LA MÉDIATISATION DU FAIT RELIGIEUX, ENTRE *IMMÉDIAT* ET *TRANSCENDANT*

LE CAS DU CHRISTIANISME DANS LA PRESSE ÉCRITE DE RÉFÉRENCE AU PORTUGAL

Márcia Rogério Marat Grilo[1]

Résumé: Ce texte propose la présentation des principales conclusions d'une recherche sur la médiatisation de la religion, en mettant en évidence les résultats obtenus à partir d'une étude centrée sur le cas du christianisme dans les principaux titres de la presse écrite nationale de référence, dans le contexte portugais. Dans cette perspective, il est montré comment se produit l'interaction entre deux mondes assez distincts mais également fondamentaux pour la compréhension du monde complexe qui est le nôtre. D'une part

1. L'auteur est formé en *Ciências da Comunicação* à l'Universidade Nova de Lisboa, au Portugal, a conclu en 2001 le Diplôme d'Études Approfondies en *Sciences et Technologies de l'Information, de la Communication et Médiation des Connaissances*, à l'Université de Montpellier I, Université de la Méditerranée Aix-Marseillle II et Aix Marseille III, en France. Enseignante, depuis 2009, à l'Escola Superior de Educação e Ciências Sociais de l'Instituto Politécnico de Portalegre, au Portugal, elle a obtenu, en juillet 2016, le diplôme de doctorat en *Sciences de l'Information et de la Communication* à l'Université Nice Sophia Antipolis, en France.
E-mail: marciaroge riog@hotmail.com.

le champ de la religion, un domaine de l'ordre du sacré, lié aux croyances, aux pratiques de foi, centré en un langage symbolique et qui est de l'ordre du *transcendant*. D'autre part, celui des médias et du journalisme, un champ fondamental de la dynamique de l'espace public contemporain, centré sur une logique de fonctionnement qui privilégie la notion d'événement, de nouveauté – la « nouvelle » étant surtout le récit des stricts faits d'actualité, à travers un langage concis, un style direct, simple, un discours de l'ordre de l'instantanéité ou de l'*immédiat.* Les *murs* et les *ponts* du rapport difficile mais inévitable entre ces deux univers – « représentés » d'un côté par les sources d'information religieuse et d'autre côté par les journalistes – sont ainsi exposés.

Mots-clés: médiatisation. religion. christianisme. Portugal

Abstract: This article proposes the presentation of the main findings of a research on media coverage of religion by highlighting the results from a study focusing on the case of Christianity in the main titles of the national quality press, in the Portuguese context. In this perspective, it is shown how occurs the interaction between two quite different worlds but also fundamental for understanding our complex world. On the one hand the field of religion, a domain of the order of the sacred, linked to beliefs, practices of faith, centered in symbolic language and that is about the *transcendent*. On the other hand, the media and journalism, a fundamental field of the dynamics of contemporary public space, centered on an operational logic that favors the concept of event, novelty – the "new" is mainly the story of strict current events, through concise language, direct and simple style, a speech about the immediacy or the *immediate*. *Walls* and *bridges of a* difficult but inevitable relationship between these two worlds – "represented" on one side by the sources of religious information and other side by journalists – are exposed.

Keywords: mediatization. religion. christianity. Portugal

1 Introduction

Puisque une diversité de problématiques ayant trait au religieux est au cœur même de l'actualité nationale, européenne et internationale (Bratosin et Tudor, 2014), à l'heure où on assiste à un regain d'intérêt concernant la pertinence de la dimension religieuse, tant du point de vue médiatique qu'au sein du milieu académique, nous considérons que l'étude de la représentation du phénomène religieux dans les médias est extrêmement importante. Le fait religieux et sa place dans la société, étant de plus en plus motif de débat et de controverse, s'avère un sujet fondamental du point de vue journalistique puisqu'il constitue aussi une sorte de clé-herméneutique indispensable pour interpréter la réalité complexe et multidimensionnelle qui caractérise le monde contemporain. La religion, étant un contenu « spécialisé », constitue de plus en plus un outil indispensable pour l'interprétation de plusieurs faits de nature économique, politique, sociale ou culturelle (Lopes, 2015).

Ainsi, il nous a semblé pertinent d'étudier comment ces deux champs interagissent entre eux. Notre recherche a été conçue dans un cadre théorique marqué par une vision conceptuelle antagonique de ces deux mondes (Debray, 2000). D'une part, celui de la religion ou du *transcendant*, un champ du domaine de la transmission, lié au sacré, aux croyances, aux pratiques de foi et à la vie de différentes communautés, centré sur un langage fortement symbolique, parfois difficile à « décoder ». D'autre part, celui des médias et du journalisme en particulier, un champ fondamental de la dynamique de l'espace public, caractérisé par une logique de fonctionnement qui privilégie la notion d'événement, de nouveauté – la nouvelle étant surtout le récit des stricts faits d'actualité, à travers un langage et un style concis, clairs et directs, dans un registre marqué par la communication instantanée, par l'*immédiat*.

Dans cette perspective, nous avons décidé d'analyser ce que le journalisme « fait » de la religion et ce que la religion « fait » du journalisme, c'est-à-dire, la façon dont celle-ci est « traitée » du point de vue journalistique non-confessionnel

et quel rôle elle joue dans ce processus. Nous avons décidé de circonscrire notre étude à une des principales religions monothéistes : le christianisme – dans ses trois principales branches : l'Église Catholique Romaine, le Protestantisme et l'Église Orthodoxe[2]. Nous avons également choisi de limiter notre observation à presse écrite généraliste d'expansion nationale de référence, notamment deux quotidiens – *Diário de Notícias, Público* – et un hebdomadaire – *Expresso*.

