

L'Eglise et les médias

Réflexions sur deux mondes « irréconciliés »

● ● ● **Christophe Büchi**, Lausanne
Journaliste

Les médias n'ont en général pas bonne presse au sein de notre Eglise. Nombreux sont les catholiques qui croient détecter une odeur de soufre lorsqu'un journaliste les approche. Ils accusent les médias de s'acharner contre l'Eglise catholique, de la réduire trop souvent à quelques scandales isolés tournant autour du sexe et de l'argent.

Mais curieusement, nous, gens de la presse, sommes aussi confrontés à la critique inverse. On nous reproche de « sur-couvrir » l'Eglise, de faire preuve de son égard d'une complaisance coupable. Il est vrai que ce printemps, avant et après la mort du pape Jean Paul II, une véritable déferlante catholique et cathodique s'est déversée sur les lecteurs et téléspectateurs. Dans un kiosque lausannois, j'ai entendu une cliente exaspérée demander « n'importe quel journal, mais un journal sans pape ». Un confrère de *L'Hebdo* a poussé un grand cri du cœur sous le titre : *Le ras-le-bol des athées*. On peut le comprendre, un peu.

Lors du récent voyage de Benoît XVI à Cologne, le reproche selon lequel les médias seraient devenus une extension de l'office de la propagande du Vatican nous a été resservi. Alors : Eglise chouchoutée ou Eglise chahutée ? La réponse n'est pas simple. Et tant que la question ne sera pas posée avec suffisamment de précision, elle restera même impossible.

Si l'on veut voir clair dans ce domaine complexe, il faut partir d'une première constatation : les médias n'existent pas. Le monde médiatique est diversifié, conflictuel et concurrentiel. Il y a les médias écrits et audio-visuels, les médias populaires et dits sérieux, les médias généralistes et spécialisés, et tous ne se ressemblent pas.

La même chose est vraie pour les gens de médias : chez eux aussi les origines et les profils diffèrent. Les journalistes existent aussi peu que les médecins, les curés ou les gendarmes. Il y a une multitude de journalistes et, malgré ce que beaucoup de personnes extérieures aux médias croient, ils ne sont pas tous des clones.

Cela dit, il ne faut pas nier que la corporation des journalistes présente certaines caractéristiques qui créent comme un moule. En vivant dans ce milieu et en participant régulièrement à des discussions entre gens de presse, on est frappé par le ton badin, moqueur, persifleur, souvent superficiel, cynique et sarcastique qui y prédomine. Celui qui affirme une conviction véritablement personnelle est facilement considéré comme un « emmerdeur », un gâcheur de fête, un teigneux. Un bon journaliste se moque de tout, surtout de toute autorité, hiérarchie et institution.

Cette attitude n'épargne pas une institution aussi hiérarchique que l'Eglise catholique, au contraire : étant l'institution la plus solidement charpentée, la

église

Beaucoup de catholiques se plaignent de la façon dont les journalistes traitent l'Eglise. En même temps, des non-catholiques dénoncent la complaisance des médias à l'égard de l'Eglise catholique. Qui a raison ? Etrangement, les deux, un peu.

moins permissive et la plus ancienne de cette société occidentale si allergique aux autorités, l'Église ne peut être qu'une cible privilégiée de l'anti-autoritarisme viscéral professé par bien des journalistes. Il faut cependant éviter un piège dans lequel tombent souvent les pourfendeurs des médias : celui d'identifier médias et journalistes. Les journalistes ne font pas les médias : ce sont plutôt les médias qui façonnent les journalistes. D'ailleurs, il est souvent frappant de constater le hiatus entre les gens de médias et le résultat de leur travail. Car les médias constituent une industrie qui fonctionne selon des règles contraignantes, auxquelles il est difficile d'échapper. Même s'ils se gargarisent beaucoup de la « liberté de la presse », les journalistes ne sont libres que dans des limites étroites posées à la fois par leur origine, leur environnement et les contraintes de l'industrie qu'ils servent.

