

# Préface

Jean-Paul WILLAIME

Deux raisons principales militent pour que la recherche universitaire s'intéresse aux rapports entre « faits religieux et médias », l'une relative aux faits religieux, l'autre aux médias eux-mêmes. Si, dans les sociétés occidentales, l'on peut discuter la thèse d'un retour général du religieux, celle d'un retour médiatique du religieux est incontestable : l'importance de l'actualité religieuse nationale et internationale l'atteste jour après jour. Quant aux médias, nul ne conteste leur rôle prépondérant dans des sociétés de l'information et de la communication, rôle mondialement renforcé par Internet et les réseaux sociaux. Quant à leurs rapports, médias et religions sont d'autant plus interconnectés que les religions sont aussi des faits médiatiques qui se donnent à voir et que les médias sont aussi des faits religieux qui s'offrent à vivre (notamment dans les communions collectives qu'ils produisent).

Mais comment investiguer ce domaine des rapports entre médias et religions, comment le problématiser ? On peut s'intéresser à l'usage que font des médias les différentes religions et, en leur sein, les diverses sensibilités qui s'y expriment. Tel n'est pas le propos de cet ouvrage qui se concentre sur le vaste domaine de ce que les médias font des religions. Comment ? En étudiant les angles, les biais, les cadres, les présupposés à travers lesquels les médias abordent les faits religieux, autrement dit en analysant ce que les médias font au religieux, les façons dont ils se le représentent en paroles, images, thèmes, figures, évaluations, les façons aussi dont les médias traitent et produisent à la fois des « affaires » (le foulard islamique, les caricatures de Mahomet, etc.). Ces approches peuvent se focaliser sur un journal et la façon dont il traite d'une religion : l'islam après les attentats de janvier 2015 (Konstantinos Eleftheriadis et Pietro Castelli Gattinara à partir d'une analyse textuelle quantitative du Monde), sur une presse régionale, en l'occurrence celle de l'Ouest de la France, et la façon dont elle traite l'« affaire » nationale et internationale de la « burka » (Camila Arêas). Elles peuvent aussi développer une approche comparative : entre la façon dont, en Russie, des chaînes de télévision et des sites web traitent de

l'orthodoxie (Ekaterina Grisihaeva), entre la façon dont différents quotidiens se représentent le religieux dans les pays nordiques et en Grande-Bretagne (Mia Lövheim), entre deux quotidiens, l'un français, l'autre québécois (Lélia Nevert) durant l'épisode des caricatures de Mahomet. Il y a là une riche série d'études portant sur différents pays (Canada, France, Grande-Bretagne, Pays scandinaves, Russie), différents médias (presse écrite nationale et régionale, télévision, web) et différentes religions mais avec une nette prépondérance de l'islam, les « affaires » et polémiques que ce monde religieux suscite. Particulièrement à propos de cette religion, on peut dire que, tellement la focalisation médiatique sur cette religion est forte, elle est plus parlée qu'elle ne parle, elle est presque plus un fait médiatique qu'un fait religieux.

Le présent ouvrage a encore d'autres richesses. Deux études profondément originales portent sur ce que les médias font aux experts du religieux lorsque ceux-ci sont pris dans le tourbillon médiatique et sommés de donner leur avis de spécialiste à chaud sans le recul du temps et de l'investigation critique. Ainsi le Religion Scholar danois Tim Jansen qui, tellement pris dans les polémiques de l'arène publique sur les caricatures du prophète Mahomet, est passé du statut d'expert respecté à celui d'une figure de bandes dessinées dont on se moque. « Aller sur la scène publique est une affaire risquée » en conclut-il ! Dans un autre genre et domaine, Muriel Guittat-Naudin analyse comment les historiens confrontés à une série de publications, de pièces de théâtre et de films interprétant, le plus souvent pour le condamner, le silence du pape Pie XII face aux crimes nazis, étaient sommés de se prononcer sur la culpabilité de ce pape avant même d'avoir eu la possibilité et le temps d'étudier diverses archives.

Autre richesse de ce livre, une contribution aborde le traitement médiatique d'une loi, celle du 11 octobre 2010 interdisant en France la dissimulation du visage dans l'espace public et soulève ainsi la question de la responsabilité des médias dans l'incompréhension du droit par nos concitoyens. Un traitement médiatique, montre Lauren Bakir, qui ne prend pas en compte l'intitulé de l'infraction : la dissimulation du visage et parle confusément, c'est selon, de « voile intégral », de « burka » ou de « niqab ».

Enfin, ce volume s'ouvre par la magistrale conférence de Stewart Hoover, spécialiste nord-américain des études médiatiques et des études religieuses qui nous invite à tirer d'emblée toutes les conséquences du fait que nous vivons à l'âge de médias (*Media Age*). L'une d'elles m'apparaît particulièrement importante : il ne faut plus considérer que les religions et les médias sont deux sphères séparées car, aujourd'hui, elles sont inextricablement entremêlées, les religions se définissant aussi par leur image et leur existence médiatique. Par exemple, note Stewart Hoover, ce n'est aujourd'hui plus possible pour les autorités religieuses d'avoir ce qu'il appelle une « conversation privée », tout est révélé et discuté dans la sphère médiatique. On le

constate actuellement avec les affaires de pédophilie dans l'Église catholique. Plus fondamentalement « les religions et les médias sont aujourd'hui coimpliqués dans la construction du sens », « dans la production d'images et de connaissances ». Dès lors, remarque Stewart Hoover, en matière de faits religieux, il faut aller au-delà de l'étude de ce qui est communiqué (*what*). Plus important encore est d'étudier où et comment (*where and how*) des connaissances sur les religions sont produites. Les médias, comme je l'écrivais déjà en 2000<sup>1</sup>, sont d'excellents analyseurs des mutations religieuses contemporaines. Ni l'islam, ni le judaïsme, ni le catholicisme, l'orthodoxie ou le protestantisme, ni le bouddhisme, l'hindouisme... ne seraient aujourd'hui ce qu'ils sont sans leur existence médiatique.

On saura gré à Anaël Levy et Anne Lancien d'avoir pris l'initiative de ce volume et d'avoir restitué dans leur introduction les réflexions et questions à l'origine du colloque qui en est la source. Il est heureux que de jeunes chercheurs/chercheuses relèvent le défi de monter de tels projets.

1. « Les médias comme analyseur des mutations religieuses contemporaines », in Pierre BRÉCHON et Jean-Paul WILLAIME (dir.), *Médias et religions en miroir*, Paris, Presses universitaires de France, 2000, p. 299-329.