Le principal objectif de notre recherche a été d'appréhender les processus de mise en visibilité médiatique de la religion chrétienne, en nous focalisant surtout sur les interactions entre les journalistes et leurs principaux interlocuteurs dans ce champ – les sources d'information religieuse. Nous avons choisi de mettre l'accent sur un ensemble de questions : Quelle est la place de la religion chrétienne dans le discours des médias, notamment la presse écrite de référence? Quand la religion chrétienne devient-elle une « nouvelle »? Quels thèmes et quelles « voix » sont surtout véhiculés et quelles sont celles qui sont négligées? Quelles sont les principales contraintes et opportunités concernant l'interaction entre journalistes et sources, qui influent sur la définition de l'agenda et le cadre donné aux sujets? Les journalistes qui traitent le fait religieux, sont-ils « formés », sont-ils des « spécialistes » en la matière? Les institutions religieuses connaissent-elles le fonctionnement du champ journalistique, l'essentiel du langage journalistique?

Ces questions nous ont conduits à formuler quatre hypothèses:

a) la religion chrétienne est présente surtout à partir de « grands événements », des rites de

2. Notre choix reflète en premier lieu l'héritage chrétien qui caractérise en général le Portugal à l'égard de la religion, et la tradition catholique en particulier. Deuxièmement, et malgré le fait que la centralité de l'Église catholique demeure au pays, on constate aussi une présence relativement importante d'autres confessions chrétiennes, notamment de la communauté protestante ou évangélique considérée la deuxième majeure confession religieuse. D'autre part, le nombre de chrétiens orthodoxes au Portugal a augmenté notablement, en particulier en raison de la vague d'immigration en provenance de l'Europe orientale.

célébration, et des prises de position réglementées de la part des responsables religieux, ou, à un moindre degré, à partir de situations polémiques et controverses ;

b) le discours journalistique ne privilégie pas la religion comme thème en soi, elle est surtout traitée à partir de sujets qui marquent l'actualité journalistique ;

c) il n'y a pas, de la part des hiérarchies chrétiennes portugaises (y compris catholique) une stratégie de communication définie ou la proposition d'un agenda. Au contraire, les Églises et les institutions religieuses agissent plutôt comme sources d'information réactives et même défensives (Marujo, 2010) ;

d) d'une part, la plupart des journalistes ne sont pas bien préparés au traitement du phénomène de la religion et d'autre part, les protagonistes religieux n'ont pas les moyens de se synchroniser avec l'assertivité et les caractéristiques du langage des médias, qui utilisent souvent des clichés simplifiés et peu éclairants de la complexité religieuse qui les encadre (Franco, 2013). En d'autres mots, la réalité religieuse vue par les journalistes et la réalité journalistique vue par les institutions montrent une méconnaissance mutuelle.

Notre recherche a été orientée dans un premier temps par la méthodologie de l'analyse de contenu (AC) à partir d'un *corpus* d'articles publiés dans certaines périodes spécifiques.[3] Dans un deuxième temps, nous avons adopté la mé-

3. En ce qui concerne le cas de l'Église catholique romaine, en tenant compte de la représentation de cette confession dans le pays, nous avons décidé d'analyser trois «événements»: la Journée Mondiale de la Jeunesse à Madrid 2011 ; et deux autres moments nous avons considérés comme pertinents relatifs au pontificat du pape François. Ces deux moments ont été : le premier voyage de son pontificat, à l'île de Lampedusa en juillet 2013 et le premier Consistoire Ordinaire

thode de « l'entretien compréhensif » (Kaufmann, 2004). Ce dernier dispositif méthodologique, mis en œuvre à travers des entretiens avec des journalistes et des représentants des trois confessions, en tant que sources d'information, a été considéré comme essentiel pour nous aider à comprendre le contexte dans lequel le « débat » sur la relation entre la religion et le journalisme se produit.

2 Les médias, le journalisme et la religion : les *murs* et les *ponts* d'un rapport difficile mais inévitable

S'il n'est pas certain qu'il y ait un véritable retour du religieux dans les sociétés occidentales contemporaines, il est indéniable qu'il y a, à tout le moins, ce que J.-P. Willaime a appelé d'un « retour médiatique de la religion » (Bréchon et Willaime, 2000 : 8). En même temps, nous assistons à un intérêt scientifique renouvelé et accru sur cette présence dans les médias, comme l'attestent certaines initiatives récentes menées, par exemple en France, comme la création, en 2010, du réseau de recherche *Relicom – Communication et espaces du religieux*[4] (Douyère 2014a). De même, en 2011, fut créé

de l'an 2015. En ce qui concerne l'ensemble des trois confessions chrétiennes, nous avons décidé d'analyser les périodes correspondants aux deux principales célébrations qui leur sont communes, en particulier le cas de Noël (nous avons examiné le mois de décembre 2013 et janvier 2014, puisque cette fête est célébrée par certains orthodoxes le 7 Janvier) ; et Pâques (nous avons d'analysé Pâques 2014, puisque cette année-là, la date de cette célébration coïncidait pour les trois confessions - le 20 avril). Nous avons analysé également une période que nous appelons « neutre », nous avons choisi en particulier quelques semaines réparties entre les mois de juin et août 2014.

