

LA REVUE RÉFORMÉE

SOLI DEO GLORIA



LA COMMUNICATION

Jean-Paul BENOIT, Introduction.	1
Gérard BLANCHARD, Les hypothèses de Mac Luhan	3
Georges RICHARD-MOLARD, Les problèmes de l'information religieuse face à l'homme moderne.	9
Leighton FORD, Comment communiquer l'Evangile ?	19
M. MARQUARDT, La Radio, moyen de communication	28
André THOBOIS, La littérature chrétienne . .	45

LA REVUE RÉFORMÉE

REVUE THEOLOGIQUE ET PRATIQUE

à l'usage des fidèles, des conseillers presbytéraux et des pasteurs

publiée par la

SOCIÉTÉ CALVINISTE DE FRANCE

Avec la collaboration de pasteurs, docteurs et professeurs
des Églises réformées françaises et étrangères.

COMITÉ DE RÉDACTION

Jean CADIER — Pierre COURTHIAL

Pierre MARCEL — André SCHLEMMER — Richard STAUFFER

Avec la collaboration de Klaus BOCKMÜHL, J. G. H. HOFFMANN,

A.-G. MARTIN, Pierre PETIT, etc...

Directeur : Pierre MARCEL, D. Th.

Président de l'Association Internationale Réformée

Rédaction et commandes : 10, rue de Villars

78 - SAINT-GERMAIN-EN-LAYE (France)

ABONNEMENTS, ENVOIS DE FONDS ET DON se référer page 3 de la couverture

Franco de port et 15 % de réduction sur toute commande de numéros spéciaux
de « La Revue Réformée ». — Voir pages 3 et 4 de la couverture

Prix de ce numéro : **6 F.**

Nous serions reconnaissants à nos abonnés de bien vouloir régler sans tarder le
montant de l'abonnement 1970. Ils nous épargneront ainsi temps et argent. Merci.

— Les abonnements partent toujours du premier numéro de chaque
tome (année ordinaire).

— Tout abonnement qui n'est pas résilié au 31 décembre (par lettre
adressée à l'Administration de la Revue) est considéré comme valable
pour l'année suivante.

— Les abonnements doivent être réglés dans les trois premiers mois
de l'année. Les frais de rappel (1 F) sont à la charge des abonnés.

LA COMMUNICATION ?

Pourquoi ce fascicule ?

Voudrait-il sacrifier à la mode ? Que de questions fascinantes en ce domaine du langage et de linguistique ! Quel sens donner aux mots, aux symboles, aux mythes ? Comment aborder le fameux « dialogue » et ses pièges ? Comment écouter l'autre pour le connaître et le comprendre, afin de lui exprimer aussi par la langue ce qui nous brûle au cœur ? Le flot des paroles ou écrits nous inonde de partout, nous submerge ; comment y faire entendre notre petite voix ?

Depuis que des hommes « communiquent », ces problèmes furent toujours inquiétants. Et ils le restent aujourd'hui comme jamais, malgré la télévision, l'illustré et l'affiche, malgré la photo avec ou sans couleurs, en notre civilisation de l'image bien plus oppressive que le son et la voix.

*
**

Notre publication s'explique plus simplement. Et nous ne pouvons croire que seule la curiosité ou le « Hasard » nous y mena.

Voici !

En novembre 1969, des amis nous offrirent inopinément de mettre à notre disposition un quart d'heure d'Emission-Radio chaque soir, à 21 heures (sur Monte-Carlo et 205 mètres). Inestimable aubaine !

Au 1^{er} janvier 70, une poignée de « speakers » y prit son élan, point tellement novices en la matière mais tout tremblants. Car il s'agissait bien, par delà les distances de tous ordres et au milieu des flots de musique moderne ou de publicité, d'atteindre « l'homme de la rue », personnage mythique que l'on voit si rarement en nos pieuses assemblées. Problème passionnant et combien délicat !

