



« Communiquer dans les mouvements catholiques et dans le monde »

- *Dr Angelo Scelzo **

Tout d'abord, un salut cordial à tous les participants à la conférence, réunis pour cet événement important à la veille de la session finale.

En raison de l'immensité du sujet, lorsqu'on est invité à parler de communication, la partie difficile concerne le début, l'ouverture de la discussion puisqu'il ne suffit pas toujours d'indiquer un schéma qui, dans ce cas, concerne les mouvements catholiques mais aussi le monde.

Je pense qu'il faut se demander, de manière préliminaire, s'il existe, ou peut exister, un type spécifique de communication pour les mouvements. Et dans quelle mesure, si elle existe, peut-elle différer de la communication ordinaire, c'est-à-dire adaptable à toute circonstance.

Entrer dans cette distinction préliminaire est une manière de se retrouver immédiatement face aux changements, ou plutôt je dirais, aux différentes natures de la communication moderne.

Il est clair pour tout le monde qu'aujourd'hui, même par rapport à il y a dix ans, la manière de communiquer a changé. Les moyens par lesquels la parole (mais pas seulement : aussi les gestes ou les différentes expressions) se placent au centre de nos relations ont radicalement changé. De plus en plus, à l'ère du numérique, les mots sont accompagnés d'images ; il n'est de plus en plus soumis aux distances, et sans que cela entraîne des retards ou des reports sur l'état du dialogue.

On peut peut-être commencer à dire que la communication ordinaire ne représente qu'une expression, puisqu'en réalité la grande variété des moyens (en termes plus actuels multimédia) correspond à une variété plus étendue de communications. Chaque domaine a le sien, qui diffère non seulement par la diversité des moyens à utiliser, mais naturellement par les objectifs et le public auquel il s'adresse.

L'importance et le nouveau rôle des médias.

À ce stade, je voudrais me concentrer sur l'impact différent des moyens plus traditionnels tels que la radio, la télévision, la presse écrite, le cinéma, par rapport à ce que l'on pourrait définir comme la nouvelle communication « enracinée numériquement ». Ce sont des véhicules qui continuent à avoir leur propre vie. La révolution numérique ne les a pas envoyés au grenier mais elle les a certainement profondément modifiés.

Ce qui s'est produit, en fait, c'est leur prolifération particulière : chacun d'entre eux, avec l'avènement du numérique, tout en conservant son identité propre, l'a néanmoins renforcée en donnant vie à de nouveaux outils, en premier lieu les médias sociaux et maintenant une famille très répandue de des applications que nous utilisons habituellement sur nos smartphones : l'ancien Twitter, maintenant X, Facebook, TikTok, Instagram et d'autres à l'impact plus limité.

Face à cette évolution impressionnante, on parle aujourd'hui d'ancienne et de nouvelle communication. Et le mot qui revient le plus souvent pour marquer ce tournant est celui de révolution. Il convient également de noter qu'il s'agit d'une révolution qui est toujours en cours, loin d'être derrière nous, si l'on observe les progrès continus et étonnants que le monde numérique produit presque jour après jour.

La communication et le message

C'est la naissance, certains parlent de "l'invention", de l'Internet qui a ouvert, ou plutôt largement ouvert, les nouveaux moyens de communication modernes. L'irruption de ce monde a suscité, dans un premier temps, émerveillement et perplexité.

Tout change. Et le souci du message est vite apparu, c'est-à-dire la fidélité du message par rapport aux scénarios complètement nouveaux d'une communication qui s'est placée à la tête des changements sociaux et culturels en cours dans toutes les régions du monde.

L'"ancienne" communication se limitait à décrire, raconter, montrer - à travers les médias audiovisuels, autrefois limités au petit et au grand écran - la réalité et les modes de vie. Nous étions habitués à une fonction subsidiaire. Nous savions distinguer les moyens du message et même les intuitions d'un grand érudit comme Mc Luhan ne nous avaient pas fait sortir des frontières établies.

Face à ce qui s'est passé par la suite, on ne peut certainement pas parler de simple innovation. Les nouvelles technologies ont immédiatement attribué à la communication un tout autre rôle : non plus de subsidiarité mais une forme de protagonisme conscient, dénué de scrupules et de prudence. La nouvelle communication, en réalité, a pris le devant de la scène, a commencé à dicter ses lois, ou plutôt à en créer de nouvelles, au point de guider de fait les processus d'un monde en transition. L'exemple le plus frappant concerne la mondialisation, événement qui a marqué notre époque. Aujourd'hui encore, on se demande si elle n'a pas été déterminée précisément par le développement de la communication poussé au-delà des seuils du temps et de l'espace ; si le monde n'est pas devenu un "village" précisément à cause de l'impact et de l'influence d'une communication qui, après s'être affranchie, grâce aux nouvelles technologies, de ses propres frontières, a fini par en miner d'elle-même d'autres.