La première contrainte que subit tout travailleur des médias se résume à la nécessité d'être lu, entendu ou vu par un grand nombre de consommateurs. Les journalistes sont tributaires des attentes (ou des attentes supposées) non seulement de leurs collègues, mais du public, c'est-à-dire de cet ensemble d'opinions et de préjugés qu'on appelle si joliment « l'air du temps ». Bien sûr, en servant la sauce qu'ils croient que le public attend d'eux, les journalistes contribuent à leur tour à renforcer le *mainstream*. Le serpent finit par se mordre la queue : un cercle vicieux ou *Teufelskreis* (cercle diabolique) comme l'on dit en allemand.

Donc, lorsque nous parlerons des médias par la suite - d'une façon parfois un peu sommaire et sans toujours pouvoir apporter toutes les nuances nécessaires -, il faudra garder en tête la formidable diversité du monde médiatique et journalistique, mais aussi ses contraintes conformistes.

Un autre problème méthodologique se pose. En évoquant le thème « Église et médias », il faut distinguer entre trois questions différentes, quoique reliées entre elles : comment les médias traitent le fait religieux en général, le christianisme et l'Église catholique en particulier. Nous allons examiner ces trois points.

Les médias et la religion

En général, les médias entretiennent un rapport ambivalent face aux phénomènes religieux. A priori, le courant majoritaire dans les médias modernes se plaque aux tendances prévalant dans la société : il est matérialiste, positiviste, scientiste, hédoniste. « L'air du temps » en Europe occidentale (le cas des États-Unis est fort différent, sans parler des pays non-occidentaux) professe une sorte de religion sans Dieu, basée sur un mélange de darwinisme vulgaire, de freudisme primaire et de scientisme naïf.

En véritables archiprêtres de l'air du temps, les journalistes ne peuvent que cultiver ces nouvelles certitudes où Dieu et la religion n'ont guère de place. Mais en même temps, les gens de médias savent pertinemment que la spiritualité, elle aussi, est « porteuse » (de tirage et d'audience), surtout depuis quelques années. Cela oblige les médias à un exercice périlleux : célébrer le culte du Dieu Science, tout en sacrifiant au besoin de spiritualité.

En simplifiant une réalité complexe, on peut dire que pour l'air du temps médiatique, la religion, parce qu'ensemble structuré et ritualisé de croyances, est *out*, alors que la spiritualité, comprise comme quête libre et individualiste de bien-être mental, est *in*. Dans notre société, la religion est largement associée au fanatisme, à l'intolérance, à la violence, voire à la guerre. De plus, elle rime avec

institution, discipline, précepte - donc à la trappe ! Spiritualité, au contraire, fait penser à bien-être, à « être zen » et en bonne santé : on achète !

Médias et christianisme

Cette défiance des médias face à la religion en général se double d'une méfiance plus spécifique à l'égard du christianisme. En Europe occidentale, un courant majoritaire, autant chez les journalistes que chez les gens « normaux », identifie le christianisme prioritairement aux Croisades, à l'Inquisition, au colonialisme, à la répression sexuelle, à l'antisémitisme, à la discrimination de la femme.

En même temps, et les débats autour de la Constitution de l'Union européenne l'ont clairement montré, il y a un large consensus pour glorifier les Lumières qui nous auraient apporté la tolérance religieuse, la connaissance scientifique, le progrès social et le bien-être matériel. A bas les apôtres et les martyrs ! Saint Diderot, saint Voltaire, priez pour nous !

Cette vision manichéenne où les lumières des Lumières s'opposent à l'obscurité du christianisme est, hélas, quotidiennement relayée par un grand nombre de journalistes. Il est vrai que les chrétiens, trop souvent, ont fabriqué les verges avec lesquelles les détracteurs les fouettent et il ne faut pas nier le fait que l'histoire du christianisme n'a pas toujours été conforme aux préceptes même du Christ. Mais ce qui est grave, c'est que ces critiques font rarement la distinction fondamentale entre le message chrétien et les faits (et méfaits) des chrétiens.