Peu après, l'Institut Biblique de Lamorlaye (Oise) nous offrait d'organiser en ses locaux accueillants trois jours d'étude, en juin pour nous « recycler » (coutume si moderne). Et nous nous y trouvâmes près de cinquante !

Enfin la « Revue Réformée » nous ouvrit fraternellement ses pages.

Ce fascicule vous donne donc l'essentiel des études présentées, textes revus et corrigés, après nos discussions, par les auteurs eux-

mêmes. Que tous trouvent ici l'hommage de notre profonde reconnaissance pour ce grand labeur en commun.

Et puissiez-vous, ami lecteur, y trouver quelque aide en votre propre désir de mieux communiquer... votre foi.

*
**

Les thèses fracassantes de MAC LUHAN, fort critiquées par ailleurs, nous furent présentées par un spécialiste catholique, dont l'exposé et les tableaux audio-visuels nous passionnèrent (hélas que vous ne « verrez » pas ici).

Le pasteur Georges RICHARD-MOLARD, chargé de l'information à la Fédération Protestante n'a pas à être présenté. M. MARQUART s'occupe, en technicien averti, de la programmation en Allemagne des émissions évangéliques de « Trans World Radio ». Le professeur WINSTON est doyen de la nouvelle Faculté libre de Théologie évangélique de Vaux-sur-Seine. Le pasteur A. THOBOIS préside la Fédération des Eglises Baptistes de France.

*
**

En novembre 1970, un comité de 18 personnes représentatives, auxquelles d'autres pourront s'ajouter, a accepté de patronner toute l'affaire de nos émissions du soir à 21 heures. Une trentaine de « speakers » ou émetteurs évangéliques ont entendu et discuté, tout un jour, deux solides études très pratiques des pasteurs J. BLOCHER de Nogent et VAN DEN BROECK de Bruxelles.

On espère en publier bientôt l'essentiel. On décida d'organiser entre nos diverses émissions une sorte de banque d'échange fraternel de bandes enregistrées et de lancer en mai-juin une nouvelle rencontre de trois jours pour former de nouveaux speakers. On déplora la difficulté grave de trouver des chants (soli en particulier) où les paroles soient aisément d'abord discernées, puis comprises des auditeurs les plus ignorants. MM. J. BLOCHER, VAN DEN BROECK et BOULAGNON se chargèrent de centraliser ou développer tout ce ministère en commun.

Mais rien ne se fera de bon sans l'inspiration du Christ vivant. Nous vous demandons, ami lecteur, de la réclamer pour nous et avec nous.

L'ALLIANCE ÉVANGÉLIQUE FRANÇAISE.

La Revue Réformée est heureuse de publier ces suggestives études sur « La Communication ».

Ce fascicule paraît, hélas ! avec deux mois de retard. Ce contretemps n'est dû ni à la rédaction ni à notre imprimeur. Nous vous prions de bien vouloir, et très amicalement, l'excuser.

P. M.

LES HYPOTHÈSES DE MAC LUHAN

par Gérard BLANCHARD

de la Revue « Communication et Langages »
animateur du groupe de Recherche macluhénienne
pour les Rencontres de Lure 1969

Le sujet est particulièrement important pour nous croyants, parce qu'il pose très bien le problème de l'homme devant le monde contemporain, et en particulier ce qui semble caractériser ce monde, du moins aux yeux de MAC LUHAN, c'est-à-dire devant les « mass-media », les moyens (*medium* au singulier, *media* au pluriel) qui nous permettent de communiquer avec des masses.

MAC LUHAN est un universitaire, un homme formé pour l'enseignement, dans le sérail. Il était aux alentours des années 35, à Oxford, la célèbre Université anglaise. Puis, après sa thèse sur NASCH, un romancier élisabéthain, il est revenu au Canada avec l'espoir d'inculquer à ses étudiants l'amour de la littérature anglaise et de ses poètes préférés. C'est alors qu'il s'est trouvé en butte aux problèmes d'enseignement que nous connaissons tous ; au problème du contact avec les jeunes. Il a constaté que ce qui l'intéressait n'intéressait pas les jeunes, et il s'est mis, lui, professeur, à l'école des jeunes et à l'école de ce que les jeunes aiment, c'est-à-dire la télévision, la publicité, la radio, le cinéma, les bandes dessinées, les journaux, etc., toute une série d'expressions de culture qui met en cause notre culture traditionnelle, la sienne. Ils aiment ce qui est déconsidéré par notre culture savante.