4. Créé à l'initiative de D. Douyère, S. Dufour et O. Riondet, le réseau *Relicom* se propose de rassembler les chercheurs qui travaillent sur les dimensions communicationnelles du religieux. Une première journée d'étude a été organisée en mai 2012 à l'Université Paris 13. Le réseau *Relicom* a fait paraître récemment le numéro 38 de la revue MEI « Religion & communication » publié en 2014. Information disponible sur les sites web https://relicom.hypotheses.org et http://relicom.jimdo.com.

l'*Institute for Advanced Religious Studies and Internetworking Communicating* (IARSIC).[5]

Considérant la question « médias et religions » comme « une question trop occultée », P. Bréchon (Bréchon et Willaime, 2000 : 3) observe que les médias sont symboles de modernité, par opposition aux religions, qui symbolisent surtout le monde traditionnel. Mais, à son avis, les points de rencontre entre système médiatique et phénomène religieux peuvent être approfondis selon certains angles spécifiques, notamment l'image et les constructions du religieux dans les médias ou les stratégies des acteurs religieux face aux médias.

G. Défois et H. Tincq (1997) ont réfléchi sur cette relation, partant justement d'une condition « antagonique », une sorte de « position duelle », qui « enferme l'Église et les médias dans un-vis-à-vis conflictuel ». Selon Défois, le débat autour des relations entre Église et médias doit être considéré dans le cadre spécifique « de l'économie libérale » où « ce qui se vend » devient la valeur déterminante des entreprises de presse. (Défois, Tincq, 1997 : 22, 25). En effet, les relations compliquées entre médias et religion doivent être discutées dans le cadre de l'influence et de l'entrée en jeu d'un troisième acteur : l'économie, comme le souligne aussi P. Charentenay (2011 : 20). C'est donc dans un contexte complexe et contraignant que l'Église doit s'exprimer et communiquer, malgré le fait qu'elle ne parle pas « le langage du monde ». Défois signale que l'Église est souvent perçue comme une organisation de nature bureaucratique, verticale et, par conséquent, les informations religieuses ont un caractère particulièrement centralisé. Mais, se limiter à prendre l'avis d'une hiérarchie « revient (…) à banaliser la vocation chrétienne » (Défois, Tincq, 1997: 32).

5. L'*IARSIC*, fondé par S. Bratosin, est focalisé sur la collaboration avec des universitaires et des groupes de recherche de partout dans le monde afin de développer et de promouvoir les recherches en matière de religion, communication symbolique, nouveaux médias et Internet au travers de la coopération interdisciplinaire. Pour plus d'information consulter le site web http://iarsic.com/a-propos-de-nous/.

À son tour, H. Tincq, dans « Un couple explosif » (Défois, Tincq, 1997 : 67), insiste sur les griefs réciproques entre l'Église et les médias, depuis longtemps: « la presse se montrerait, à quelques nuances près, incapable de rendre compte, (…) des positions de l'Église, de traduire la complexité d'un discours religieux, encore plus d'expliquer » (id.: 76). Mais les plaintes des médias sur l'Église, sur sa manière de communiquer et de traiter les médias, ne sont pas moins dures : « méconnaissance et méfiance des journalistes, discours opaque, soporifique, langue de bois » (*id.* : 80). Plus largement, il ajoute que les institutions religieuses sont accusées de mal communiquer : « ce n'est pas dans les Églises qu'on trouve les attachés de presse nombreux, professionnellement formés, capables d'anticiper la demande des journalistes » (*id.* : 81). Tincq défend que l'Église doit impérativement réaliser une tâche urgente : passer d'une « pastorale » de l'information à une stratégie de communication (*id.* : 120).

Charentenay estime que le traitement journalistique de la religion ne va pas toujours sans provoquer un certain « malaise ». L'auteur souligne quelques incompatibilités entre ces deux mondes : la difficulté de transmission d'un message complexe, la préférence des médias pour les polémiques au détriment du consensus et de l'explication, la vedettisation, la disposition des médias à ne parler que des côtés anecdotiques de la religion, et, une fois de plus, le rapport à l'argent ou le fait que les médias sont régis par ce qui leur apporte le meilleur rendement financier (2011 : 58-63).

De leur côté, les religions, en particulier l'Église catholique (en étant la plus structurée et la plus unifiée), qui est prise par cette dynamique médiatique qu'elle intègre dans son fonctionnement, a su se donner les moyens de tirer parti des médias. D'ailleurs, la notion de « communication sociale », constitue, d'après les travaux de J. Dèveze (Dèveze *apud* Douyère, 2010), « une création conceptuelle de l'Église catholique »[6]. Après la création d'un bureau de presse du Vatican

6. La notion de communication sociale est une production idéologique datée du concile Vatican II et produite par une institution considérable, l'Église de Rome. Comparant la lettre encyclique de Pie XII sur le cinéma, la radio et la télévision *Miranda Prorsus* (1957) et

en 1960, c'est avec le décret *Inter Mirifica* (publié en 1963) du concile Vatican II que le terme est employé pour désigner les « mass média » et « encourager à les utiliser pour rendre présente la parole chrétienne dans une société que les médias profanes dominent ». En effet, l'Église catholique a perçu très tôt l'importance de ce secteur de la communication, et a créé certaines institutions médiatiques, à partir des deux premières décennies du XXe siècle. En plus, l'Église a recherché un accès plus direct aux médias en occupant la scène publique, elle a donc développé des stratégies médiatiques, en s'appuyant sur des grands rassemblements tels que les *Journées Mondiales de la Jeunesse*, par exemple.

