ainsi que du Seigneur, accueillant la parole, parmi bien des tribulations, avec la joie de l'Esprit Saint » (1 Th 1,6). Surmontant la persécution, les Thessaloniens ont fait la même expérience que les apôtres maltraités à cause du même évangile (1 Th 2,1-4). Mais le *network* de l'imitation va du Seigneur, qui a subi la Passion, jusqu'aux Églises judéennes (1 Th 2,14-15).

le média oral a pour effet la participation : l'Esprit

Un agent médiatique vient d'apparaître : l'Esprit Saint (1 Th 1,6). Il fait saisir aux Églises et aux apôtres – d'où la joie qu'il produit – que leurs épreuves constituent une participation (*feed back*) aux souffrances du Crucifié, en vue d'une vie nouvelle. «La fée électricité» véhicule la lumière d'un destinateur invisible vers un destinataire. De même, l'Esprit transporte le cœur lumineux du message évangélique dans le cœur du croyant : «Nul ne peut dire 'Jésus est Seigneur', si ce n'est par l'Esprit Saint» (1 Co 12,3).

Cependant, Paul ironisera sur les dérives des Corinthiens : «S'il s'agit de recevoir un *Esprit* différent de celui que vous avez reçu..., vous le supportez fort bien» (2 Co 11,4). Il vise ici des missionnaires concurrents qui, sous la prétention invérifiable d'être les porte-parole de l'Esprit, imposent leurs propres idées et des intérêts personnels qui laissent perplexes les destinataires et les divisent. Telle est la limite de la parole : **En liant fortement le message à l'autorité du messager** et en laissant s'exprimer, au choix, l'adhésion ou la censure des destinataires – restons *cool*, disent-ils – **le média direct de l'oralité véhicule une logique d'hétérogénéité**, voire de division, comme le montrent les factions dans l'Église de Corinthe (1 Co 1,10-16). C'est pourquoi Paul doit recourir aussi au média de l'écrit.

III. LES ÉPÎTRES SIGNENT-ELLES L'ÉCHEC DE LA PAROLE ?

un gel de la parole ?

Paul a-t-il remplacé le média de la parole («audio») par celui de l'épître («visuel») ? Certes, non ! Mais pour répondre avec rigueur à cette question, il faudrait plonger dans les débats sur l'épistolographie antique, sur les différences entre ce qu'un auteur entend adresser à des amis précis sur

le ton familier (lettres) et ce qu'il espère voir diffuser à d'autres (épîtres)⁸. Nos circulaires prétendues personnelles d'aujourd'hui prouvent combien ces frontières s'avèrent aléatoires. N'excluons pas le fait que Paul ait pris plaisir à faire passer à Thessalonique des copies de ses débats avec Corinthe, et *vice versa*. Ainsi commença peut-être le recueil de ses épîtres, à moins que les Églises elles-mêmes aient initié ce genre de transfert.

Quoi qu'il en soit, les épîtres de Paul (celles estimées « authentiques ») ne sont jamais des traités théologiques, mais des réactions à des problèmes concrets. Elles font écho aux séjours de Paul dans les communautés, préparent d'autres visites et cultivent le ton d'intimité et de persuasion propre à la communication orale. En outre, l'imprimerie n'existant pas, les destinataires *ne lisent pas* la copie expédiée : ils *l'entendent*, sans doute lors de l'assemblée eucharistique. Bref, **les épîtres restent liées au média de l'audio.**

Pourtant les épîtres constituent « le gel de paroles vivantes dans un média muet et immobile »⁹, en fixant le message visuellement, par l'écriture, message lu aux autres par le leader de la communauté. Paul absent, sa lettre agit en média chaud qui saisit les destinataires de plein fouet, sans espace de dialogue – un moyen, pour l'émetteur, de **dissocier le message de sa personne**. L'apôtre a conscience de cette surchauffe médiatique, puisque, une fois au moins, il préféra écrire aux Corinthiens plutôt que de venir s'exposer à une confrontation qu'il prévoyait stérile (cf. 2 Co 1,23; 2,4).

« Une lettre ne rougit pas » (Cicéron)

« L'avantage de la lettre sur la rencontre personnelle est qu'elle permet de garder distance tout en assurant une certaine proximité¹⁰ ». Mais Paul manie la distanciation épistolaire avec plus de subtilité, témoin la diatribe de 2 Co 10,1-11. Sous l'ironie de ce texte se devine le reproche : lorsqu'il écrit de loin, disent les Corinthiens, il ne mâche pas ses mots ; mais, lorsqu'il est chez nous, « sa présence physique est faible et sa parole ne vaut rien » (v. 10). D'une part, les études récentes prouvent le

8/ Voir J. MURPHY O'CONNOR, *Paul et l'art épistolaire*, Paris, Le Cerf, 1994, pp. 1-99 ; C. SALLES, « L'épistolographie hellénistique et romaine », in J. SCHLOSSER (éd.), *Paul de Tarse*, Paris, Le Cerf, 1996 (Lectio Divina 165), pp. 79-97.

9/ Expression de W. KELBER, *op. cit.*, p. 229.

10/ F. VOUGA, *Introduction au Nouveau Testament*, D. MARGUERAT (éd.), Genève, Labor et Fides, 2000, p. 151.

grand art rhétorique des épîtres. Mais, d'autre part, la critique des Corinthiens rejoint bien l'aveu de l'intéressé: «Je me suis présenté à vous faible, craintif et tout tremblant, et ma parole et mon message n'avaient rien des discours persuasifs de la sagesse» (1 Co 2,3-4). Et de récidiver: «Si je ne suis qu'un ignorant pour la parole, pour la science, c'est autre chose; en tout et devant tous, nous vous l'avons montré» (2 Co 11,6). Il l'a montré, pense-t-il, par son désintéressement et son dévouement dans l'annonce de l'évangile (*ibid.*, v. 7). La différence paradoxale entre la proclamation orale et les épîtres ne vient donc pas de la prudence ou de la pudeur («une lettre ne rougit pas»), mais de ce principe: «Nous ne régentons pas votre foi» (2 Co 1,24), un adage visant des apôtres qui s'imposent par leur autoritarisme (cf. 2 Co 11,20).

Ainsi, le média chaud de l'épître est pris à rebrousse-poil. Loin d'hypnotiser les lecteurs par la fixité de l'écrit, l'apôtre leur offre un nouvel espace de participation à l'évangile. D'une part, la lettre réintroduit le dialogue de l'oralité: «C'est la troisième fois que je vais me rendre chez vous... Examinez-vous... Éprouvez-vous...» (2 Co 13,15). Il n'est pas sûr qu'à l'égard des Corinthiens, le missionnaire ait réussi cette fois sa performance médiatique. D'autre part, **Paul pose par l'écrit une limite critique à la communication orale de l'évangile**, en se dissociant du message: «Serait-ce Paul qui a été crucifié pour vous?» (1 Co 1,13).

la Croix, présence de Dieu dans l'absence

Si l'évangile a pour centre la mort et la résurrection du Christ, c'est cependant dans la Première Lettre aux Corinthiens que Paul évoque pour la première fois¹¹ la *croix*, symbole de la folie de Dieu (1 Co 1,18-25), de la faiblesse qui vient à la rencontre de l'humaine faiblesse. Jusqu'alors (cf. 1 Co 2,1-5), l'apôtre pensait que son comportement suffisait à manifester le mystère de la croix.

Ce nouvel accent correspond aux dérives de l'Église de Corinthe où certains prédicateurs brillent par leur éloquence. Et Paul de fustiger «la sagesse de parole» (1 Co 1,17; cf. 2,4-13). Contre le mirage du langage, jamais il n'aura autant insisté que dans 1 Corinthiens sur le recours à «ce qui est écrit» (1,19-31; 2,9; 3,19-20). Jamais non plus il ne se réfère

11/ J. Becker relève ce fait (*Paul. L'apôtre des nations*, Paris, Cerf, 1995, p. 243). Les termes *croix*, *crucifier*, *co-crucifié*, apparaissent statisti-

quement ainsi, dans les lettres de Paul réputées authentiques: 1 Th: 0 x; 1 Co: 6 x; 2 Co: 1 x; Ph: 2 x; Phm: 0 x; Ga 7 x; Rm: 1 x.

aussi explicitement aux paroles de Jésus issues de la tradition (7,10-11; 9,14), mais pour les nuancer (7,12-25) ou en prendre le contre-pied, de sa propre autorité (9,15). Comment comprendre son attitude ?