MCLUHAN a donc commencé à projeter à ses élèves, hors des cours, quelques diapositives de publicité. Ce faisant il a essayé de prendre conscience de ce que pouvait être l'homme américain moderne ou le mal de cet homme américain à travers les publicités. Puis il a publié ses expériences dans un ouvrage illustré par ses diapositives et quelques autres. C'est « *Mechanical bride* » sur « *le folklore de l'homme industriel* ». On trouve dans ce livre une double présentation : d'une part le document, à droite, d'autre part le commentaire, la glose, à gauche. Chose très curieuse pour un

homme épris de langage, pour un homme extrêmement sensible aux mots, il a utilisé, lui-même, les formules de la publicité. Ce qui est intéressant, c'est que, par la publicité, il s'est trouvé de plain pied avec ses élèves mais qu'il a « fait fuir » les universitaires. Mieux, c'est à partir de ce moment-là que s'est déclanchée toute une cabale contre ou pour McLuhan, qui a fait l'objet d'un livre traduit et publié sous ce titre par « Le Seuil ». Il y a deux ans je crois il a fait un film pour la télévision, dans lequel on présente l'opinion de ses détracteurs et de ses amis. Quelques-uns disent : « Ce prof est cinglé » ; d'autres trouvent ses idées compliquées. Certains vont même jusqu'à prétendre que c'est un homme « haïssable », un « sociologue fantasque », le « grand prêtre de la culture pop », un « vulgarisateur dont il ne restera rien dans cinq ans ». Par contre, ses enthousiastes affirment qu'il a un style d'écriture « fantastique », tenant à la fois de la sophistication scolastique et de la phrase publicitaire, ou bien que « McLuhan est un homme qui sait lancer des slogans à la mode ; qu'il a un don particulier pour trouver des slogans ».

A quoi McLuhan, sur l'écran, répond que sa méthode est celle de « l'asticotage ». « J'ai tendance — dit-il — à employer des mots, des phrases qui gèlent les gens, qui les bouleversent. ». A propos d'un des titres qui a le plus fait bondir et réagir : « *Médium de massage* », il dit : « Ce titre est une taquinerie, une façon de capter l'attention ». Pour lui le médium attrape, agite, bouscule, « masse » les gens, un peu comme pour un entraînement de fond en gymnastique, ce qui nous fait penser à certaines phrases de saint Paul sur l'entraînement du stade. Le médium de notre temps, c'est la technologie électrique, qui va de l'ampoule et du téléphone à l'ordinateur, du « jet » et à l'énergie atomique, ce que McLuhan résume en disant : « Nous sommes passés de la galaxie Gutenberg à la galaxie Marconi, du monde de l'imprimerie à celui de l'électricité ».

Cet effort de massage, lorsque vous lirez McLuhan, bien que sa lecture n'en soit pas facile de bout en bout, c'est un effet de massage. L'effet cumulatif est tel qu'à la fin vous avez compris beaucoup mieux que si vous aviez écouté quelque chose de scientifiquement rigoureux. McLuhan se défend d'expliquer ; il explore, il jette des coups de sonde, dit-il. Il explore quoi ? Le XX^e siècle est celui de la technologie électrique ; cette technologie est en train de nous modifier. L'événement d'aujourd'hui c'est l'avènement de la télévision. Tandis que l'attitude universitaire est celle du chercheur, de celui qui prend du recul par rapport à l'objet qu'il étudie, ce fait de sonder l'environnement contemporain ne suppose d'ailleurs de la part de McLuhan ni adhésion ni approbation. Il constate.

