

Mise en scène du religieux : quelle influence ?

par Roland J. CAMPICHE,* Lausanne

Dire que la religion est l'objet d'une médiation n'a rien d'une affirmation révolutionnaire. La religion s'est toujours transmise par une médiation qu'elle soit orale, écrite, imprimée ou celle aujourd'hui des médias électroniques. L'élément incontestablement nouveau qui caractérise la situation contemporaine est la capacité «des médias modernes d'offrir des moyens illimités de manipulation symbolique au travers d'images et de représentations permettant de renouveler indéfiniment la narration».¹ La question qui se pose, dès lors, est de savoir quels effets ont ces moyens illimités ?

Au lendemain du premier suicide-masacre de l'Ordre du Temple Solaire (1994), la Télévision suisse romande proposa dans le cadre de son émission destinée aux consommateurs et consommatrices, un sujet intitulé : *Les sectes : comment s'en sortir ?* En voici le script.

Première séquence, *la difficulté de définir* : la secte est un mouvement à caractère religieux, culturel, politique, philosophique replié ; *les mécanismes de racolage* : tous les moyens sont bons ; *les mouvements considérés* : la Scientologie, les Enfants de Dieu, Raël, Moon, Krishna, Nouvelle Acropole. Deuxième séquence, *l'endoctrinement* : pour la secte, il s'agit de séduire, par exemple par son ésotérisme, de capter le consentement du futur adepte et de parvenir à une insensible dépersonnalisation permettant de construire une nouvelle personnalité. On va aussi pomper son argent sous prétexte de combattre le mal. Les sectes auraient accumulé des millions et les «gourous» pourraient intervenir dans des trafics d'influence, etc. Troisième séquence, *les preuves* : on fait

parler un ancien scientologue critique, puis intervient l'Association de défense de la famille et des individus (ADFI) par la voie d'un expert psychiatre, le Dr Abgrall, qui avance que les sectes profitent d'une déstabilisation des futurs disciples et visent à les restructurer mentalement. Dernière séquence, *nos droits et nos devoirs*. L'émission se termine par cette phrase révélatrice : «Vous êtes libres, vous faites ce que vous voulez !»

J'avais le sentiment que tous les efforts tentés pour proposer une autre lecture de l'événement tenant compte du caractère très hétérogène de l'univers sectaire et des préjugés attachés à tout objet inconnu étaient anéantis. Un sentiment partagé par plusieurs de mes collègues Outre-Atlantique à propos du cas de Waco.² Trois ans plus tard, j'ai soumis cette émission au

* Roland Campiche est professeur à la Faculté de théologie de l'Université de Lausanne, directeur du bureau romand de l'Institut d'éthique sociale et auteur de plusieurs enquêtes sociologiques relatives au fait religieux en Suisse.

regard d'une classe terminale d'une Haute école spécialisée en service social. Les étudiants et étudiantes ont spontanément procédé à une critique féroce de l'émission et ont démonté rapidement ses rouages.

Impact direct

Ces expériences illustrent l'espace théorique à deux pôles entre lesquels nous oscillons pour interpréter l'effet socioculturel des médias. D'un côté on avance l'idée d'un impact direct et indifférencié des médias qui agirait selon le modèle de l'aiguille hypodermique.⁵ De l'autre, on soutient la théorie que les médias ont un effet limité ou indirect et on met en avant les mécanismes de résistance individuelle à l'impact des médias. Ces mécanismes seraient générés soit par l'insertion de l'auditeur, du spectateur ou du lecteur dans un réseau de relations interpersonnelles (par exemple la famille), soit par l'acquisition de connaissances préalables,⁴ soit encore en raison du statut social de la personne en cause.⁵ Ces thèses ont été reconsidérées au cours des dernières décennies au profit de théories faisant ressortir la complexité des effets des médias et la nécessité de les saisir sur le long terme.

M'appuyant sur la thèse des effets limités des médias, j'ai avancé l'hypothèse d'un effet différencié des médias sur la religion.⁶ D'un côté les médias auraient un grand impact pour construire la représentation d'objets religieux, tels les sectes, en raison de leur caractère inconnu du public. D'un autre côté, ils auraient un effet relatif par rapport aux religions connues, le public pouvant, compte tenu de ses connaissances et de ses expériences, en prendre et surtout en laisser.