Selon une hypothèse plausible, les prédicateurs de Corinthe recourent à des « dits » de Jésus qu'ils puisent dans la tradition ou recréent eux-mêmes, et leurs interprétations respectives engendrent des divisions dans la communauté. Par leur bouche, Jésus lui-même est censé parler aujourd'hui en maître de sagesse. Pour Paul, cette immédiateté a tout d'une fiction qui confond le média oral, et son effet d'enthousiasme, avec le message lui-même. **La croix signifie à jamais la mise à distance qu'est la foi** : « Même si nous avons connu le Christ selon la chair, maintenant nous ne le connaissons plus ainsi », écrit Paul (2 Co 5,16). Cette attaque indirecte contre des prédicateurs concurrents rejoint la déclaration du Christ johannique : « C'est votre avantage que je m'en aille » (Jn 16,7).

Les épîtres de Paul sont une présence dans l'absence, un espace offert, propre à dilater la communion des croyants à leur Seigneur. Ainsi, le média épistolaire apparaît comme un mimétisme parabolique de l'évangile du Crucifié. La croix proclame que le Christ est mort à la chair et qu'on ne participe à sa personne que dans la visée d'une vie nouvelle, dans l'Esprit (cf. Rm 8,1-5).

PAUL APRÈS PAUL : REMAKES ET IMAGES VIRTUELLES

Après l'évangélisation de la Galatie, Paul consulta les notables chrétiens de Jérusalem, « de peur de courir ou d'avoir couru en vain » (Ga 2,2). L'urgence itinérante, la course, caractérise sa mission, et les dernières nouvelles que nous ayons de lui exposent encore le projet d'un voyage qui aurait pu le conduire en Espagne (Rm 15,19b-29). Jusqu'au bout, il est « serveur » d'une parole vive qui doit étendre ses ondes « en cercle » (Rm 15,19b) toujours plus loin.

Fait surprenant, le Nouveau Testament n'évoque la fin des apôtres qu'en termes évasifs (cf. He 13,7; Jude 17-18). Pourtant, les Actes suivent la carrière de Pierre et de Paul qui ont tous deux disparu quand Luc écrit, dans les années 80. Le livre ne se clôt point avec un récit du martyre héroïque de l'apôtre. Il s'achève de manière béante sur la victoire présente et à venir de la parole de Dieu » (cf. Ac 28,31). Ce silence induit une double interprétation.

La première est théologique. Les Églises fondées naguère par Paul pouvaient-elles le considérer comme mort? Par lui, elles vivaient de la croix à savoir un effacement pour une vie nouvelle. La seconde interprétation concrétise la première dans le média de la *pseudépigraphie*. Ce procédé de l'Antiquité admet qu'un inconnu puisse signer du nom de son maître, vivant ou disparu, un écrit qui n'est pas de la main de ce maître. En l'occurrence, la recherche moderne considère généralement six épîtres comme écrites, sous le nom de Paul, après la disparition de l'apôtre¹².

La pseudonymie implique un nouveau contrat médiatique. D'une part, les destinataires bienveillants acceptent la prétention de l'écrivain à se couvrir de l'autorité du disparu: par là, Paul, dans l'Esprit de prophétie, continue de parler aux chrétiens. Alors, d'autre part, **l'auteur anonyme entend réellement actualiser le message paulinien dans la fidélité à l'institution apostolique**. Au reste, la Lettre aux Éphésiens est plutôt une encyclique qu'une épître, et la Deuxième Lettre aux Thessaloniens, qui corrige la Première Lettre, vise sans doute un public plus large que les Thessaloniens.

Ainsi, pour réaliser son objectif, l'écrivain se voit contraint d'adopter le média épistolaire cher à Paul et de se référer aux compagnons historiques du missionnaire (Tite, Timothée) et aux communautés qu'il fonda (Thessalonique, Éphèse). Bref, les écrits pseudépigraphiques, entérinés par le canon, constituent un *remake* des épîtres et présentent à la seconde génération chrétienne un Paul « virtuel ». Le phénomène s'explique mieux si les Églises ont déjà commencé à copier et à réunir les lettres de l'apôtre comme dignes d'une audience plus large que celle de leurs premiers destinataires locaux¹³.

où l'auteur confesse l'angle parabolique de son discours

Tout média est un prolongement du messenger. En ce sens, Paul fait corps avec son évangile, par la parole vive, par les voyages, par son dévouement de « serveur » d'une parole qui veut servir les hommes. Mais le média implique aussi un champ de réaction du destinataire, faute de quoi il s'impose comme un pouvoir hypnotique.

12/ À savoir 2 Th, Col, Ep (Ep est une relecture de Col); 1-2 Tm et Tt, dites « épîtres pastorales », sont d'un même auteur. Sur ces Pastorales, voir Y. RÉDALIÉ, *Paul après Paul*, Genève, Labor et Fides, 1994.

13/ Sur la question difficile de la première mise en recueil des épîtres, voir J. MURPHY O'CONNOR, *op. cit.*, pp. 167-188.

Conscient de cela, Paul a alterné la prédication orale et l'écrit, les séjours dans les Églises et l'ajournement de ses visites. Il a joué sur la présence et l'absence, l'autorité et l'effacement, signifiant par là le mystère de la croix, puissance d'une parole de faiblesse. En outre, « audio » ou « visuel » le média s'adresse au système sensoriel. L'évangile de Paul atteint non pas d'abord la pensée, mais les sens par quoi l'homme communique avec autrui et avec soi-même.

Bref, Paul n'a pas « utilisé »¹⁴ les médias de son monde; il les a intégrés comme faisant partie à la fois de lui-même et de la signification de l'évangile. En retour (*feed back*), les Églises de la deuxième génération ont prolongé le message de Paul, en mettant sous son nom de nouvelles lettres. Ce faisant, elles créaient de l'apôtre une « image virtuelle » livrant un nouveau message dans un nouveau champ ecclésial. Mais si l'image virtuelle de l'électronique vise une démultiplication spatiale et instantanée du message, **la pseudépigraphie épistolaire, elle, enracine l'histoire présente dans le passé** car la foi est toujours mémoire.

Mon discours présente de Paul une « image virtuelle », conditionnée par mon univers culturel. J'ai employé plusieurs fois des termes liés à l'électronique, mais c'était de manière parabolique. En effet, seule la métaphore rend justice à l'originalité des médias d'aujourd'hui, que l'apôtre n'a pas connus. Il reste que l'évangile paulinien est à la fois média et antimédia; il implique une présence aux médias et une distanciation parce qu'il se résume dans le don de soi du Crucifié.

Claude Tassin

*12, rue du Père Mazurié
94669 Chevilly Larue Cedex*

^{14/} Cf. JEAN-PAUL II, *La Mission du Christ Rédempteur*, Paris, Cerf, 1991, p. 58 (n° 37, c).

UNE ORGANISATION CATHOLIQUE POUR LES MÉDIAS

Pierre Bélanger est jésuite canadien. Il a travaillé dans le domaine de la communication électronique, d'abord en Amérique latine, puis à Radio Canada et au Centre Saint Pierre de Montréal. Actuellement, il est secrétaire de l'UNDA.

Spiritus: Pierre Bélanger, bonjour! Vous êtes Secrétaire général d'UNDA. C'est un sigle un peu mystérieux, que se cache-t-il derrière ce sigle ?