Mais s'il est vrai que l'Église a une pratique concrète très entendue de l'usage des médias au niveau universel, il n'en est pas moins vrai qu'elle « n'a pas vraiment directement l'expérience des grands médias et ne participe pas à la vie médiatique au sens strict » (Charentenay, 2011 : 108-109). En effet, la question de la présence de la religion dans les médias généralistes « non confessionnels » s'insère dans un cadre complexe caractérisé par l'antagonisme entre les logiques sous-jacentes de ces deux mondes. Selon le chercheur et journaliste portugais « spécialisé » dans la religion J. Franco (2013 : 5), il existe une certaine incompatibilité entre le langage religieux, qui, étant de l'ordre du symbolique, est marqué par l'herméneutique et la spécificité de l'approche théologique, et la culture médiatique.

Charentenay dénonce le processus de banalisation et diminution de l'information religieuse qui « reflète la culture du moment, et donc le plus souvent l'ignorance la plus large du phénomène religieux » (2011 : 98). Dans les mots de P. Riutort, le phénomène de « dérubricage » progressif de l'information religieuse a donné lieu à un journalisme distancié : « ce mode de traitement (…) induit implicitement de nouvelles

---

le décret conciliaire *Inter Mirifica*, promulgué par Paul VI (1963), J. Dèveze montre que, de l'un à l'autre texte, les mots évoquant la diffusion et la transmission s'effacent au profit de ceux évoquant la communication. « *Le mot « moyen » est préférable à technique ; « communication » à « diffusion » ; « sociale » à « collective » ou « de masse »* » (Douyère, 2010b : 77).

conceptions de l'information religieuse : nettement moins intégrés à leurs sources envers lesquelles ils n'entretiennent que des relations épisodiques » (2002 : 142-145).

Mais le diagnostic que nous venons de tracer ne dépend pas seulement des professionnels des médias. En fait, il y a certains problèmes liés aux institutions religieuses, qui agissent comme une sorte de blocage à l'action des journalistes. La volonté de dominer est toujours présente chez les institutions religieuses : « il y a une nostalgie évidente des jours où l'autorité cléricale dictait les règles et les comportements et même protégeait le langage du symbolique » (Marujo, 2006 : 8). Comme le rappelle Franco (2013 : 6), les rapports entre les protagonistes religieux et les médias sont parfois difficiles car : d'un côté, la plupart des communicateurs est peu préparée « à comprendre et à décoder le phénomène religieux », et de l'autre, les acteurs religieux « ne peuvent pas et n'auront pas les moyens de s'adapter à l'assertivité et à l'ultra-synthétisation du langage des médias, qui utilisent, la plupart du temps, des clichés souvent simplifiés et peu éclairants de la complexité religieuse ».

3 La place du christianisme dans la presse écrite de référence

À partir des données obtenues par la méthode d'*Analyse de Contenu* nous avons pu conclure, selon le premier ensemble de caractère plus formel et quantitatif, que l'agenda et le traitement journalistiques de l'information religieuse chrétienne se caractérisent par un « statut » de marginalité et dévalorisation.

Par rapport à l'espace occupé et à l'emplacement dans les pages, nous conclurons à une présence « réduite » du fait religieux chrétien dans les nouvelles. En effet, dans l'ensemble des six périodes analysées dans les trois journaux, nous avons trouvé à peu près 200 articles[7] qui n'ont enregistré qu'une douzaine et demie de références environ à la *Une*

7. Nous avons analysé un total d'environ 204 articles, concernant les périodes mentionnées, dont 197 publiés dans les quotidiens et 6 dans l'hebdomadaire.

et une seule manchette ou titre du jour. De plus, le sujet est rarement traité à partir d'articles occupant une page, ou plus d'une page.

Les périodes qui ont donné lieu à la plupart des articles - plus de la moitié - ont été les événements promus par l'Église catholique : les *JMJM 2011, le Consistoire* 2015 et le voyage du Pape François à *Lampedusa* en 2013. Ces événements ont été, précisément, ceux qui ont donné une plus grande visibilité en la première page.

Par rapport à des éléments liés au contenu et à la mise-en-scène (concernant surtout les variables sur le type de sujets abordés, les sources, et les journalistes ou auteurs, les genres rédactionnels), les données nous ont montré surtout une information simpliste ou réductrice. Un facteur important à remarquer est le fait que les genres rédactionnels prédominants ont été la brève et le filet (« nouvelle » courte). Cela c'est l'indice d'un traitement peu approfondi et superficiel des sujets. De fait, les sujets sont très peu traités à partir de genres d'information « nobles », tels que le reportage ou l'interview, et sont encore moins le point de départ de textes d'opinion comme l'éditorial ou pour des articles d'opinion écrits par les propres journalistes. D'ailleurs, l'un des rares éditoriaux identifiés dans notre corpus (il n'y a eu que trois textes de ce genre) a en quelque sorte « instrumentalisé » l'Église catholique à des fins politiques, cela a été à l'occasion de Pâques – intitulé *Messages de l'Église pour la troika (Público, 20/avr. 2014)*, où nous pouvons lire : « Le journal est allé écouter et savoir ce que pense la hiérarchie de l›Église catholique de la fin du programme d›aide qui a fait tant de souffrir et qui a imposé des difficultés aux portugais ».[8]

8. Les autres deux éditoriaux ont aussi établi un lien avec le champ politique. Dans le texte publié lors des JMJM - Pape en Espagne (DN, 16/août), nous pouvons lire : « À environ trois mois des élections (...) il y a ceux qui voient la fin de cette tension entre Madrid et le Vatican. Ceci parce que le praticien catholique M. Rajoy devra succéder à l'agnostique Zapatero, à la tête d'un gouvernement de droite, sûrement plus attentif aux revendications de l'Église ». Dans l'éditorial publié dans la période neutre – Dénonciations catholiques (DN, 25/août) nous pouvons lire : « Le programme communautaire d'aide alimentaire pour les nécessiteux a aidé 506.300 personnes au Portugal l'année dernière. Ce sont des cas de carence