Avec un de mes amis, nous avons émis une hypothèse de travail : tout compte fait, la méthode qu'il utilise est la méthode des jésuites en Chine, celle qui consiste à se faire chinois avec les

chinois : non pas à adopter la croyance des chinois, mais au moins à se vêtir à la chinoise, à adopter un certain nombre de comportements chinois, de façon à être proche de ceux que l'on veut évangéliser. « Un grand nombre de choses, dit McLUHAN, me semblent parfaitement irritantes ; c'est ce qui me pousse à les analyser. Je trouve ces choses exaspérantes, troublantes pour ma tranquillité d'esprit. Mais c'est cette réflexion sur des choses irritantes et leurs effets qui me font faire des découvertes. »

Qu'est-ce qu'il découvre ?

1. — Que l'on avance en général vers l'avenir « les yeux fixés sur le rétroviseur », c'est-à-dire sur le passé ; il cite en exemple (et on pourrait extrapoler pour la France) ces banlieusards américains qui se croient encore dans le Far-West des années 1850, celui des Cartright de la télévision.

2. — Que nous revivons la mentalité du village global, tribal, conscient, grâce à l'information électronique instantanée. En effet « l'information électronique instantanée nous met en rapport les uns avec les autres, et fait de la planète une espèce d'immense village ». Il y a agglutinement des hommes les uns sur les autres ; il y a une nouvelle continuité.

3. — Que la valorisation du travail en équipe par rapport au travail individuel des spécialistes isolés remet en question notre notion de vie privée qui tend à devenir une vie sociale.

4. — Il découvre le rôle de cette université parallèle qu'est la publicité et la télévision. « L'enfant actuel, dit-il, est éduqué, il est « massé » selon mon expression, par la télévision. L'enseignement ? Un enfant estime qu'en allant à l'école il est dans une certaine mesure en train d'interrompre ses études. »

Voilà le genre d'affirmations que M. McLUHAN lance dans le public et qui fait vraiment sur notre cerveau l'effet d'un gant de crin, qui nous force à réfléchir sur des choses parfois plus évidentes qu'elles ne paraissent au premier abord. Notre système d'éducation est en crise (et M. McLUHAN, professeur, sait ce dont il parle) parce que nous ne savons pas comment arrêter l'écoulement continu d'information à sens unique qui se déverse sur le pauvre étudiant sans défense.

5. — McLUHAN découvre encore que le développement d'un nouveau « médium » change l'idée que nous nous faisons de notre corps. La télévision couleuvre change notre perception sensorielle. Nous sommes en période de mutation, en période de révolution sensorielle, et nous le verrons tout à l'heure¹. Les médias, c'est-à-

¹ M. BLANCHART projeta, après son exposé, un montage sonorisé de diapositives qui sur deux écrans reprenait, visuellement, son exposé.

dire les techniques de communication ou de télé-communication nous prolongent ; par exemple M. McLUHAN montre par une image comment le pied est prolongé par la roue d'abord, puis par la voiture ; il montre que le livre est le prolongement de l'œil ; il y insiste longuement. La peau est prolongée par les vêtements ou par la cité (environnement urbain), et le système nerveux, lui, a les configurations des circuits électriques. Privilégier un sens parmi les sens amène un changement d'environnement, donc des hommes. L'humanité est ainsi passée successivement de l'oreille et des cultures orales à l'œil, de la culture de « galaxie Gutenberg » c'est-à-dire du privilège du livre, à celle du cerveau qui est notre époque.

6. — McLUHAN considère l'environnement comme un art. « Une bonne façon de savoir qu'il y a des changements dans notre environnement est de regarder les changements de style dans les arts. Le « Pop-art », par exemple, est un bon exemple de l'impact de la télévision. »

McLUHAN nous dit que la seule forme d'art qui nous reste est notre propre environnement naturel. Voici une autre citation : « Les chances que nous avons de comprendre quoi que ce soit à notre époque sont très faibles, sauf à travers les média ou ce que nous proposent les artistes, parce que les artistes vivent dans le présent ». Cela aussi va *a contrario* d'une idée reçue, celle qui tend à montrer que les artistes voient dans l'avenir. L'environnement devient notre forme d'art. Or il est créé par les média. Art et culture deviennent nos grandes entreprises, et ceci détruit les barrières entre culture et affaires.