Ce n'est pas un sigle, il ne s'y cache pas grand chose sauf le fait que c'est un mot latin qui veut dire « ONDE ». *C'est l'organisation catholique pour la radio et la T.V.* Le nom est latin parce que l'organisation a été fondée en 1928, au moment où on ne parlait pas encore de T.V. Cela représente plus de 70 ans de présence chrétienne aux médias. UNDA est une association professionnelle qui veut regrouper des producteurs chrétiens et de fait, une bonne partie de nos membres sont dans la production. *Elle voudrait aussi regrouper tous les chrétiens présents d'une façon ou d'une autre dans le domaine des médias.* Dans une telle association professionnelle, ils trouvent le soutien dont ils ont besoin pour être présents au cœur du monde des médias. C'est l'Association officiellement reconnue par l'Église catholique pour la radio et la télévision.

Sp: Est-ce que vous la définiriez comme un club, un réseau ?

C'est particulier parce qu'il n'y a pas de membres individuels liés à UNDA international. Je suis secrétaire international. UNDA International est constitué d'un membre par pays, reconnu par la conférence épiscopale. À leur tour, ces membres regroupent des membres individuels au niveau de leur pays. Certains pays très dynamiques ont deux votes dans les Assemblées internationales. En plus des membres nationaux, il y a un certain nombre de membres internationaux, comme les Congrégations religieuses engagées dans les médias. Mais dans tous les cas, les membres d'UNDA international sont des membres collectifs.

Sp.: Combien avez-vous de membres ?

Il y a autour de 135 pays membres et 23 ou 24 organisations internationales. Il faudrait que je consulte mon annuaire pour être tout à fait précis, mais c'est dans cet ordre de grandeur.

Sp.: 135 pays c'est considérable.

Tout à fait. Cela a commencé par une vingtaine de pays européens. L'organisation a été très européenne pendant longtemps puis elle s'est ouverte au monde. Actuellement, nos membres proviennent en grande partie des pays en développement. Nous employons beaucoup de nos énergies, je dirais 75%, pour soutenir nos membres dans les pays en développement.

Sp.: Si quelqu'un vous disait que les médias sont une réalité essentiellement ambiguë, qu'elle serait votre réaction ?

Quand j'arrive à des sessions, je commence souvent par raconter *une fable* où il est question d'un arbre qui a grandi de façon extraordinaire dans une forêt au milieu de tous les autres arbres, un arbre spécial non seulement par sa grandeur, mais du fait qu'il produit toutes sortes de feuilles et de fruits. Il y a des clans de druides qui passent leur temps à analyser cet arbre. Certains s'arrêtent aux feuilles les plus terribles, celles qui ont les formes les plus épouvantables. Ils disent: «ne regardez pas cet arbre!». D'autres disent qu'il a les plus beaux fruits et les plus belles feuilles.

Telle a été la problématique dans l'Église pendant des années. Mon impression est qu'actuellement, on est sorti de cette époque où il fallait regarder les médias de masse de l'extérieur, comme un endroit en dehors de nous, où l'on constate des bonnes et des mauvaises choses. C'est vrai qu'il y a des bonnes et des mauvaises choses. Toute invention apporte du bon et du mauvais, en particulier dans son utilisation. Mais depuis quelques années, et le document «AETATIS NOVAE» y a beaucoup contribué, *le monde catholique découvre que nous ne pouvons plus regarder les médias de l'extérieur* en disant: les Médias sont comme ci, les médias sont ça. Nous faisons partie d'un monde, modelé en grande partie par les médias. Nous ne sommes pas à l'extérieur, nous sommes des acteurs et cela change la perspective. Notre rôle est alors différent. Il ne s'agit plus seulement de juger que telle chose est bonne, telle chose n'est pas bonne. Il s'agit, à l'intérieur de ce monde-là, d'intervenir pour que ce qui est médiatique apporte quelque chose à

notre entourage. *on est donc plus acteur que simplement des gens qui regardent et qui jugent.*

Sp.: Ainsi, vous vous inscrivez en faux contre une critique qui voudrait que la publicité et les médias ne soient que de la manipulation. Pour certains, les médias ne seraient que l'expression d'un pouvoir caché qui nous mène par le bout du nez.

... ou le diable en personne. Je ne vais pas dans ce sens là. Il y a place pour une analyse critique des médias; c'est une partie indispensable de l'approche des médias. *L'Église catholique* a joué un bon rôle dans ce domaine et *continue à jouer un rôle important dans l'éducation aux médias*. Comprendre comment marchent les médias, les influences que les gens subissent, c'est fondamental afin de pouvoir réagir en étant vraiment humain. Un regard critique, pour ne pas être naïf et dupe, est nécessaire mais ce ne doit pas être la seule approche des chrétiens aux médias. Il faut que ça aille plus loin. Même si on n'aime pas les émissions dans lesquelles les auditeurs déballetent leurs drames intérieurs, au lieu de critiquer et de dire que cela n'a pas de bons sens, il y a moyen d'en faire de valables. Il en existe de bonnes, y compris dans des stations catholiques. Elles permettent d'exprimer des choses profondes et de partager les raisons de vivre.

Sp.: Si nous cherchions à comprendre comment les médias peuvent être une chance pour l'Évangélisation, que diriez-vous ?

C'est indubitable. Le domaine des communications dans son ensemble, parlons du multimédia et non plus de radio, télévision comme entités séparées, représente une chance unique pour une organisation internationale telle que l'Église catholique. Nous vivons à une époque où l'universel, où le sentiment de faire partie de la famille humaine, est plus fort que jamais et ne cesse de grandir, grâce à ces médias. *Il y a ainsi des valeurs de l'Évangile* telles: l'attention aux autres, le souci des petits, le besoin de larges horizons, plus larges que sa petite cour intérieure, *qui sont rendues possibles aujourd'hui par les médias*. Les médias sont donc des facteurs puissants de cette universalité.

Quant à l'Évangélisation – il faudrait beaucoup de temps pour traiter cette question – j'ai l'impression que les médias de masse ne sont pas les meilleurs instruments pour faire de l'évangélisation directe, pour convertir les gens, pour proclamer, pour faire du catéchisme. Les

médias de masse sont excellents pour créer un climat, favoriser l'ouverture aux autres, pour stimuler les solidarités et dans ce sens, ils participent de l'esprit de l'Évangile. Ils sont une chance pour l'Évangélisation, au sens large, comprise comme ouverture des esprits et des cœurs à la présence de Dieu dans le monde et dans les autres.

Sp. : Une préparation évangélique, comme on l'a dit de l'empire romain, qui a constitué l'espace de communication par lequel l'Évangile a pu se répandre.

Pendant longtemps, j'ai utilisé le terme de pré-évangélisation pour parler des médias de masse, réservant le terme d'évangélisation aux médias de groupe. En effet, les groupes comportent la rencontre interpersonnelle si importante pour une évangélisation en profondeur. On peut donc faire cette distinction entre médias de masse et médias de groupe. Je l'ai fait longtemps. J'utilise moins maintenant cette distinction parce que nous vivons dans un monde global où les personnes réagissent différemment et pas toujours au même niveau. Ainsi ce qui est de la pré-évangélisation pour l'un peut être de l'évangélisation pour un autre.

Sp. : Est-ce que l'Église prend le virage des nouveaux médias?

C'est une question bien centrale. Il y a 4 ans, j'étais à la Congrégation Générale de la Compagnie de Jésus et j'y dirigeais le petit groupe des médias. Notre document s'appelait: «prendre le virage». En effet, la Compagnie comme toute l'Église, est très marquée par une religion de l'écrit et du livre. Pour une certaine culture occidentale, ce qui compte est ce qui est écrit. Dans la tête et le cœur des gens, c'est autrement. Et donc, il y a un virage culturel à prendre.

Est-ce que l'Église le prend? Il y a beaucoup de travail à faire. *Une des activités d'UNDA, c'est de faire la sensibilisation des responsables d'Église à cette différence de culture entre le monde des livres et le monde de l'audiovisuel.* Si cette différence culturelle n'est pas bien sentie, si on se replie sur une civilisation de l'écrit, la communication de l'Église restera faible et ses projets trébucheront à cause de ce premier pas qui ne sera pas fait.

Sp. : Merci, Père Bélanger, et tous mes vœux pour la poursuite de votre mission.