La communication instantanée est soudainement devenue réalité et, dépassant les frontières traditionnelles, a ouvert des voies impensables dans tous les domaines – sociaux, culturels, économiques – qu'elle traversait. Tout est communication, sommes-nous venus dire pour célébrer et souligner sa puissance.

L'autorité de la nouvelle communication.

Cependant, on peut dire qu'il nous a fallu du temps pour prendre pleinement et totalement conscience de ce changement d'ère. Il nous était difficile de nous résigner ou de ne pas sourciller devant certaines expressions de la nouvelle communication, faites exprès, nous semblait-il, pour tester notre acceptation. Tout d'abord, nous avons eu du mal à accepter l'autorité des nouveaux moyens qui nous semblaient utiles, certes, mais limités à des formes de communication ordinaires, familières, presque « de service ». Peut-être n'aurions-nous jamais imaginé que les déclarations et les actes solennels des plus hautes instances et des personnalités les plus influentes, y compris le Pape et les chefs d'État, puissent être véhiculés et diffusés via Twitter et sur diverses plateformes de médias sociaux. Elle résistait, d'une certaine manière, à une forme de hiérarchie naturelle qui signalait peut-être davantage un abandon qu'une adhésion véritable et convaincue à la réalité de la nouvelle communication.

Les attitudes et les états d'âme ont immédiatement été balayés. Aujourd'hui, la communication est constituée de ces moyens et nous devons comprendre qu'il n'est pas possible d'arrêter le vent avec nos mains.

L'évolution tragique de notre époque a ensuite consolidé ce changement radical de rythme. Les smartphones, plus que les caméras elles-mêmes, nous ont rappelé la guerre en Ukraine et continuent

de nous raconter les jours dramatiques du siège sanglant de Gaza après l'attaque féroce du Hamas contre Israël. Mais plus encore dans les guerres, les réseaux sociaux et les nouveaux outils de communication ne sont pas de simples témoins, ils ne se contentent pas d'enregistrer les événements. Ils sont eux-mêmes protagonistes, comme ils l'étaient au moment de la pandémie, l'autre fléau de ces jours difficiles et tourmentés qui sont les nôtres. En nous isolant physiquement, la pandémie a offert aux nouveaux médias, à toute la galaxie de la communication numérique, la possibilité sur un plateau d'argent d'entrer encore plus profondément dans la vie concrète des gens. Pendant longtemps, le confinement a fait des réseaux sociaux notre langage, nos expressions, le moyen privilégié et presque unique de notre façon de communiquer. Elle a créé de petites et grandes communautés, certes virtuelles, mais potentiellement capables de développer leurs relations en personne. La manière dont la pandémie a contribué à changer la manière de communiquer dans l'Église fait l'objet de nombreuses études. Certains vont jusqu'à affirmer que les diffusions en streaming, comme les célébrations dominicales elles-mêmes, ont contribué à vider les églises, soulignant également que le retour à la normale a en réalité marqué une baisse de la participation des fidèles.

En tout cas, c'est un sujet qui a pu gagner du terrain précisément parce que les nouvelles technologies permettaient techniquement la participation à distance, mais avec toutes les modalités offertes par une communication qui n'a jamais été aussi large et articulée.

La communication et l'Église

Ce dernier aspect introduit directement une question inévitable à ce stade. Quelle est et quelle a été l'attitude de l'Église face à cette véritable révolution médiatique ?

Pour un mouvement comme le vôtre qui place au centre le facteur éducatif lié à l'engagement dans le témoignage catholique, c'est une question incontournable.

Prémisse essentielle : on ne peut pas dire que l'Église ait bloqué la voie à une nouvelle communication. Elle a immédiatement compris l'importance du changement, même si elle n'avait peut-être pas les moyens de le mettre en œuvre immédiatement.

Je pense qu'il pourrait être utile de se référer à ce qui s'est passé dans la communication du Vatican pour chercher une réponse plus motivée. La communication du Saint-Siège vient de faire face à une réforme - à l'intérieur de la réforme plus générale de l'ensemble de la curie romaine - qui a totalement changé de caractère. Je prends la communication du Vatican comme référence car elle représente, en quelque sorte, le paradigme de ce qui s'est passé à un niveau plus général.

Les anciens moyens de communication du Saint-Siège, largement développés à partir du Concile - avant l'existence de L'Osservatore romano et de Radio Vatican - avec l'ajout ultérieur du Bureau de Presse et du Centre de Télévision du Vatican (le tout sous l'égide du Conseil Pontifical) pour les communications sociales), ont pratiquement fusionné en un seul système intégré qui les regroupe tous sous forme numérique. Des médias individuels, chacun avec sa propre vie, à une galaxie multimédia qui parle toutes les différentes langues de la communication ancienne et nouvelle.