7. — L'humour en tant que moyen de communication. Il s'agit là vraiment d'une pierre d'achoppement, en particulier pour les universitaires français. C'est l'utilisation de cet humour, non son signe, qui est celui de Lewis CAROL, très typique de l'humour anglo-saxon. Il semble qu'un certain nombre d'auteurs contemporains pratiquent cet humour noir : « L'humour, la blague, le non-sens sont la revendication de l'esprit brimé » dit McLUHAN.

8. — Le vêtement comme moyen de communication. Le vêtement différencie et indique les rôles : par exemple la perruque du juge dans une cour anglaise, ou l'uniforme chez les jeunes gens qui rêvent d'assumer les rôles.

9. — La télévision pousse l'occidental à regarder en lui-même mais le pousse aussi à une participation collective. Il cite en exemple l'élection du président KENNEDY, le premier « président T.V. » et aussi ses funérailles télévisées, qui établissaient une participation mondiale immédiate.

10. — La ville, avec sa gare triste en béton, née du chemin de fer, la ville que nous connaissons, la ville dans laquelle nous sommes. A l'heure actuelle l'automobile étend cette ville : il n'y a

qu'à voir les gens aller en grande banlieue et même nettement plus loin pour faire leurs achats dans les hypermarchés. Et déjà l'avion efface les routes et effacera les grandes villes.

11. — Une autre grande idée de McLuhan c'est l'idée du discontinu. Les messages subissant l'influence de l'environnement guttembergien ont été mis « en ligne » en un déroulement qui rappelle celui d'un défilé militaire et aussi celui de la logique cartésienne. On suit un fil conducteur ; toute interruption de ce fil conducteur est considérée comme une digression ou comme une insulte à l'esprit de ceux qui écoutent. C'est du moins ce réflexe qu'a élaboré la culture classique, culture véhiculée par l'imprimerie, donc par Gutenberg. Aujourd'hui ces messages continus, linéaires, ce fil des messages sont du passé. A l'heure actuelle seule la publicité semble le savoir ; elle sait par exemple qu'un dessin jeté est plus efficace qu'une annonce achevée. La forme incomplète réclame une plus grande participation de l'intéressé, une forme léchée, académique. La publicité à la télévision a « conditionné » les gens à recevoir une série d'images sans narration discursive. Au fur et à mesure que les gens revoient les mêmes choses, ces choses leur deviennent familières et ils les acceptent telles quelles, alors que le message ne passe plus. La valeur de divertissement de la publicité, la valeur « ludique », si vous voulez, de la publicité devient alors très grande.

Voici quelques idées, quelques-uns des « massages » que McLuhan donne dans ses livres, en particulier au sujet de la « galaxie Gutenberg » où il analyse cette espèce de phénomène qui montre bien que la culture orale, la culture tribale, la culture ancienne, la culture primitive, la culture discréditée s'est organisée avec l'adoption de l'alphabet latin, ses 24 lettres commutables, puis par le perfectionnement que l'imprimerie apporta à cet alphabet.

Mais la diffusion de l'imprimé, au début, n'est rien. Elle s'aligne grosso modo sur la production des anciens copistes et des universités médiévales. Lorsqu'on tirait un livre à 2.000 exemplaires, c'était vraiment un très gros tirage. Or qu'est-ce que 2.000 exemplaires à l'heure actuelle ? Il a fallu attendre le XIX^e siècle pour que l'incidence machiniste sur l'invention de Gutenberg pousse au développement et, grâce aux moyens de communication au sens étroit, c'est-à-dire la diligence puis le chemin de fer, etc..., permette aux messages, aux livres, d'être véhiculés, transportés, exportés, etc... Voilà un certain nombre d'idées concernant la « galaxie Gutenberg » qui résume bien mal un fort gros livre.