VIE RELIGIEUSE ET COMMUNICATION

par Telmo Meirone

Le frère Telmo Meirone, frère des Écoles Chrétiennes, est éducateur, animateur social et membre du groupe fondateur du Centre « La Crujia » (Buenos Aires, Argentine). Il a été provincial de sa congrégation et vice-président de la Conférence Latino-américaine des Religieux (clar).

En mars 2000, a eu lieu à Quito (Équateur) une rencontre latino-américaine sur la vie religieuse et la communication. S'y retrouvèrent des représentants de nombreux pays latino-américains afin de faire une évaluation et une prospective du travail de la vie religieuse dans la communication.

vingt ans, ce n'est rien...

Elle me regarda avec des yeux incrédules. Elle resta un instant en silence et secoua lentement la tête en disant : « Non, ce n'est pas possible d'attendre vingt ans ! » Et moi, pour ne pas ajouter à l'amertume, je me mis à fredonner quelques lignes de ce vieux tango qui dit : « Mais vingt ans, ce n'est rien..., ce regard fiévreux... » Et nous nous sommes séparés avec le clin d'œil de complicité de ceux qui ont réalisé un vieux rêve sur les hauteurs de Cumbayá, en Équateur. Nous venions de clore le Séminaire sur *Vie religieuse et Communication – Réalité et défis*.

Patricia Bustamante, Secrétaire Exécutif du DECOS/CECLAM, l'une des entités organisatrices du Séminaire en commun avec la CLAR, le Département de la Vie Consacrée du CELAM et la OCLARCC. (UNDA/AL, OCI/AL, UCLAP), était cette interlocutrice interloquée, à qui je racontais qu'en 1980, j'avais réalisé deux voyages au siège de la CLAR à Bogota

où, avec l'expert en communication, Washington Uranga, nous avons prévu un Séminaire comme celui-là.

Tout arrive... même si c'est vingt ans après. Mais, je pense que nous arrivons trop tard, que nous ne pouvons plus comprendre les temps actuels, que nous n'avons plus la souplesse d'esprit suffisante pour être activement inculturés dans les espaces culturels multiples et changeants que génèrent ou renforcent les systèmes de communication sociale, dans notre région engluée dans la partie la pire de la mondialisation, celle de la périphérie marginale et de l'exclusion.

De toutes manières, l'espérance pascale de la résurrection continue d'être le don le plus précieux de la vie chrétienne et par conséquent des religieux et religieuses d'Amérique Latine et des Caraïbes. Il faut continuer de construire et de faire accoucher les temps nouveaux, même s'ils mettent à mal nos espoirs. À la suite de Jésus, le *communicateur* entre Dieu et les hommes, *la vie religieuse est créatrice de communication*. C'est ce qu'elle cherche à faire en son sein, au niveau personnel, communautaire et institutionnel.

les instituts religieux et les moyens de communications

L'intérêt pour la communication, les moyens de communication et la formation pour intégrer ces avancées dans la vie religieuse n'est pas vraiment nouveau. *Les nouvelles technologies, dès le début, ont fait l'objet, dans les congrégations et instituts religieux, d'un usage intensif* dans leur effort d'évangélisation aux frontières, aussi bien dans le cadre d'entreprises propres que par la présence de religieux/ses dans les médias de l'Église ou de la société civile.

Même si l'on peut trouver des travaux d'excellente tenue dans certaines Conférences nationales de la Vie Religieuse, force est cependant de constater *qu'une réflexion systématique sur la vie religieuse et la communication*, dans le contexte de la région, de la mondialisation et d'une action pastorale concertée, *a toujours été un thème en souffrance* dans les différents plans de travail de la CLAR.

le Séminaire de Cumbayá

Le séminaire de Cumbayá, qui s'est tenu entre le 27 mars et le 1^{er} avril 2000, a réuni environ 35 participants, en provenance de divers pays d'Amérique Latine et des Caraïbes. À partir de l'expérience personnelle de chacun, de la réflexion des Congrégations et des Conférences nationales, et des apports de quelques experts invités, *les participants cherchèrent à atteindre les buts suivants* :

1. *Élargir et approfondir la prise de conscience et l'engagement, en tant que religieux/ses, dans le nouvel aréopage de la communication sociale* ;
2. *Prendre en compte les éléments communicationnels dans l'effort de refondation de la vie religieuse* ;
3. *Élaborer une contribution pour l'assemblée de la CLAR (juin 2000, Caracas), avec des idées-forces et des suggestions de plan d'action* ;
4. *Construire un projet pour la création d'un Département de la Communication Sociale dans chaque Conférence nationale* ;
5. *Concevoir des projets, des programmes et les articulations avec les organismes de communication sociale de l'Église.*

Les apports de chacun des participants, les éclairages des experts invités et les travaux de réflexion et de création en groupes, contribuèrent à rendre positif le résultat de ce séminaire et à être porteur d'espérance pour l'avenir de la vie religieuse et son animation par la CLAR.

communication et culture

La vie religieuse latino-américaine et caribéenne, dans sa fidélité aux plus pauvres et aux plus faibles, ne peut rester à part du monde culturel de l'époque dans laquelle elle est immergée. *Il n'est donc pas possible de séparer la réflexion sur la culture et/ou les cultures, des communications sociales. Elles font partie du phénomène lui-même*, et on ne peut les considérer à part sans courir le risque d'en distordre leur compréhension.

Analyser la culture de la communication et son incidence sur l'annonce et la manière de vivre l'Évangile n'est pas quelque chose de facultatif pour l'Église, et par là même pour la vie religieuse. Cette manière de considérer la culture de la communication nous offre la possibilité d'évaluer de manière nouvelle *les apports de la communication au monde moderne* : possibilité d'un enrichissement des cultures,

réduction des distances et des temps, effacement des frontières, possibilités de l'immédiateté, éveil de la sensibilité à l'action solidaire et au renforcement des liens de la fraternité universelle.

défis et ombres

Deux défis apparaissent alors : celui de la tâche permanente et jamais achevée de *donner sens aux manifestations de la culture et de la vie*, en vue d'humaniser la nouvelle culture, et celui de la *recherche perpétuelle des moyens les plus adéquats et les plus efficaces* pour communiquer le message de Jésus Christ aux hommes et aux femmes de ces temps, au travers de nouveaux langages, de nouvelles formes symboliques et de nouveaux médias.

Insister sur les côtés positifs ne signifie pas pour autant ignorer certaines situations préoccupantes et leurs conséquences :

- les nouvelles valeurs continuellement imposées par les peuples et les groupes de cultures dominantes, refusant aux minorités la possibilité d'être et d'exister ;
- *la soif de profit* sans autres soucis pour la recherche de la vérité et la défense de la justice et de la vie ;
- *l'individualisme* croissant et la non-solidarité, ainsi que la consommation sans frein du monde et de ses ressources qui génère isolement et ruptures au niveau tant des personnes que des liens institutionnels, ecclésiaux et sociaux.

communication, mystère trinitaire

La vie religieuse est ordonnée à la marche à la suite de Jésus et à la communication radicale de l'amour divin. C'est là un amour où l'on met en jeu sa vie, son âme et son cœur, en ouverture aux nouveautés que Dieu révèle dans le bon et le nouveau qui travaille les cultures. Il est urgent de mener une réflexion théologique qui puisse dynamiser la pratique communicationnelle et insuffler de nouvelles significations plus riches dans les rites et les moyens de communication à l'intérieur de la vie.

Une réflexion sur la Trinité, comme source, origine, modèle et prototype de toute communication chrétienne, et donc dans la vie religieuse, reste encore à approfondir pour devenir l'axe d'une théologie de la communication. Le mystère intratrinitaire s'est manifesté à nous à tra-

vers une intervention historique. C'est Dieu qui, depuis la création, prend l'initiative de se communiquer lui-même par la force de son Esprit ; la plénitude de cette autocommunication se réalise dans le don de l'incarnation du Verbe qui s'est fait chair. Le moment culminant de cette révélation a été l'histoire de Jésus, là où se dévoile l'intimité trinitaire de Dieu, mystère de communion.

la vie religieuse face aux médias : bilan

Une vie religieuse en communication/communion avec Dieu, est *ouverte et sensible* aux joies et efforts, aux peines et aux douleurs des hommes et des femmes contemporains, particulièrement des plus faibles, des pauvres et des exclus. Elle *se voit offrir*, comme en cadeau, une sensibilité et une ouverture plus grandes à la différence.