En effet, dans l'ensemble des autres périodes les sujets ont été superficiellement traités, d'une façon simplificatrice, à l'exception des *JMJ Madrid 2011* à *Público* et du *Consistoire* à *DN* où nous avons remarqué un traitement journalistique plus « complet » ou « approfondi ». Dans le premier cas (*JMJM* à *Público*), le sujet a fait l'objet, par rapport à *DN*, d'un traitement journalistique moins important du point de vue quantitatif, mais plus riche du point du vue qualitatif ; cela résulte d'une couverture journalistique, à notre avis, plus « systématique » puisque nous avons remarqué une continuité du responsable de la couverture. *Público* comptait à l'époque avec un journaliste presque exclusivement dédié au champ de la religion (détenteur d'une large connaissance du champ et avec une grande compréhension des éléments qui le composent) et qui a été effectivement présent sur le terrain à Madrid. Cela s'est traduit dans la production de textes journalistiques plus « approfondis », avec une plus grande diversité de « voix », dont la plupart citent plus de trois sources, tandis que sur *DN* la plupart des textes n'enregistrent plus qu'une « voix » et donc qu'une « vision » de l'événement. Cela nous renvoie à la question de la signature des articles. En effet, concernant les textes du genre informatif, dans le journal *Público* nous trouvons à peine l'identification de 2 journalistes, tandis que 9 journalistes l'ont fait à *DN.*

Par contre, par rapport au *Consistoire 2015* la situation s'est inversée. Le *DN* a accordé un traitement journalistique plus important au sujet, tant du point de vue quantitatif, que du point du vue qualitative. Cela a été aussi le résultat d'une couverture journalistique, à notre avis, plus « systématique » puisqu' il a été possible de remarquer également une « conti-

---

alimentaire qui atteignent un niveau inquiétant, souvent résolus sur le terrain par l'Église catholique. Cáritas, l'institution également liée à Église catholique, dévoile aujourd'hui au DN, la taille de l'effort qu'elle est en train de faire (...) Ces chiffres et ces faits (...) sont à la basé d'une recrudescence claire des interventions publiques de grandes figures de l'Église catholique qui critiquent les choix et les pratiques politiques de ces derniers temps. Dans ce sens, il ne sera pas téméraire de prévoir que si la crise sociale qui touche une grande partie du pays ne diminue pas, l'Église catholique aura un espace d'intervention politique beaucoup plus grand que celui des dernières décennies. Est-ce sain pour le pays? »

nuité » du responsable de la couverture, à partir de certains jours. En effet, un seul journaliste a été l'auteur d'une grande partie des articles, notamment ceux qui ont été publiés pendant les moments les plus marquants du *Consistoire.* Cela s'est traduit aussi, à l'image de ce qui est arrivé dans le cas des *JMJM* au *Público,* dans la production de textes journalistiques plus « approfondis », avec une majeure diversité de « voix ». Dans ces deux cas (*JMJM* au *Público* et *Consistoire* au *DN*) les journalistes chargés de la couverture ont écrit des articles d'opinion, ce qui est significatif puisqu'ils ne se sont pas limités à produire des articles d'information stricte, mais qu'ils ont aussi produit des textes d'opinion, qui offrent de l'interprétation et de l'analyse, et pour cela il faut absolument « connaître » le domaine.

Un élément important à souligner, par rapport à l'analyse de la période de Noël, est le fait que le *DN* a été le seul journal à donner de la « voix » à d'autres confessions chrétiennes non catholiques. Il a mis en valeur la tradition orthodoxe, dans un article intitulé *Les chrétiens orthodoxes célèbrent Noël demain (6/Jan)*. L'article met l'accent sur la différence par rapport à la célébration catholique, mais son angle est clairement centré sur le côté « exotique ». Cependant, dans ce texte une idée implicitement laissée est la notion selon laquelle tous les chrétiens orthodoxes célèbrent Noël selon cette tradition, fondée sur le calendrier julien, ce qui ne correspond pas du tout à la réalité, car une partie des orthodoxes célèbrent Noël le 25 décembre, et en particulier les roumains, qui représentent en plus une importante communauté d'immigrés dans le pays.

Au niveau des thématiques les plus abordées, nous pouvons conclure à la prédominance de la narration d'événements ou de rites et de l'action de représentants hiérarchiques des institutions religieuses, ainsi que des déclarations et des prises de position de leur part, au détriment de l'information sur les expériences de foi ou les pratiques religieuses des croyants. L'aspect institutionnel est clairement privilégié face à l'individuel. En effet, l'ensemble des articles diffusés montrent que dans la plupart des cas les sources institutionnelles liées à des personnes et à des organismes des hiérarchies catholiques sont, au-delà des promoteurs de l'in-

formation, dans la plupart des cas la principale voix présente, ce qui nous mène à conclure à une information fortement « hiérarchisée ». Grâce à leur capacité à se rendre disponible pour fournir de l'information, mais aussi grâce à leur position au sommet de la hiérarchie de crédibilité, ces sources de l'Église catholique ont un grand avantage dans le rôle de *définisseurs primaires* concernant des questions abordées dans les nouvelles. Il reste peu d'espace aux informations sur groupes, mouvements ou personnes non directement liés à la hiérarchie. Les autres confessions chrétiennes non catholiques ne sont presque jamais traitées – à l'exception de l'Église orthodoxe qui a été citée, notamment lors de Noël.

