

« Communiquer, c'est être proche »

Il en va de la foi comme de la joie. Si elle est vraie elle est vivante, et si elle est vivante elle tend d'elle-même à se manifester, à s'exprimer pour se communiquer.

Communauté de croyants, l'Eglise n'a pas d'autre origine que l'initiative prise par Dieu de se révéler. Dans la personne du Christ Jésus la révélation de Dieu est plénière et parfaite, car pour se faire connaître il a choisi de se rendre présent et proche nous.

Le grand prédicateur que fut Bossuet déclarait superbement : «l'Eglise, c'est Jésus-Christ aujourd'hui répandu et communiqué». Il ne pouvait mieux dire que, pour être fidèle à sa vocation et à sa mission, l'Eglise doit se mettre à l'école du Christ, se rendre présente et proche, dans un effort délibéré, courageux et généreux de communication.

Dans le monde tel qu'il est et dans la société telle qu'elle va, la communication interpersonnelle conserve ses qualités d'impact et ses avantages relationnels irremplaçables, mais elle ne peut être que restreinte dans ses ambitions et dans son rayonnement.

Les médias forment aujourd'hui une culture autonome dont le champ et la puissance d'impact sont tels qu'ils prennent rang de troisième pouvoir dans la société moderne, après le pouvoir économique et le pouvoir politique. Dans cette conjoncture, les médias d'Eglise, qui ne disposent que de moyens modestes, s'ils veulent un avenir missionnaire se doivent d'être prophétiques. Pour être prophétiques, ils doivent se mettre à l'école du Christ : redonner confiance et courage, relancer l'espérance, éclairer la route des hommes en osant dénoncer clairement le mal et en soutenant les efforts de solidarité au service du bien commun et de générosité au service des plus pauvres et des laissés pour compte.

Plus nos médias sont modestes, plus nous devons soigner la qualité du message dont ils sont porteurs.

+ André Fort, Evêque d'Orléans
Membre du Conseil pour la communication.