Le fait d'être immergé dans le monde sans être du monde, aux frontières de la faiblesse, de la pauvreté et de l'exclusion, dans le dynamisme des cultures et dans les nouveaux aréopages des communications sociales, a fait que la vie religieuse s'en est trouvée affectée. De ce fait, elle est en mesure *d'apporter sa propre contribution au monde de la communication.*

À l'heure d'un bilan, *les aspects négatifs ou décevants* sont ceux qui apparaissent le plus facilement, spécialement le grand *manque de formation* dans le domaine de la communication, tant dans la formation initiale à la vie religieuse que dans les projets de formation permanente. Les autres points négatifs sont les conséquences de cette lacune fondamentale : *une confusion* entre ce qu'est la communication (en soi) et les moyens de communication ; *une absence de formation aux langages et aux esthétiques propres* de chaque moyen de communication ; *une absence de sens critique* ; *une consommation non éclairée*, individualiste et sans discrimination de n'importe quel produit communicationnel médiatique ; *des projets individualistes et isolés* (tant pour les individus que pour les congrégations) dans le domaine des moyens de communication ; *la méconnaissance des règles essentielles* de l'évangélisation au travers de la communication sociale ; *l'inexistence de la planification pastorale* correspondante. Tout cela sans compter le volontarisme et l'ignorance des règles du jeu du marché et de l'industrie de la communication, qui ont condamné à *l'échec d'énormes investissements* tant financiers qu'humains pourtant dignes d'un meilleur destin.

QUELQUES PROJETS

la communication dans la formation initiale et permanente

Si l'on comprend la communication comme un chemin vers la communion, la vie religieuse ne peut rester étrangère au monde communicationnel. Pour ce faire, *on doit assurer en ce domaine une formation intégrale et progressive aux jeunes* qui s'initient à la marche à la suite du Seigneur dans la vie religieuse. Les plans de formation permanente devraient inclure, aux diverses étapes de la vie, un apprentissage pratique des nouvelles technologies et des processus communicationnels, ainsi qu'une formation aux progrès des sciences de la communication et à leur interface avec l'annonce et la proclamation de Jésus-Christ.

Le changement en constante accélération du monde occidental, et donc du monde communicationnel, rend absolument nécessaire un ajustement permanent aux défis et exigences de ce temps. Mais *il ne s'agit pas seulement d'une formation pratique* et/ou extérieure à la personne; *il s'agit de progresser dans une spiritualité vécue* qui exige intériorité, intégration du monde émotionnel et des sensations, ainsi qu'une nouvelle ascèse.

des religieux, spécialistes de la communication

Pour espérer réussir dans ce sens, il est indispensable de reconnaître *le ministère du « communicateur » dans l'Église* et d'incorporer ce dernier en tant qu'agent pastoral et professionnel de la communication. Il est donc également indispensable de le doter des ressources humaines, techniques et économiques suffisantes.

On attend des professionnels de la communication qui sont dans la vie religieuse, qu'ils tiennent leur place et apportent leur témoignage dans *le nouvel aréopage des communications sociales qui doit être compris comme l'une des nouvelles frontières de l'annonce des cieux nouveaux et de la terre nouvelle* que Jésus est venu instaurer. C'est là une mission qui ne peut être laissée à la seule initiative individuelle mais qui doit être confiée et accompagnée par la communauté à laquelle appartient le religieux (la religieuse) professionnel(le) de la communication.

des projets solidaires de communication

Institutionnellement parlant, les Congrégations et Instituts devraient étudier et inclure dans leurs propres plans des « politiques institutionnelles de communication », où seraient précisés *les circuits de communication interne* à l'institution et *les circuits de communication externe* avec la société civile et les autres institutions religieuses. Tous ces aspects ne sont pas sans lien avec ce que peut signifier : vivre le message de Jésus et l'annonce du Royaume, spécialement dans une culture de l'image si sensible aux règles changeantes du marketing.

Un jour viendra, et il approche, où les organisations de vie religieuse en solidarité, fraternité et efficacité, seront convaincues *qu'en mettant les biens en commun, il sera possible de développer et de gérer des projets de communication*, au lieu de gaspiller leurs ressources chacune de leur côté.

en guise de conclusion

Pour conclure ces quelques réflexions autour de la communication sociale et de la vie religieuse, il me vient l'envie de revenir aux paroles du vieux tango que j'évoquais au début : « Revenir avec le front marqué, les neiges du temps ont argenté ses tempes et sentir que la vie est un souffle, que vingt ans, ce n'est rien... »

Est-il vrai que *vingt ans, ce n'est rien* ? Ou bien serait-ce que seul le *regard fiévreux*, alors même que nous sommes incapables de nous imaginer encore vivants dans l'avenir, rend possible que nous nous risquions à vivre la communication (la vie) dès maintenant, sans attendre davantage ?

Fr. Telmo Meirone

*Viaponte 1982, 4° piso
1056 Capital Federal
Argentina*

CHRONIQUES

COLLOQUE DU CREDIC 2000

Le colloque annuel du CREDIC, qui a tenu ses travaux cette année à Louvain La Neuve, du 27 au 31 août, avait retenu comme thème de réflexion et de recherche: «Tenant compte des évolutions sociales et des signes des temps, des mutations et des événements ecclésiaux, de l'évolution de l'action évangélicatrice et de l'œcuménisme, le colloque devra voir de quelles manières se sont croisés évangélisation et œcuménisme, sur les terrains, dans la pensée théologique et dans les contacts officiels, dans les documents publiés et chez les acteurs».

les réalités contextuelles

Les participants furent gratifiés d'un ensemble de communications très riches. Celles-ci évoquèrent tout d'abord les changements profonds survenus dans les «réalités contextuelles» pendant la période envisagée (de 1948, date de la création du COE, à 2000). Les décolonisations, les évolutions démographiques, le développement des technologies, le métissage des sociétés, l'accroissement des inégalités, la globalisation et la mondialisation, la sécularisation qui estompe l'hypothèse de Dieu, l'apparition de nouveaux mouvements religieux et le retour d'un certain prosélytisme, etc., ont profondément changé les données de la rencontre entre les chrétiens, leurs Églises et le monde «à évangéliser».

l'œcuménisme dans les documents missiologiques fondateurs

Une première série de communications s'organisa autour de l'analyse des documents fondateurs, élaborés à Vatican II (Décret sur l'activité missionnaire de l'Église) et aux assises du COE (document sur le «Témoignage commun», signé par l'Église catholique). Les auteurs ont souligné le laborieux travail de réflexion et de négociation qui a présidé à leur rédaction, soulignant au passage l'évolution de la conscience œcuménique dans les différentes confessions chrétiennes concernées. Il était sensible, au cours des débats, que les approches théoriques, pragmatiques, voire spirituelles de l'œcuménisme restaient marquées par les appartenances ecclésiales et «continentales» des différents acteurs. En effet, il n'est pas anodin d'être ressortissant africain, occidental ou asiatique. Pour ne citer qu'un exemple, on peut évoquer les théologiens asiatiques, qui souhaitent ardemment que l'œcuménisme soit «transecclésial», qu'il sorte du cercle restreint du dialogue christiano-chrétien, pour se tourner vers les traditions religieuses non chrétiennes, et particulièrement celles de l'Asie. En outre, approche théorique et praxis œcuménique varient selon qu'on est catholique, protestant ou évangé-

lique, théologien ou acteur de terrain, appartenant à une confession chrétienne majoritaire ou minoritaire en tel endroit, etc. Les différentes interventions ont abondamment illustré cette diversité et richesse internes à l'œcuménisme, qui est au début de ce millénaire tout sauf une réalité monolithique.