La couverture de la réalité complexe de la religion chrétienne fait l'objet d'un processus de simplification et de réduction thématique, centrée sur la vie institutionnelle catholique. Nous remarquons que dans la plupart des articles le phénomène religieux chrétien est abordé à partir des angles suivants : rituels de « célébration »; position « réglementée » des responsables religieux par rapport à des sujets de l'actualité journalistique ; et surtout faits de « conquête » ; ou dans une moindre mesure la polémique (irrégularité, négativité).

En général, nous pouvons conclure que ce traitement pauvre ou inadéquat de la thématique religieuse, qui tient beaucoup à une double méconnaissance et incapacité : de la réalité religieuse par les journalistes et de la réalité journalistique par les institutions religieuses. Ces constatations ont été confirmées à partir des données obtenues grâce aux entretiens réalisés tant auprès des journalistes que des représentants des trois confessions religieuses (dans le rôle de sources d'information).

4 Les rapports entre journalistes et sources et la co-construction de l'agenda du phénomène religieux

4.1 Journalistes : entre contraintes et opportunités

En général les témoignages des journalistes confirment une forte prépondérance de l'Église catholique, mais une Église très hiérarchisée : les actes ou déclarations du pape, du patriarche, des évêques. Les journalistes admettent

que d'autres types de sujets sont rares. Certains d'entre eux affirment qu'ils ne « vont pas à la recherche de ce que font les paroisses, les mouvements, les gens, les Fois » ; il faut que ce genre de thématiques, moins institutionnelles, liées aux pratiques des différentes communautés « arrivent aux rédactions ». Le problème subside dans le fait qu'il y a très peu de journalistes qui maîtrisent le sujet et qui se rendent par la même occasion disponibles pour établir des rapports plus « proches » avec les sources du domaine.

Les sources avec lesquelles ils sont le plus en contact sont surtout liées aux structures hiérarchiques de l'Église catholique. Normalement la religion chrétienne est traitée à partir de certains thèmes : Noël, Pâques, événements prévisibles ou programmés ou les messages des leaders religieux sur des sujets qui sont dans l'ordre du jour, et il est très rare qu'elle soit pensée comme thème en elle-même.

Cependant, la plupart pense « qu'idéalement » la religion doit être un thème à « creuser » (en utilisant l'expression utilisée par un journaliste), et pour trouver des nouvelles permettant d'échapper à l'agenda médiatique, mais surtout pour des raisons de contraintes humaines et de disponibilité cela devient pratiquement impossible. En plus, pour la plupart des professionnels, de nombreux problèmes se posent concernant les questions dans ce domaine spécifique. La question du langage est un des facteurs complexe car le langage est difficile à comprendre, à décoder ou à expliquer, surtout pour quelqu'un qui « n'a pas l'habitude de suivre le sujet ». Un autre facteur qui est vu comme un obstacle à leur travail, aussi lié aux rapports aux sources, est « le poids lourd des structures hiérarchies ».

Certains parmi eux considèrent aussi que la place du religieux dans les médias est réduite aux moments de fête ou à des polémiques, et que beaucoup de nouvelles sont de l'ordre du « folklorique», que la tendance est de réduire la religion à des choses épisodiques, et cela est le résultat d'un ensemble de facteurs. La question du contexte de crise financière est vue comme une des principales raisons pour une certaine perte d'espace de la religion dans les pages des journaux et pour un traitement moins approfondi, du fait qu'elle

se traduit par un manque de disponibilité de professionnels dédiés au phénomène dans les rédactions. D'ailleurs, la méconnaissance et le manque d'intérêt de certains collègues et des directeurs (pour qui la religion est considérée comme un domaine qui « ne vend pas » le journal) sont des facteurs mis en évidence par la plupart des journalistes. Il s'agit d'un domaine, qui « a été minorisé » et qui, selon un journaliste, « a toujours été comme une sorte de *'parent pauvre' qui 'navigue' transversalement dans tous les autres domaines, mais surtout dans une grande rubrique des rédactions appelée 'Société'* ». Le manque d'investissement au niveau de la spécialisation et de la formation est d'ailleurs, pour certains professionnels, une des principales raisons pour que le phénomène soit superficiellement traité, et souvent abordé à partir de visions de l'ordre du sens commun, du préjugé et du stéréotype.

Les journalistes reconnaissent qu'il y a un manque de visibilité des diverses communautés et mouvements catholiques, des pratiques des fidèles, mais surtout des autres confessions chrétiennes. Une des contraintes soulignées par les journalistes est le fait que les confessions chrétiennes non catholiques sont très nombreuses et trop fragmentées. Pour certains journalistes, il existe aussi une certaine fermeture de la part de ces Églises, et même une posture « *d'auto-ostracisme* ».

La conviction généralisée est que la promotion d'une couverture différente dépend d'un effort conjoint, de la part des journalistes, et de la part des confessions religieuses en tant que sources d'information. Il n'y a pas donc une seule réponse ; le problème serait dépassé avec un double travail, basé sur une plus grande attention des médias au phénomène et une initiative majeure des sources religieuses.

4.2 Sources d'information religieuse : entre limitations et investissements

La possibilité d'étendre l'angle journalistique vers une plus grande contextualisation des questions religieuses et de travailler les sujets plus diversifiés dépend en grande mesure aussi de l'actuation des sources.