Dans le cas de l'influence importante, les médias ont contribué, en tant qu'intermédiaires, à la construction d'une mémoire collective touchant les sectes. Cette mémoire est

aujourd'hui fortement sollicitée, par exemple lors de l'élaboration de textes juridiques ou de dispositions administratives tendant à circonscrire leurs actions. Les mesures de police visant à interdire l'espace public à la propagande de la scientologie (Lausanne, Zurich, Bâle) en constituent de bons exemples. Il en va de même des discussions en cours pour interdire à ce groupement de porter le nom d'Eglise ou pour introduire la manipulation mentale dans le code pénal (Genève). Il s'agit là de quelques exemples de l'effet des médias sur la construction des représentations religieuses. Par rapport à l'idée qu'il existe un «religieusement correct», les sectes doivent nécessairement dériver. Elles sont donc par essence dangereuses.

Autre exemple : celui des démêlés avec la presse et les autorités de l'Eglise évangélique de Pentecôte (Besançon). Cette Eglise, dont les statuts ont été déposés en 1963 à la Préfecture du Doubs, s'inscrit, selon Emile Poulat,⁷ dans la mouvance mennonite ; elle reflète la double tradition évangélique et pentecôtiste. Avant 1988, des articles à son sujet ont été publiés dans la presse régionale et locale. Ils sont anodins et font mention de distribution de tracts, de la participation des membres aux activités de l'Eglise, de témoignages de guérison. L'importance de la référence au texte biblique est soulignée, mais sans jugement négatif. L'Eglise apparaît normale et respectable et n'est pas considérée comme une secte.

Dès 1988, le ton change. Une antenne du Centre Roger Ikor (contre les manipulations mentales [CCMM]) est établie à Besançon. Ses attaques contre la Mission (l'Eglise en cause) prennent pour cibles les guérisons, la qualité de la formation des pasteurs, la richesse de la communauté et sa provenance. Les accusations de manipulation mentale fusent. La presse locale et régionale reprennent et endossent ces informations : un scénario connu. Le ton monte entre la Mission et le CCMM. Un procès en diffamation est intenté, mais la

Mission est finalement déboutée en 1994 par la Cour d'appel de Besançon pour des raisons formelles. Les attaques du CCMM ont fait mouche puisque la police locale enquête et que les résultats remontent jusqu'à Paris. Le statut fiscal d'association culturelle de l'Eglise pentecôtiste de Besançon est contesté et la Mission traduite devant le Tribunal administratif. Les ingrédients sont réunis pour que la communauté en cause figure sur la liste du rapport «Les Sectes en France»⁸ sans qu'une expertise soit conduite pour tester le caractère religieux de l'entreprise. Comme le remarque E. Poulat, la dangerosité de l'Eglise évangélique de Pentecôte de Besançon n'a jamais été vérifiée. Le climat hostile rend la reconquête d'honorabilité difficile, même si la Mission a reçu le soutien de l'ECAAL (l'Eglise de la confession d'Augsbourg, d'Alsace et de Lorraine) ainsi que de l'Armée du Salut et est entrée en dialogue officiel avec la Fédération protestante de France.

Cet exemple met en évidence le rôle de régulation sociale des médias par rapport à la religion, un rôle consistant à reproduire un consensus diffus à propos des institutions religieuses comme des minorités. On peut le résumer ainsi : les institutions religieuses ne sont pas mauvaises mais marginales, les sectes sont pernicieuses car captatrices. En ce sens, les médias, comme en matière politique, confortent les stéréotypes. Ils participent ainsi de la mise en scène du religieux. Ils renvoient une image de ce dernier conforme aux critères de laïcité : pluralité et neutralité.

Effets relatifs

Dans la deuxième hypothèse, la régulation ne s'exerce pas directement sur le contenu mais sur le traitement de la religion dans le jeu social. Il est supposé que les médias contribuent à la hiérarchisation d'événements ou d'organisations religieuses.

En voici un exemple. Le jeudi avant les Journées mondiales de la jeunesse (Paris, 1997), on déclare dans les médias français que la rencontre est un flop parce que les Français la boude. Le jour d'après, le chiffre mythique du million de participants étant atteint, elle est taxée de succès. Les médias confèrent à la rencontre une dimension d'événement et le décrivent en le narrant. Quant aux journées, programmées de longue date, leur script demeure sous le contrôle des responsables catholiques.