l'œcuménisme dans la presse missionnaire

Les communicateurs n'ont pas occulté les tensions, frictions, accrochages, entre chrétiens de dénominations différentes. Ces problèmes n'ont pas manqué pendant le dernier demi siècle. Ils continuent d'être ressentis comme un scandale et comme le principal frein à la foi en Jésus-Christ et au rayonnement de l'Évangile dans le monde. Mais les intervenants et participants au colloque ne se sont pas laissés obnubiler par ces réalités douloureuses. Des communications, surtout relatives à la presse missionnaire (*Missi*, *Sedos*, *Wereld en Zending*, par exemple) ont montré qu'il y eut des pionniers de la compréhension, du respect mutuel et de la collaboration unitaire. Les Églises, catholique et réformées, présentent aux Pays-Bas une action exemplaire en la matière. Elles ont créé et font vivre en commun un seul journal missionnaire, dénommé *Wereld en Zending*. Cette publication semble avoir joué un rôle déterminant sur l'évolution de la pensée missionnaire dans les Églises concernées en Hollande et en Belgique, même si l'impact réel est difficile à évaluer à cause d'un accès aléatoire aux archives privées, souvent mal sauvegardées.

l'œcuménisme de terrain

De nombreuses initiatives furent évoquées, pour manifester la vitalité de «l'œcuménisme de terrain». Les époux Morren, par exemple, fondèrent la maison St-Jean, à Louvain, une structure d'accueil d'inspiration œcuménique, qui influença profondément de nombreuses promotions d'étudiants étrangers, venus principalement de l'anglicanisme, des Églises orthodoxes et latino-américaines. Madagascar vécut la création, vers 1980, du Conseil Chrétien des Églises (FFKM), qui, malgré la tentation de dériver vers un œcuménisme politique, contribue au témoignage commun pour l'avancée de l'évangélisation dans ce pays. D'autres initiatives eurent lieu au Pérou, aux Philippines, etc., et connurent des fortunes diverses. On peut affirmer, sans crainte d'exagération, qu'il y eut pendant les cinq dernières décennies, un foisonnement de démarches œcuméniques au service de la Mission. Ce constat permit à un intervenant à la Table ronde finale de conclure: «Les choses de l'œcuménisme se sont singulièrement arrangées»! L'élan de l'œcuménisme se porte plutôt bien sur le terrain de la Mission.

un accent sur les rapports interpersonnels de confiance mutuelle

Un leitmotiv traversa surtout les échanges informels et les débats consécutifs aux exposés. On pourrait le résumer aux expressions suivantes: confiance entre les personnes; réciprocité du respect mutuel; gratuité du dialogue. En dehors de cette voie, qui com-

porte des exigences spirituelles et intellectuelles certaines, aucune démarche œcuménique n'est possible ou durable, et l'Évangile est toujours trahi. La primauté semble donc se porter vers une praxis «interpersonnelle» plutôt «qu'interinstitutionnelle». D'autant plus que l'Église catholique apparaît encore aux membres des Églises réformées comme peu «sûre», tenant quelquefois des propos «ouverts», mais les infirmant par la suite par des déclarations ou des actes opposés.

questions ouvertes et défis

Les Actes du colloque étofferont les présents propos par la finesse et la richesse des rapports présentés. En se séparant, les participants ont relevé un certain nombre de questions ouvertes et de défis pour stimuler les recherches à venir et la praxis œcuménique «sur le terrain». Quelqu'un notait que l'avenir, en Afrique, appartient aux Églises afro-chrétiennes. Or, elles sont encore «déconsidérées» par les Églises historiques et ne participent pas au dialogue œcuménique. Leur existence et leur vitalité représentent un premier défi. Ensuite, l'évolution du monde et les problèmes qu'elle pose aux Églises: sida, urbanisation, mondialisation, génocides, etc., sont de nature à les pousser à sortir du cantonnement théologique et ecclésiologique pour mener davantage de réflexions communes sur ces défis de notre époque. D'autres voix, venues surtout d'Asie, s'élèvent pour interroger la «planète œcuménique» sur l'urgence et la nécessité de se brancher davantage sur le dialogue interreligieux. Cette ouverture/conversion de l'œcuménisme aurait pour effet de relativiser les divisions interconfessionnelles et de dépasser les cadres trop étroits des discussions christiano-chrétiennes. En outre, deux exemples «d'Églises unifiées» ont été cités pendant le colloque: l'Église du Christ au Congo, l'Église-Unie du Canada. Mais la nature de cette unité réalisée au sein de ces entités reste encore mal définie. Elle demeure comme une question ouverte, à laquelle s'articule une autre, non moins essentielle: «quels sont les critères légitimes d'une diversité chrétienne?» Enfin, devant l'indifférence religieuse et la sécularisation, qui sont de plus en plus des phénomènes planétaires, les Églises devraient s'interroger sur la signification qu'elles accordent à «l'éducation chrétienne» et aux pratiques communes à mettre en œuvre sur ce plan.

le rôle des historiens de la diffusion du christianisme

Dans un souci de préparation de l'avenir, des vœux ont été formulés à l'adresse des historiens pour qu'ils ne répugnent pas à la tâche de vulgariser leurs recherches. Cela rendrait service pour dissiper des malentendus, pour éduquer, pour indiquer la fécondité des regards croisés sur les histoires confessionnelles particulières. Il serait souhaitable que des «histoires de l'Église» vraiment œcuméniques soient rédigées, pour dépasser les limites des histoires «confessionnelles». Les historiens ont un service irremplaçable à rendre aux Églises: manifester l'importance du long terme et faire toucher du doigt l'épaisseur (jamais simple!) de l'histoire.

CONSEIL DE RÉDACTION DE SPIRITUS

un thème d'une brûlante actualité!

Les 19 et 20 septembre passés, se sont réunis à Paris, les représentants des Congrégations religieuses coéditrices de la Revue, ainsi que les experts invités des divers continents, pour présenter leurs analyses et en dégager quelques thèmes de réflexion pour l'avenir. Aux dires de l'un des participants, «l'ambiance y fut excellente». Ces journées furent également l'occasion, pour la nouvelle équipe, de se présenter aux plus anciens et d'assumer le passage du témoin.

Les thèmes proposés s'articulent autour de la «mondialisation», des chances qu'elle offrait et des défis qu'elle lançait à l'évangélisation dans le monde. La nouvelle situation qu'elle crée ne peut laisser les divers acteurs de la mission indifférents, mais les pousse à relever les défis pour une réflexion théologique renouvelée.

des communications stimulantes

Dennis Gira parle au nom des Églises nord-américaines. Il se rapporte à l'intervention du Cardinal Georges au Congrès américain de la Mission, tenu en 1999 en Argentine. Il dénonça le danger de confusion entre mondialisation et américanisation, qui pourrait fonctionner comme un alibi dans la tête d'un grand nombre. Il désigna la perte de la dignité de la personne humaine comme danger majeur de la mondialisation sous toutes ses formes.

Paulin Poucouta, Congolais d'origine, constata que l'Afrique était happée ou aspirée par la mondialisation. Bien sûr, celle-ci présente des aspects positifs pour les ressortissants du continent noir: vent de liberté, prise de conscience d'un rôle à jouer sur la scène mondiale, multiculturalisme, nouvelles solidarités. Mais elle a l'inconvénient d'accroître les disparités entre riches et pauvres, et d'augmenter les misères et les violences. L'Afrique pourrait se poser seulement en victime, sans se rendre compte que quelque part certains de ses ressortissants se comportent aussi en dominants avec d'autres. L'intervenant prône donc une théologie de la responsabilité et de la créativité et une reprise, à nouveaux frais, des rapports entre universel et particulier, entre mondialisation et inculturation, pour limiter les effets des dérives totalitaires.

Michaël Amaladoss nota qu'en Asie, la mondialisation prenait les figures de la domination économique du capitalisme, de l'invasion culturelle occidentale, de la compétition entre riches et pauvres. Au niveau ecclésial, il notait une propension de l'Église catholique à exercer une «autorité sacrée», globalisante et au-dessus de toute critique. Pourtant certains peuples asiatiques s'appuient sur les apports positifs de la mondialisa-

tion, en émergeant dans l'économie et les sciences, en cherchant à creuser leur identité propre, en luttant plus efficacement contre les dictatures locales, bref, en apprivoisant la modernité! Au plan théologique, l'intervenant résume son apport dans cette interrogation vigoureuse: comment affirmer et affermir la vie contre toutes les menaces et les dérives nées de la mondialisation, et quel type d'Église pour accomplir cette tâche?