D'une manière générale, les sources reconnaissent l'importance de la présence de la religion dans le discours journalistique, mais elles assurent qu'elles « ne sont pas à la recherche des journalistes ». Malgré cet aspect commun, elles montrent des attitudes différentes dans les rapports avec les journalistes, selon le type d'institution représentée. Elles présentent, de fait, des attitudes assez diverses concernant leur actuation et le niveau d'investissement comme source. Il y a, en effet, une distinction à faire entre qui se montre le plus « disponible », *« accessible »*, *« intéressé », et qui se montre le plus « méfiant » et « sans intérêt ». Et aussi, en ce qui concerne le degré d'action, entre celui qui se montre plus actif, réactif ou même défensif.*

Dans le cas de l'Église catholique – représentée par la *CEP*, il est possible de constater l'utilisation de ressources propres pour fournir des informations, ou la réalisation d'évènements pré-organisés, qui ont pour but d'attirer l'attention des médias et favoriser une image et surtout une posture intervenante dans la société, plutôt centralisée sur les hiérarchies. La *CEP,* représentée par son secrétaire et porte-parole, fait preuve d'une grande disponibilité envers les journalistes. Il reconnaît l'importance des médias pour faire passer le message et se montre toujours disponible pour « répondre aux demandes des journalistes ». Ce qui est perçu comme une source de référence abordable par les professionnels qui traitent le domaine. Il est ainsi sollicité de façon fréquente et récurrente. D'ailleurs, seule l'Église catholique détient une structure plus « professionnelle » concernant les rapports aux médias. Cette institution organise d'actions régulières, notamment les rencontres mensuelles des évêques - membres de la *CEP*, au *Santuário de Fátima*. Mais en général, c'est le journaliste qui prend l'initiative du contact, ou qui profite des rencontres pour avoir des informations. Malgré cela, l'institution est citée de nombreuses fois en tant que source ayant une actuation plus active auprès des médias, et son niveau de « professionnalisation » est supérieur aux autres confessions chrétiennes. Disponibilité et rapidité dans la réponse aux journalistes, une structure « formelle » qui permet au secrétaire, soutenu par d'autres membres, de représenter l'enti-

té comme source d'information et une certaine connaissance des routines de la production journalistique, ce sont les raisons d'une certaine « réussite » dans le rapport aux médias. Cependant, quant à la couverture journalistique proprement dite, cette institution affirme qu'elle se limite aux moments où il y a de grands événements, ou une prise de position, mais elle considère *qu'il n›y a pas « une préoccupation constante »* de la part des médias.

À l'inverse, les autres confessions chrétiennes non catholiques ont une posture plutôt « méfiante », « défensive » et montrent peu d'intérêt à agir comme des sources. Elles font des critiques plus directes à l'actuation des médias et bien qu'elles se considèrent disponibles, elles ne font pas des démarches pour une approximation au champ journalistique. Elles montrent de l'appréhension concernant une possible mauvaise interprétation ou distorsion de leurs mots ou idées.

Les protestants, notamment l'*Aliança Evangélica Portuguesa (AEP)* – organisme qui rassemble la majeur partie des protestants dans le pays, compte avec une petite structure de communication **-** nommée « assessorat de communication », constituée à peine d'un professionnel pour réagir aux sollicitations des journalistes, avec peu de temps pour développer des stratégies auprès des médias. Cette institution se dit être « disponible pour parler aux journalistes », mais cette posture ne se traduit pas en des actions planifiées avec l'objectif de faciliter le dialogue avec la communication sociale. En général, ce sont les journalistes qui prennent l'initiative du contact, mais cela n'arrive que très ponctuellement. Il y a visiblement l'absence d'une stratégie définie d'actuation auprès des médias. D'ailleurs, selon la personne responsable de « l'assessorat de communication », l'institution « ne cherche pas nécessairement à aller à la quête des médias *».* Les chrétiens évangéliques sont la deuxième plus grande confession religieuse au Portugal, fait qui, selon le président de l'*AEP*, justifierait une plus grande attention et intérêt de la part des médias. Cependant, *à l'AEP* l'établissement des rapports aux médias, notamment à travers l'envoi de communiqués de presse, n'est pas une pratique régulière ; en plus cette institution a des difficultés à concéder des entretiens,

surtout si elle n'est pas « prévenue » par avance, et si elle ne comprend pas le type de travail et les « sujets » que les journalistes veulent traiter. Une certaine indifférence des médias envers les protestants s'explique selon le président de l'*AEP* par un « paradigme de l'absence » : « *nous avions peur d'être contactés et par conséquent, nous nous retranchions sur nous-même… cela a également contribué au fait que les médias nous ont oublié ».* Le président admet que pour être une voix plus présente dans la société portugaise il faut qu'il y ait un changement de paradigme au niveau de l'actuation de l'institution : *« l'AEP doit commencer à prendre une position qui affirme ses valeurs sur les questions qui ont été récemment politisées ».*

Le représentant de l'Église orthodoxe, bien qu'il se considère disponible pour répondre aux sollicitations des journalistes, et qu'il est beaucoup de fois sollicité comme source d'information par les médias, il montre clairement le manque d'intérêt pour être dans les nouvelles : « *je ne suis plus intéressé à donner des interviews, parce qu'en ce qui concerne les orthodoxes, les journalistes ne savent rien ».* En ce qui concerne l'actuation comme source, il signale l'existence de quelques contraintes : le fait qu'elle est très divisée - « *nous avons plusieurs ethnies, traditions, langues* » - et le fait qu'elle vit encore sous le « joug » d'une certaine stigmatisation liée à un passé marqué de fortes interdictions. Par rapport à la couverture, le prêtre orthodoxe critique l'ignorance des journalistes, parce que la plupart des fois il est contacté sur les mêmes sujets : « *chaque année on me contacte pour parler de Pâques et de Noël orthodoxes, et je dis qu'il n'y a pas de Noël ou de Pâques orthodoxes, il s'agit de calendriers, ... mais chaque année ils font un article là-dessus ».* En plus, à son avis, ils traitent les questions de façon superficielle, et ne montrent que le côté populaire et folklorique.