Cet exemple constitue une bonne illustration de ce qu'on a appelé en sociologie des médias : *la thèse de l'agenda*.⁹ Il existerait une corrélation forte entre l'ordre d'importance donné par les médias à certaines informations et celui attribué à ces informations dans le public. Ainsi, en fonction de l'attention plus ou moins grande prêtée à un événement religieux et à la tonalité de son commentaire, les médias peuvent créer une sorte de hiérarchie de l'acceptable. Le risque évidemment est qu'ils ne se contentent pas de mettre en évidence un événement en soulignant qu'il «est bon de penser à», mais qu'ils accompagnent sa présentation d'une évaluation du type «voilà ce qu'il faut penser de».

Reprenons l'exemple des JMJ. Dès le moment où le pape a posé le pied sur le sol français, il a été l'objet d'une attention extraordinaire des médias. On a pu suivre ainsi sur A2, en temps réel, la quasi-totalité de ses activités. Cette manière de procéder peut entraîner la crédibilisation d'un certain nombre d'attitudes et de comportements religieux par le simple fait de leur mise en scène, cela d'autant plus si l'on tient compte des commentaires accompagnant les différents épisodes de ce voyage, qui se distinguaient plus par leur tonalité généralement respectueuse que par leur contenu. Le fait de montrer l'événement dans toute son extension apparaît plus important que l'interprétation qui lui est donnée.

Il y a donc deux effets régulateurs des médias sur la religion. Le premier est de l'ordre de la mise en scène, le second, apparemment d'une plus grande importance, s'inscrit dans l'ordre du jugement de valeurs. Reste à se demander ce qu'en font les récepteurs, à savoir l'auditeur, le lecteur ou le spectateur.

L'enquête nationale *Religion et lien social* (1999)¹⁰ a montré les représentations que se font les personnes interrogées des agents et circonstances ayant influencé la formation de leurs convictions religieuses. Les relations affectives primaires et les circonstances de la vie paraissent jouer le premier rôle ; les institutions comme le catéchisme ou l'école viennent en deuxième ligne ; quant aux médias, ils sont cités en dernier avec un score très bas. Peut-on conclure de ces résultats que les médias n'ont pas d'impact sur le croire ? Cette hypothèse est plausible, mais doit être complétée : les médias ont pu s'avérer agissants, soit en préparant le terrain par la dispensation de connaissances religieuses, soit en légitimant après coup, « par leur autorité médiatique », l'une ou l'autre conviction transmise par les parents.

Les enquêtés ont encore été interrogés à propos de leur intérêt à l'endroit de telles ou telles informations ou émissions relatives au champ religieux. Seule une petite minorité porte un grand intérêt à ces thèmes qui intéressent moyennement une moitié de la population tout au plus. *La violence exercée au nom de la religion* intéresse la moitié de la population. Le fait n'est peut-être pas si étonnant quand on considère la fascination exercée par la violence. Que la religion puisse générer de la violence constitue un facteur de scandale propre à attiser l'attention sur le phénomène. Les jeunes, plutôt non pratiquants et éloignés de l'Eglise, manifestent de l'intérêt pour les phénomènes paranormaux. Ils se recrutent souvent parmi l'ensemble formé des religieux non chrétiens, mais aussi par-

mi les chrétiens inclusifs qui incorporent dans leur « credo personnel » des affirmations venant de différentes traditions religieuses. Quant aux doctrines des grandes religions, elles séduisent plutôt des femmes de formation supérieure - il en va de même d'ailleurs à propos des nouvelles religions. Mais dans ce public, on retrouve aussi tous les groupes de croyants y compris les tièdes. Les positions des organisations religieuses dans le domaine éthique, les émissions touchant la spiritualité, les informations relatives à des personnalités religieuses ou aux activités des Eglises rassemblent un public d'insiders. On retrouve là : les pratiquants, les croyants exclusifs et les croyants inclusifs.

Interprètes du religieux

Depuis le début des années 1990, les médias accordent une place croissante à la religion. Ce faisant, ils contribuent à crédibiliser le rôle socioculturel de cette dernière. En se référant au critère de laïcité impliquant la reconnaissance de la pluralité religieuse et de la neutralité axiologique de l'Etat, ils dessinent le contour et le relief du champ religieux, provoquant peut-être un effet de standardisation. Cependant, à force d'aborder le thème, ils concourent aussi à sa banalisation.¹¹

L'observation des médias permet aussi de découvrir que, d'une part, en raison de leur mode de fonctionnement, ils valorisent *nolens volens* les leaders religieux et que, d'autre part, ils tendent à privilégier les événements.¹² De ce fait, ils créent la nécessité sociale de leaders et l'obligation pour les organisations religieuses de produire des événements. Ces dernières constatations montrent que le traitement et la régulation de l'objet obéissent à des critères séculiers et soulèvent la problématique des effets.