Les sociétés européennes sont, elles aussi, en pleine mutation sous l'impact de la mondialisation. *Maurice Cheza* s'attache à décrire l'émergence d'une nouvelle culture, dont il présente quelques caractéristiques: l'affirmation du sujet, le modèle néo-libéral de concurrence implacable, l'accentuation du fossé riches-pauvres, la propension à l'exclusion et à la violence, la relativisation des modèles. Les Églises, pourtant, continuent de perpétuer leurs modèles anciens, centrés sur leur propre fonctionnement. Dieu lui-même est atteint par les mécanismes de l'exclusion et se trouve confiné dans le statut d'une hypothèse parmi d'autres. Devant cette nouvelle culture, l'intervenant propose de discerner les choses à encourager et celle qu'il convient de freiner. Parmi les démarches à promouvoir, citons la compréhension et l'abord bienveillant de cette nouvelle culture, l'acceptation de la diversité des chemins dans la quête de vie et de spiritualité, la lutte contre le «détournement» de Dieu au service de la cause des dominants.

Christian Tauchner, par ailleurs directeur de l'édition castillane de *Spiritus*, parla de l'Amérique Latine. D'entrée de jeu, il nota que seulement 0,8% de la population «profite» de la mondialisation. Sur tous les autres elle pèse lourdement, menaçant la vitalité de ce continent. Cependant des acquis résistent, les communautés de base restent très actives, l'option pour les pauvres demeure un élément de méthodologie théologique. Le point crucial est sans doute d'évoluer vers une théologie proprement amérindienne et donc d'abord de réfléchir sur les religions non-chrétiennes. La question de l'identité et de l'universalité a aussi été soulevée.

Des échanges en groupes prolongèrent ces apports. Nous serions heureux d'accueillir vos propres réflexions sur ces sujets ou d'autres – la boîte aux lettres est ouverte!

Spiritus

NOTES BIBLIOGRAPHIQUES

Religion, droit et pouvoir au Burkina Faso

Les Lyelae du Burkina Faso

par *Blaise Bayili*

L'objectif principal de cet ouvrage est de montrer, à partir de l'exemple des Lyelae du Burkina-Faso, sur quoi reposent les fondements de l'autorité traditionnelle des sociétés non-étatiques, afin de déterminer comment celles-ci pourraient mieux composer avec l'organisation politique moderne imposée de l'extérieur par un pouvoir centralisateur. Blaise Bayili, en fin analyste du contexte politique, économique et juridique traditionnel, propose des solutions pour un meilleur fonctionnement des institutions étatiques ouest-africaines, à l'écoute des conceptions ancestrales de l'autorité.

Au-delà de cette préoccupation socio-politique, Blaise Bayili nous brosse un tableau très complet du groupe Lyelae, offrant à son peuple une riche et passionnante monographie. Ses connaissances approfondies de l'histoire, de la culture et de la langue des Lyelae lui permettent de les situer dans leur contexte socioculturel et de mettre en valeur ce qui fait leur particularité.

Après une présentation générale du groupe Lyelae, les trois structures fondamentales de l'autorité que sont la parenté, le village et les institutions socio-religieuses sont étudiées avec une grande précision. Au sein du système de parenté, la maisonnée est le premier lieu d'exercice de l'autorité, en la personne de l'aîné de la génération supérieure. En tant qu'unité économique, la maisonnée assure la subsistance des membres de la famille. En tant qu'unité religieuse et politique, la maisonnée dispose d'une certaine autonomie. Elle n'est cependant pas isolée car elle appartient d'abord à un lignage, et par lui à un clan qui lui dicte ses lois, tant au niveau social que religieux.

Au-dessus du domaine de la parenté, le village qui réunit plusieurs lignages forme

une unité politique. La communauté villageoise unit les individus de familles et de clans différents dans une même réalité politique située dans l'espace et dans le temps.

La troisième structure autoritaire est celle des institutions socio-religieuses, ordre sacré qui fonde toute autorité. La plus importante de ces institutions est pour les Lyelae la Terre Mère, sorte de déesse maternelle qui assure l'ordre socio-politique et la prospérité des villageois par l'intermédiaire du Grand prêtre, autorité suprême du village. On voit ainsi que le sacré est au fondement de toute autorité. C'est cette dimension sacrée qui confère aux aînés leur pouvoir sur les cadets et permet à la société de s'autoréguler et de refuser tout pouvoir extérieur.

Cet ouvrage riche et fort bien documenté ouvre sur une réflexion politique qui ne concerne pas seulement les Etats africains, mais aussi tout Etat qui regroupe en son sein des sociétés non-étatiques et gagnerait à s'inventer de nouvelles formes de pouvoir, en étant attentif aux valeurs traditionnelles qui sont au fondement de la cohésion sociale.

Cécile Leguy-Diarra

L'Harmattan, 1998, 480 p.

Écoliers d'hier en Afrique centrale

Matériaux pour une psychologie

par *Pierre Erny*

C'est à partir de matériaux recueillis pour la plupart dans les années 1960-70 que Pierre Erny nous propose d'aborder la psychologie des enfants et adolescents scolarisés d'Afrique centrale.

Une première partie est consacrée à des récits autobiographiques recueillis auprès d'étudiants du Congo-Kinshasa. Avant de lire les réflexions des jeunes face à la vie scolaire, on peut les entendre se confier au sujet des traditions de leur culture d'origine, en particulier de leur relation à la sorcellerie et aux phénomènes de possession, à l'initiation, à la famille et aux lois qui la régissent.

Dans une deuxième partie, ce sont les écoliers du Congo-Brazzaville qui parlent de leur enfance et des relations qu'ils entretiennent avec les différents membres de leur famille. Sont abordés ensuite divers aspects de l'univers affectif et moral des enfants que l'auteur a classés par thèmes. La plupart des données sont issues de rédactions, que l'instituteur Pierre Erny proposait à ses petits élèves, telles que « Raconte un acte de grande méchanceté et un acte de grande bonté ». Dans un troisième point particulièrement intéressant, l'auteur nous présente les résultats de sondages qu'il a menés auprès des enfants au sujet de leur orientation professionnelle et des représentations que les enfants se font des différents métiers dont ils rêvent.

La troisième partie de l'ouvrage est assez originale dans la mesure où elle est consacrée aux dessins d'enfants et à la possibilité d'utiliser ces productions pour une approche psychopédagogique, dans un contexte où les enfants ont très peu l'occasion de laisser leur imagination s'exprimer au bout d'un crayon. Outre le dessin du bonhomme et le dessin de l'arbre qui donnent des résultats relativement intéressants, le dessin de la famille est révélateur de la représentation que les enfants se font de leur place au sein de celle-ci.

Dans une quatrième partie, l'image de l'homme blanc est étudiée. Les stéréotypes et les croyances concernant les Blancs sont, là encore, issus de rédactions scolaires composées dans les années 1960.

L'ouvrage se termine enfin sur une réflexion plus générale concernant les données présentées tout au long des chapitres précédents, en vue de dégager quelques pistes pouvant servir à mieux cerner la personnalité du jeune Africain scolarisé, à cheval sur deux cultures, celle de la société coutumière dont il est issu et celle que lui propose l'école, chacune ayant ses propres modes de fonctionnement. Ce livre de Pierre Erny n'a pas d'autre prétention que de partager des réflexions menées à partir de données recueillies lorsqu'il était lui-même sur le terrain.