Ainsi, le rôle crucial du christianisme dans l'affirmation de la dignité de la personne humaine est largement passé sous silence dans les médias, sous prétexte que des personnes se disant chrétiennes ont souvent manqué et manquent à ces prin-

cipes (ce qui est vrai). En revanche, on distingue facilement la science, réputée fondamentalement bienfaisante, du mauvais usage, regrettable, qu'on a pu en faire. La bombe atomique et la destruction des équilibres écologiques, par exemple, sont considérées comme des effets pervers qui ne remettraient pas pour autant en question la science et la technique même. A l'opposé, le message chrétien est régulièrement dénigré au nom du mauvais usage qu'on en a fait. Entre christianisme et religions extrême-orientales, on constate la même inégalité de traitement. Alors que le christianisme est sévèrement jugé à cause des méfaits commis en son nom, le fait que des bouddhistes aient pu commettre des crimes n'entame pas en Occident la popularité du bouddhisme - pour la simple raison qu'ils sont peu connus. Le handicap du christianisme, c'est que l'on connaît (ou croit connaître) les chrétiens et leur histoire. D'autres religions passent mieux, surtout lorsqu'elles bénéficient du « bonus exotique ».

L'Eglise face aux médias

Les choses se compliquent encore quand il s'agit de l'Eglise catholique. Notre Eglise constitue un monde structuré, hiérarchisé, basé davantage sur l'autorité et le charisme que sur le sacro-saint principe de la démocratie moderne *one man - one vote*. Dès lors, la collision avec l'attitude anti-autoritaire de bien des journalistes est inévitable, surtout lorsque ces derniers ne connaissent pas la vie réelle de l'Eglise et qu'ils véhiculent une image surannée, d'autant des années de leur premier catéchisme.

L'Église catholique réussit très difficilement à faire passer ses messages, surtout quand elle prend le contre-pied de l'hédonisme, de l'égalitarisme et du consumérisme ambiant. De plus, en maintenant le célibat obligatoire des prêtres, en refusant le mariage homosexuel, en s'opposant à la contraception non naturelle et à l'avortement, l'Église catholique se pose en ennemie intransigeante du pansexualisme actuel - et cela, la société occidentale et ses porte-parole dans les médias ne sont pas prêts à le lui pardonner.

Il est vrai aussi que la hiérarchie catholique a parfois de la peine à montrer que ses prises de position sont autant inspirées par l'amour des hommes que par la rigueur doctrinale. Inversement, il est affligeant de voir à quel point les prises de position de l'Église peuvent être déformées par les médias. Ainsi, lors de la visite du nouvel ambassadeur de la Suisse auprès du Saint-Siège, on a lu dans les journaux que Benoît XVI aurait critiqué la Suisse, notamment à cause de la nouvelle loi sur le partenariat enregistré. En lisant le texte original de l'allocution du pape, on ne trouve pas trace d'une telle critique.

Les atouts de l'Église

Mais les handicaps de l'Église catholique peuvent se muer en atouts. Les médias aiment les propos clairs, les institutions personnalisées et les leaders charismatiques. Et quand ces personnes ont le sens du verbe et du symbole, c'est encore mieux. De plus, le catholicisme est culture du signe et de l'image, contrairement au protestantisme qui est surtout culture du verbe et de l'écriture. Il y a un côté spectaculaire dans le catholicisme qui correspond étonnamment aux exi-

gences de l'ère télévisuelle. D'où l'incroyable succès médiatique du pape Jean Paul II, devenu au fil des ans un véritable *Pop Pope*.

Pourtant, l'engouement des médias pour le défunt pape ne doit pas nous induire en erreur. La question de savoir si la médiation du pape contribue à mieux diffuser le message chrétien se pose. D'un côté, la bonne couverture médiatique d'événements phares comme les JMJ de Cologne peuvent ouvrir l'esprit du public, lui révéler une image jeune et souriante de l'Église. De l'autre, le *star system* et le culte de la personnalité qu'une surmédiatisation de la figure du pape risquent d'entraîner ne correspondent guère au message chrétien qui tend au contraire à glorifier les petits : bienheureux les non-médiatiques...

La réalité est donc paradoxale : le pape est médiatique, certains grands événements de l'Église sont médiatiques, l'Église elle-même et son message ne le sont pas nécessairement.

Faut-il le regretter ? En partie oui, car les médias sont les aréopages de la société moderne : l'Église doit y semer la parole, même si la graine tombe parfois dans les ronces. Mais d'un autre côté, on peut se réjouir du fait que l'Église catholique ne plaise pas toujours à l'industrie médiatique. Car à trop se plier aux exigences de l'air du temps, de *l'infotainment*, on perd son âme.

Chr. B