C'était une étape nécessaire, selon les caractéristiques des nouveaux outils multifonctionnels qui, en même temps, ils permettent de transmettre la parole associée aux images et diffusée non seulement par les moyens traditionnels, mais segmentée à travers les différentes sources des médias sociaux qui alimentent la « banque » audiovisuelle très saturée. Presque toutes les communications anciennes ont sonné le glas d'une profonde reconversion dans le monde numérique.

On parle de révolution parce qu'un nouveau monde s'est ouvert. Même dans l'Église, si l'on considère que les premiers protagonistes de cette histoire qui vient de loin, il faut considérer les papes de la modernité, à commencer par Paul VI avec qui la question de la communication, qui est entrée sur un ton résigné dans la première phase de le Concile, prend ensuite son envol dans la décennie suivante, au point de se présenter comme un motif de lettre naturel dans les longues années du pontificat de Jean-Paul II. L'impulsion est devenue si forte que, de manière presque inattendue, la communication est devenue l'un des grands thèmes de l'enseignement du pape Benoît XVI. C'est vrai : un pape qui a

continué à écrire, jusqu'au bout, à la main, avec un crayon, a fini par marquer un tournant dans le passage d'une époque de communication ecclésiale à une autre. C'est pourquoi la communication de Benedetto, avec le retour, dans un certain sens, à la primauté de la parole à l'ère (pleine) d'Internet, représente un chapitre à part dans l'histoire de la communication. En fait, Benoît a officiellement lancé, d'un simple clic sur une tablette, le premier portail, news.va, qui montrait le chemin de la conversion numérique à tous les médias du Vatican. Comment ne pas considérer, ne serait-ce que par son titre, l'impact, ou plutôt le poids, que cette communication a fini par avoir dans son pontificat ? Pensez au drame Vatileaks, mais pas seulement. Et, peut-être le plus sensationnel de tous, d'un point de vue communicatif, la « Leçon déformée » de Ratisbonne, un essai magistral pris à tort pour un acte d'hostilité du moment contre le monde musulman.

Puis il est venu, Francesco. Et nous avons ici affaire à une histoire en cours, et à celle racontée à la première personne par les papes.

On peut partir d'une apparente contradiction : on ne peut pas dire, dans l'absolu, qu'il soit passionné par la communication, mais il est également certain que François n'a pas eu besoin d'attendre d'être élu Pape pour en reconnaître l'importance. Et il faut ajouter qu'une fois sur le trône de Pierre, il put se rendre compte qu'à l'intérieur des murs, peu d'autres problèmes nécessitaient une attention plus immédiate.

François est le troisième pape du nouveau millénaire, et l'histoire de ces vingt premières années, de l'Église et du monde, peut être résumée précisément à travers les trois papes du troisième millénaire. Avec l'élection de Bergoglio à la papauté, l'anniversaire de la « première fois » devient presque imparable : pour la première fois, un représentant de l'Église sud-américaine est sur la chaire de Pierre ; pour la première fois un jésuite devient pape et pour la première fois le fils d'une famille d'émigrants est élu, dans une saison caractérisée par le phénomène des grandes migrations. Même la communication ecclésiale est, quant à elle, avide de premières et le Pape « appelé de l'autre bout du monde » représente immédiatement un grand défi.

L'Église comme "hôpital de campagne", le danger qu'elle puisse nous faire enfermer "dans les petites choses et les petits préceptes" ou se transformer en "nid protecteur de nos médiocrités", en se confessant comme "un pécheur sur lequel Dieu a regardé ", mais surtout les termes d'une vision positive d'une Église qui, à la lumière de " Gaudium et spes " " est toujours en chemin avec son peuple ", ont représenté les chapitres importants d'une communication jamais aussi expressive d'un pontificat qui a choisi d'être aux côtés de l'homme à chaque instant.

Il appartenait donc à François, premier pape de la génération qui n'a pas participé directement au Concile - et aussi premier de celui qui était appelé à en commencer l'accueil - de projeter la communication vaticane vers une nouvelle époque, voire une véritable transition. d'époque.

Conclusion

Pour rester dans le contexte ecclésial, une évaluation des changements survenus dans la communication nous amène à croire que les cinq siècles depuis l'impression de Gutenberg à l'époque du Concile ne valent pas, en termes d'innovation et de progrès, les soixante dernières années qui ont culminé à l'ère du numérique, et longtemps « raconté » par des personnages et des matrices de plomb, sur le papier des livres ou des journaux.

C'est un autre monde et une autre époque pour une communication qui cherche de plus en plus à échapper au rôle de « service », à s'imposer - une fois qu'elle a pris conscience de son rôle - comme un protagoniste actif - et parfois décisif - dans les événements d'une hyper -monde connecté. Mais aussi hyper-tourmenté.

** Directeur adjoint Em. Bureau de Presse du Vatican*

umec.wuct@gmail.com - generalsecretary@umec-wuct.org - <http://wuct-umec.blogspot.com>