Par leur mode de présentation du religieux, les médias accentuent les stéréotypes

relatifs à ce qui est religieux, au personnage du leader (qu'il s'agisse d'un cardinal ou d'un gourou), à l'étrangeté du domaine par rapport à l'ordre rationnel. On ignore cependant tout ou presque de leur influence sur le plan cognitif et religieux, si ce n'est qu'ils constituent des agents de régulation du champ (il existe en effet peu d'études empiriques sur ce thème).

Les médias sont donc devenus des interprètes du religieux au même titre que les «virtuoses» du champ que sont les clercs et les divers spécialistes des sciences sociales et humaines des religions.¹⁵ Qui plus est, ils jouent un rôle dans la restructuration de ce champ. Mais ont-ils une influence sur la religion elle-même ? Cette question reste sans réponse.

Enfin, il est pertinent de souligner que les médias ne touchent pas l'ensemble du champ religieux. De nombreux mouvements et manifestations lui échappent. L'observation conforte la légitimité de recherches qui portent sur la religion dont on ne parle pas ou peu, c'est-à-dire la religion commune. Mais si ces mouvements échappent aux médias, échapperont-ils à la tentation d'être médiatisés, ne serait-ce que pour avoir la sensation d'exister ?

R. J. C.

¹ **Stewart M. Hoover et Knut Lunny**, *Rethinking Media, Religion and Culture*, Sage Publications, Londres 1997.

² **James T. Richardson**, *Manufacturing Consent about Koresh*, in «Armageddon in Waco. Critical Perspectives on the Branch Davidian Conflict», Wright Stuart A., Chicago et Londres 1995, pp. 153-176.

³ **Harold D. Lasswell**, *Propaganda Techniques in the World War*, Knopf, New York 1927, d'après **Armand et Michèle Mattelart**, *His-*

toire des théories de la communication, La Découverte, Paris 1995.

⁴ **P. Lazarsfeld**, *The People's Choice*, Columbia University Press, New York 1944.

⁵ **Richard Hoggart**, *La culture du pauvre*, Les Editions de Minuit, Paris 1970.

⁶ **Roland J. Campiche**, *Le traitement du religieux par les médias*, in «Etudes théologiques et religieuses», Institut protestant de théologie (Facultés de théologie protestante de Montpellier et de Paris) en collaboration avec la Faculté de théologie protestante de Strasbourg, Tome 72, pp. 267-279.

⁷ L'analyse du cas est construite sur la base d'un dossier de presse fourni par l'Eglise en cause et une expertise d'Emile Poulat (sa lettre aux responsables de l'Eglise du 21 avril 1997 ainsi que des articles de sa plume). J'ai pleine conscience que le dossier de presse n'est pas exhaustif, mais il contient des éléments significatifs propres à illustrer le propos de cet article.

⁸ **Gest Alain, Guyard Jacques**, *Les sectes en France. Rapport fait au nom de la Commission d'enquête (1) sur les sectes*, Les Documents d'information de l'Assemblée nationale (éd.), Commission d'enquête, Rapport n° 2468, Paris 1995.

⁹ **M. Mc Combs et D. Shaw**, *The agenda - setting function of mass-media*, in «Public Opinion Quarterly», n° 36, 1972, pp. 176-187.

¹⁰ Effectuée par le Bureau romand de l'Institut d'éthique sociale de la Fédération des Eglises protestantes de Suisse, avec le soutien du Fonds national suisse de la recherche scientifique.

¹¹ Terme que je préfère, pour éviter un débat épistémologique, à désacralisation. **Daniel Dayan et Elihu Katz** estiment que les événements médiatiques contribuent à effacer les frontières entre le sacré et le profane. *Media Events. The Live Broadcasting of History*, Harvard University Press, Londres 1992.

¹² Ce dernier point trouve une confirmation étayée dans **Dayan et Katz**, idem.

¹³ **Roland J. Campiche**, *Entretiens avec Cyril Dépraz, Quand les sectes affolent. Ordre du Temple Solaire, médias et fin de millénaire*, Labor et Fides / Institut d'éthique sociale, Genève / Lausanne 1995.