Cécile Leguy-Diarra

L'Harmattan, Paris, 1999 (285 pages)

Le riz est semé

Proverbes malgaches

par Marc de Visme

Illustrés par Séverine Argaud

Ces proverbes proposés par un pasteur protestant qui a passé trente-six ans de sa vie de missionnaire à Madagascar sont une poignée de grains de riz offerts comme une introduction à la culture malgache et à sa pensée. L'auteur n'a pas choisi le riz au hasard : culture vivrière, il est aussi indispensable à la vie du paysan malgache que le sont les proverbes à l'expression de sa pensée. On sait depuis Jean Paulhan et son « expérience du proverbe » combien le locuteur de Madagascar est habile à appuyer ses propos de formules proverbiales imagées. Les images les plus belles et les plus significatives sont généralement celles qui sont directement issues de la vie quotidienne, de la nature proche. Nées de l'observation, elles sont les plus à même de donner au lecteur le désir d'entendre résonner ces mots dans le contexte qui leur donne sens. La quarantaine de proverbes traduits et présentés par Marc de Visme est d'ailleurs illustrée par de jolis croquis qui sont autant de fenêtres ouvertes sur ce contexte malgache.

Cécile Leguy-Diarra

Mission n° 95, (septembre 1999), Service protestant de mission, Paris, 1999 (50 pages)

Deux mille ans d'Église par les textes

par Michel Scourarnec

L'Église est une famille aux mille visages. riche de l'Esprit qui l'habite, elle n'en porte pas moins le poids de ses faiblesses humaines. Il serait aussi simpliste de se contenter de la critiquer de l'extérieur que de la louer sans discernement. Nous avons tous besoin de regarder l'Église de l'intérieur afin de mieux comprendre le mystère de ce qu'elle est et d'en vivre.

C'est pour répondre à ce besoin que Michel Scouarnec a mis sa pédagogie au service des chrétiens qui veulent découvrir leur Église. Pour faciliter la recherche personnelle ou en équipe, il a recueilli pour nous 122 textes brefs qui traitent de l'Église. Textes d'auteurs très variés, de toutes les époques et de genres littéraires très divers; ils n'ont jamais plus d'une page ou deux mais invitent fortement à la réflexion.

Un choix est toujours discutable, bien sûr, mais les passages présentés ici sont dans l'ensemble significatifs et même percutants. L'auteur les a utilement regroupés selon onze thèmes abordant chacun un aspect de l'Église. Dans chacun de ces onze chapitres, les textes sont présentés dans l'ordre chronologique.

Cet ouvrage, publié dans la collection « Vivre, croire, célébrer », dont Michel Scouarnec est le directeur, constitue un instrument de travail pour les groupes de formation chrétienne. Mais il sera en même temps une mine très riche pour les méditations personnelles comme pour la préparation des exposés et des homélies. Il fera surtout grandir notre foi, mûrir notre engagement dans cette Église que nous aimerons ainsi davantage.

Michel Dujarier

Éditions de l'Atelier, Paris 1999, 224 p.

La Voie de la Vie

Étude sur la catéchèse des Pères de l'Église

par Gérard-Henry Baudry

Le thème des « deux voies » s'enracine profondément non seulement dans l'Ancien Testament mais aussi dans le monde antique. Jésus a utilisé cette image dans sa prédication pour manifester la responsabilité personnelle du croyant. A sa suite, les chrétiens des premiers siècles ont largement utilisé ce symbole traditionnel dans leur catéchèse.

C'est dire l'intérêt de l'étude qu'a menée Gérard-Henry Baudry sur la doctrine des « deux chemins » pour mieux comprendre l'importance accordée par le rituel du baptême à la décision libre et personnelle de suivre le Christ pour vivre selon l'Évangile.

L'auteur consacre la première moitié de sa recherche à la façon dont ce thème était exprimé dans le monde antique: égyptien (chapitre 1), perse (chapitre 2), grec (chapitre 3) et surtout juif (chapitres 4 et 5). Après ce long parcours (pages 5 à 74), il ne consacre que quatre pages à son utilisation dans le Nouveau testament (chapitre 6). La période patristique est abordée selon trois pistes: la tradition apostolique (chapitre 7), les Pères des quatre premiers siècles (chapitre 8) et la liturgie du baptême (chapitre 9).

On saura gré à l'auteur d'avoir présenté ici, de façon claire et intéressante, les documents qui permettent de mieux percevoir les racines, l'évolution et l'intérêt de cette symbolique traditionnelle et de l'avoir fait en se centrant – comme les Pères eux-mêmes – sur l'aspect positif de l'appel: suivre le chemin de la Vie, suivre le Christ qui est lui-même « Chemin, Vérité, Vie ».

On aurait aimé, cependant, que ce livre apporte une moisson plus large de témoins, surtout pour les III^e et IV^e siècles, puisque le sous-titre annonçait une « Étude sur la catéchèse des Pères de l'Église ». Peut-être aurait-on pu aussi analyser plus profondément les textes cités, spécialement ceux du Nouveau testament. Cela aurait certainement permis une réflexion théologique et pastorale plus poussée. Il est également regrettable que cet ouvrage ne possède aucun index.

L'auteur nous a cependant mis en appétit. Il a ouvert des pistes: c'est une invitation à poursuivre la recherche. Ce thème en vaut la peine. Beaucoup de pasteurs et de catéchètes ont fait l'expérience de son importance pour l'annonce de la Bonne Nouvelle dans notre monde actuel.

Michel Dujarier

Beauchesne, Paris 1999, 122 p.

TABLE DES MATIÈRES DU TOME XLI 2000

PRINCIPALES CONTRIBUTIONS	N°	PP
AGBOTON A. : Expérience africaine	161	385
AMALADOSS M. : Jésus Christ, le seul Sauveur et la mission	159	148
AMOAH E. : Perspectives théologiques et œcuméniques	160	301
BEAUVAIS de B. : Une Église de banlieue, le Val Fourré	158	76
BERTILLE C. : Semences du Royaume, en Malaisie	158	52
BOUSQUET F. : Proposition chrétienne de la vérité	159	121
CALOZ J.-P. : Les médias, une révolution?	161	355
CHAMREUN : Renaissance au Cambodge	158	45
COMEAU G. : Le salut en Christ	159	138
DA COSTA N. : Sortir du ghetto, en Uruguay	158	59
DUPUIS J. : Pour le Règne de Dieu, quelle Église? quelle mission?	159	227
GEFFRÉ C. : Le paradoxe de l'Incarnation	159	158
GRELLIER I. : Mission chrétienne entre Église et Royaume	159	170
GUTIERREZ G. : Oui, elle nous rapproche!	159	220
HÉBRARD M. : Proposition de la foi dans les médias	161	379
JONCHERAY J. : Le statut de la vérité (fil rouge 1 ^{er} jour)	159	132
Le salut en Christ (fil rouge 2 ^e jour)	159	164
Église et royaume (fil rouge 3 ^e jour)	159	195
KOUAWO A. : Afrique et médias	161	396
LAFONT G. : Minoritaire et catholique	158	82
LEE C. : Du bon usage des médias	161	370
LEGRAND L. : «Sois sans crainte, petit troupeau»	158	3
MAGESA L. : Le défis de la mission en Afrique contemporaine	160	243
MEIRONE T. : Vie religieuse et communication	161	449
METOGO E.M. : Dialogue interreligieux en Afrique noire	160	309
MICHON H. : L'Église au Maroc	158	15
MILANDOU A. : Un évêque dans la tourmente	160	245
NISSIM G. : «Je t'aime, moi non plus», Église et médias	161	421
PÉRENNÈS J.-J. : Une vie donnée, Pierre Claverie (deuxième partie)	158	94
PISARRA P. : Évangile et médias	161	414
POUCOUTA P. : Corinthe, terre d'espérance	160	344
QUENUM A. : Réaction africaine au colloque	159	211
REINHARD P. : Vivre la minorité	158	22
SAULNIER P. : Médias traditionnels en Afrique	161	403
SOÉDÉ N.Y. : Lutter contre la mort, face au SIDA	160	291
SOULETTE J.-L. : Missionnaire et majoritaire?	158	31
TASSIN C. : Saint Paul et les médias	161	434
TSHIBILONDI A. : L'éducation des filles, avenir de l'Afrique	160	275
UKWUJE B. : L'identité africaine en question	160	263
ZORN J.-F. : Théologie et mission, quelle synergie?	159	203