



Archives de sciences sociales des religions

140 | octobre - décembre 2007
Varia

Quentin J. Schultze, *Christianity and the Mass Media in America. Toward a Democratic Accomodation*

East Lansing, Michigan State University Press, 2003, 440 p.

Ronan Teyssier



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/assr/11903>

ISSN : 1777-5825

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2007

Pagination : 157-310

ISBN : 978-2-7132-2145-3

ISSN : 0335-5985

Référence électronique

Ronan Teyssier, « Quentin J. Schultze, *Christianity and the Mass Media in America. Toward a Democratic Accomodation* », *Archives de sciences sociales des religions* [En ligne], 140 | octobre - décembre 2007, document 140-72, mis en ligne le 02 juillet 2008, consulté le 28 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/assr/11903>

Ce document a été généré automatiquement le 28 avril 2019.

© Archives de sciences sociales des religions

Quentin J. Schultze, Christianity and the Mass Media in America. Toward a Democratic Accomodation

East Lansing, Michigan State University Press, 2003, 440 p.

Ronan Teyssier

- 1 Le thème général exploré dans ce livre est celui de la relation interactive entre les grandes dénominations religieuses chrétiennes (catholique, protestantes traditionnelles et évangéliques) que Q. Schultze appelle les « tribus chrétiennes » (*Christian tribes*) et les médias de masse aux États-Unis durant le XX^e siècle. C'est donc à l'examen des influences réciproques de ces deux catégories d'acteurs sociaux collectifs que l'auteur annonce vouloir se livrer (pp. 1 et 9).
- 2 Dans le premier chapitre du livre, l'auteur arrime son explication des relations entre christianisme et médias de masse à la théorie de la communication et de la culture de l'École (sociologique) de Chicago (pp. 3 et 9). Il propose alors d'envisager ces influences réciproques à travers cinq types de rhétoriques qu'il baptise rhétoriques de la « louange/acclamation » (*the rhetoric of praise*), de « l'exil », de la « conversion », de la « communion » et du « discernement » (pp. 10-40). Les chapitres subséquents ont vocation à illustrer les manières suivant lesquelles chacune de ces rhétoriques peut contribuer, à son niveau, à la compréhension globale des relations entre les « tribus chrétiennes » et les médias de masse aux États-Unis.
- 3 Ainsi, le deuxième chapitre porte-t-il sur la rhétorique de la louange/acclamation. Q. Schultze y affirme que l'empreinte du christianisme est repérable dans « l'optimisme et la bienveillance du public et des médias de masse américains envers le progrès technologique » (p. 48). En effet selon l'auteur, l'adhésion de la société américaine à l'idée selon laquelle technologie et progrès iraient de pair s'expliquerait par l'enracinement culturel profond de l'acceptation judéo-chrétienne de la notion de « progrès ». Plus loin dans le chapitre, il envisage la direction inverse d'influence en étudiant l'impact des

nouvelles technologies médiatiques sur les modes de communication des Églises chrétiennes (pp. 65-72).