Surtout dans les confessions non catholiques, la crainte par rapport au risque de non-contextualisation des déclarations, au-delà de certaines équivoques provoquées par la méconnaissance des journalistes de la confession qu'ils représentent, sont les principales limitations qui ne permettent pas aux sources de mieux « collaborer » avec les médias.

D'une façon générale les journalistes se plaignent que ces institutions « créent des difficultés de dialogue », répondent de façon lente. Ce qui semble manquer c'est un contact privilégié, individualisé et continu avec les journalistes, et des initiatives ne sont pas prises. Cela limite assez les possibilités de ces institutions à être visibles dans les nouvelles. Les témoignages de ces confessions montrent un manque de perception de l'importance de leur rôle pour « aider » les journalistes à accomplir leur tâche de production de nouvelles sur ces réalités qu'ils connaissent, en fait, très mal. Cela montre aussi une vision de suspicion par rapport aux médias et une certaine incompréhension du langage et du fonctionnement du champ journalistique, ce qui se traduit dans l'absence de toute stratégie de communication.

5 Conclusion

L'étude a montré, en substance, que l'amélioration de la couverture journalistique religieuse dépend, entre autre, d'une plus grande attention à la « préparation » de professionnels, disponibles, avec une ample connaissance du champ, ce qui pourrait justifier « une politique de formation », mais également un plus grand investissement de la part des institutions chrétiennes concernant leurs rapports aux médias et leur actuation comme sources d'information. Nous avons pu remarquer aussi une faible présence de structures professionnelles de communication, et l'inexistence d'une stratégie de communication définie. En général, nous avons conclu que le traitement journalistique pauvre ou inadéquat de la complexité et de la diversité de la thématique religieuse, tient beaucoup à une double méconnaissance et incapacité : de la réalité religieuse par les journalistes et de la réalité journalistique par les institutions religieuses. Pour le moment, la *« dialectique » entre ces deux acteurs dans* le champ de l'information religieuse n'est pas vraiment atteinte, mais cela n'empêchera pas de « tourner les cartes » dans un « jeu » qui est train d'acquérir de plus en plus d'importance dans le monde complexe et pluriel qui est le nôtre.

Références

BRATOSIN, S., TUDOR, M. (coord.). 2014. *Espace Public et Communication de la Foi*. Actes du 2e Colloque International COMSYMBOL. Béziers. Editions IARSIC et ESSACHESS.

BRÉCHON, P., WILLAIME, J.-P. 2000. *Médias et religions en miroir.* Paris : PUF.

DEBRAY, R. 2000. *Transmitir : O segredo e a força das ideias*. Petrópolis. RJ : Vozes.

DÉFOIS, G., TINCQ, H. 1997. *Les Médias et l'Église, Évangelisation et information: le conflit de deux paroles*. Paris : CFPJ.

DOUYÈRE, D. 2010. « La communication sociale : une perspective de l'Eglise catholique ? Jean Devèze et la critique de la notion de « communication sociale' » ». In *Revue internationale de communication sociale et publique*. n°3-4. Uqam, Montréal, pp.73-86. [En ligne]. URL : http://www.revuecsp.uqam.ca/numero/n3-4/pdf/RICSP_Douyere_2010.pdf. Consulté le 20 octobre 2015.

DOUYÈRE, D. 2014. « La recherche en Sic sur le sacré et le religieux ». In *Cahiers de la Sfsic* n°9. « Actualité de la recherche », p. 107-116.

FRANCO, J., 2013. « Da liberdade religiosa à urgência do diálogo – a experiência contemporânea». [En ligne]. URL : http://issuu.com/aidlr/docs/8.da_liberdade_religiosa____experi_. Consulté le 10 septembre 2015.

LEVALOIS, C. 2012. *Prendre Soin de l'autre - Une vision Chrétienne de la communication*. Paris : Cerf.

KAUFMANN, J.C. 2004. *L'entretien compréhensif*. Paris : Armand Colin.

LOPES, F. 2015. *Jornalista – Profissão Ameaçada.* Lisboa : Altheia.

MARUJO, A. 2006. « Religião e Média – Equívocos e Possibilidades ». Conferência por António Marujo – Prémio Templeton para o Jornalista Europeu de Assuntos religiosos do ano 2005 (23 de Outubro 2006). Grémio Literário. Lisboa. *COMMUNIO - Revista Internacional Católica, Ética e Comunicação Social*. (2007). Ano XXIV, nº 1. [En ligne]. URL: http://www.snpcultura.org/arquivo_vemos_ouvimos_e_lemos_religiao_media.html. Consulté le 10 juin 2015.

MARUJO, A. 2010. « *Religionline*, um blog para a interrogação e o debate ». *Observatório da Cultura,* nº14. [En ligne]. URL: http://www.snpcultura.org/obs_14_religionline_blogue_interrogacao_debate.html. Consulté le 10 juin 2015.

RIUTORT, P. 2002. **«** L'information en matière de religion. Une spécialisation moralement fondée ? ». In: *Réseaux* nº 111 - *Les Journalistes spécialisés*, Hermès Science, pp. 131-161.