- 4 Malgré la convergence de la société américaine et de ses Églises chrétiennes autour d'une rhétorique louant la notion de « progrès », la première et les secondes divergent sur d'autres points que l'auteur examine dans le troisième chapitre. Il y est notamment question de la rhétorique de l'exil mise en avant à plusieurs reprises durant le XX^e siècle par les institutions religieuses dans leur appréhension de la société séculière. Afin d'illustrer le contenu de ce type de rhétorique, Q. Schultze présente une analyse des représentations véhiculées dans cinq périodiques chrétiens américains (*Commonweal, America, Catholic World, Christian Century et Christianity Today*) entre les années 1920 et les années 1970 au sujet du développement de la radiophonie et de la télévision (pp. 91-92).
- 5 Le quatrième chapitre complète le deuxième sur le plan de la rhétorique de la conversion. Cette dernière rendrait compte du phénomène au terme duquel les diverses Églises chrétiennes se sont elles-mêmes « converties », à des rythmes certes différents, aux techniques médiatiques séculières. L'auteur propose alors une histoire de l'engouement de certaines dénominations chrétiennes (et tout particulièrement des dénominations évangéliques) pour les nouvelles techniques et technologies médiatiques (p. 140).
- 6 Les chapitres cinq et six poursuivent l'examen de la rhétorique de la louange/acclamation en la mettant en lien avec la rhétorique de la communion. Q. Schultze décèle dans les modes de fonctionnement des médias séculiers l'empreinte du christianisme ; particulièrement lorsqu'ils agissent en tant qu'entreprises valorisant la communion du corps social, niant les conflits et finalement résolvant les tensions sociales (p. 177) mais aussi lorsqu'ils recourent aux registres sémantiques et symboliques du « péché » et du « mal » (p. 235).
- 7 Le septième chapitre envisage la rhétorique du discernement. L'auteur y défend l'idée selon laquelle les médias séculiers auraient progressivement remplacé les médias religieux en tant que pourvoyeurs de normativité culturelle et sociale. Une notion intéressante, bien que discutable, est mise en avant : celle de « fondamentalisme informationnel » (*informational fundamentalism*) qui désigne la prétention des journalistes professionnels à la factualité et à leur insistance sur l'objectivité. Il ne s'agit que d'une façade masquant l'impact social véritable et la fonction culturelle réelle des médias américains (pp. 265-266). Le chapitre se termine par un examen de la place marginale occupée par la religion dans les médias séculiers contemporains (pp. 296-304).
- 8 Le dernier chapitre rassemble les divers arguments avancés allant dans le sens de la reconnaissance d'une « interaction constructive et respectueuse » entre la société séculière et la face publique du religieux (pp. 311-312). Si ce livre a le mérite d'être extrêmement bien écrit et de nous apporter une solide connaissance des rapports entre le christianisme américain et les médias de masse, il n'en reste pas moins critiquable sur au moins deux points essentiels.
- 9 Le premier type de problème est d'ordre méthodologique. Si l'introduction et le premier chapitre laissent présager d'un traitement minutieux des relations entre les grandes dénominations chrétiennes américaines et les médias de masse, le lecteur est déçu par le résultat atteint dans les chapitres suivants. La principale raison en est que les concepts et les choix théoriques sont le plus souvent peu explicités. On en trouve une première illustration dans la définition on ne peut plus vague du terme « rhétorique » pourtant présent tout au long de l'ouvrage (p. 9). L'utilisation de la théorie de la communication et

de la culture de l'École (sociologique) de Chicago offre un second exemple de ce travers, dans la mesure où l'auteur ne prend ni la peine de détailler le contenu de cette théorie et de ses implications, ni même celle d'expliquer pourquoi cette théorie serait la plus pertinente pour appréhender l'objet de la recherche. Par ailleurs, les « études de cas » proposées sont discutables (p. 3). En effet, on ne trouve pas dans ce livre d'« études de cas » au sens où les sciences sociales l'entendent traditionnellement mais plutôt une série d'illustrations éparpillées qui, pour intéressantes qu'elles soient sur le plan anecdotique, soutiennent mal les propositions théoriques. À ce titre, le chapitre le plus décevant, probablement parce qu'il nous semble aussi être le plus prometteur, est le chapitre trois qui porte le projet de faire l'analyse de contenu de cinq périodiques chrétiens sur une période de cinquante ans (pp. 102-134). On ne trouve en effet aucune indication quant au nombre d'articles analysés ou quant à la méthode d'analyse qui aurait été employée.

- 10 Le second type de problème concerne le registre normatif parfois employé. On ne manquera pas en effet d'être étonné par le ton plus pamphlétaire qu'analytique dans le chapitre sept concernant le travail des journalistes professionnels des médias séculiers américains et leur prétendu « fondamentalisme informationnel » (pp. 276-289). Cette opinion ne saurait constituer une analyse en tant que telle de la réalité du travail des journalistes professionnels.
- 11 Dans l'ensemble, l'ouvrage de Q. Schultze laisse au lecteur le parfum d'amertume qui accompagne souvent le souvenir d'une promesse non tenue. En effet, l'introduction et le premier chapitre annoncent un programme de recherche fort intéressant et stimulant mais qui ne nous paraît pas avoir été mené à bien. Aussi pourrait-on lui reconnaître le mérite d'avoir lancé l'idée d'une analyse comparative du contenu de périodiques religieux sur une cinquantaine d'années et d'avoir suggéré l'analyse de la place accordée à la religion dans les médias de masse contemporains. Néanmoins, tout indique que ces deux analyses restent encore à accomplir.