Dans son analyse pour comprendre l'immédiat (son livre suivant, qui était déjà amorcé dans son livre sur la galaxie Gutenberg) McLuhan montre bien que dans notre environnement technologique différent, les messages se bousculent tellement que les canaux de distribution deviennent plus importants que les messages eux-mêmes. On nous a toujours appris dans la culture classique

que ce qui importait c'étaient les idées, les messages. Eh bien ! McLuhan pense que nous sommes aujourd'hui livrés à un tel brassage, à un tel maelstrom pour reprendre une de ses expressions, que c'est le maelstrom qui compte. Et il est significatif de voir que cette image du Maelstrom est empruntée à Edgard Poe : Vous vous rappelez l'histoire du marin entraîné dans un tourbillon sans fin en son bateau pris dans ce tourbillon, et réalisant d'une façon extrêmement lucide, accélérant ses processus de pensée parce que sa survie était en jeu, voyant que son bateau allait se raboter et s'ouvrir sur le fond du gouffre alors que des objets beaucoup plus légers, des tonneaux, étaient rejetés vers l'extérieur sans toucher au fond. Alors il abandonne son bateau, qui lui paraissait pourtant plus sûr, pour se jeter sur un tonnelet qui passait à proximité. Il s'est ainsi sauvé. Je crois que c'est l'image qui devrait émerger de l'ensemble du « massage » que nous subissons, parce que finalement c'est ce qui importe aux yeux de McLuhan : s'accrocher à ces fétus de paille qui tourbillonnent et nous paraissent si inconsistants, si peu de chose, si légers comme la télévision, comme la publicité, etc... Et c'est avec ces moyens que nous sortirons de ce maelstrom de perdition.

Voilà brièvement indiqué quelques-unes des lignes de force de l'œuvre de McLuhan : Une simple ouverture qui ne remplace nullement la lecture de ces livres qui sont, aujourd'hui, pour la plupart, traduits en français (Galaxie Gutenberg, Pour comprendre les médias, Message et massage, Mutations 1970, McLuhan : pour ou contre).

LES PROBLÈMES DE L'INFORMATION RELIGIEUSE FACE A L'HOMME MODERNE

par Georges RICHARD-MOLARD ⁽¹⁾

C'est un privilège pour moi de travailler dans l'Information et je considère cette charge comme un *ministère*. C'est également une tâche difficile parce que le « produit » n'est jamais satisfaisant...

C'est à cause de cela que je puis prétendre dire quelques mots sur le problème de l'information religieuse face à l'homme moderne.

Voici le plan que je m'efforcerai de suivre :

- 1° Y a-t-il une information religieuse ?
- 2° Qu'est-ce aujourd'hui que ce phénomène moderne de l'Information ?
- 3° Le chrétien peut-il en être partie prenante ?
- 4° Qu'est-ce que Jésus-Christ peut nous dire dans ce domaine ?

I

— Tout d'abord deux difficultés dont je ne tiendrai pas assez compte dans les limites imparties à cet exposé :

¹ Directeur de l'Information à la Fédération Protestante de France, Secrétaire exécutif du Département de l'Information, Président de l'Association nationale professionnelle des informateurs religieux de la presse française, collabore à une trentaine de journaux et revues, français et étrangers, auteur d'une dizaine d'ouvrages. A été pasteur d'une paroisse ouvrière du Nord, avant de créer le premiers Centre français de formation de laïcs et une revue : « Les Cahiers de Nouvion ». Travaille dans l'information aux niveaux national et international, depuis douze ans.

a) l'infinie variété des « milieux », problème capital, en soi.

b) la pensée théologique de l'informateur sur l'Eglise et sur le monde. Il est évident que si on veut « communiquer » cela doit être le fruit d'une conviction religieuse fondée sur une théologie.

Ceci dit, existe-t-il une information religieuse ?

Il me semble que l'association de ces deux termes est une source de confusion. Nous savons, en effet, que la communauté chrétienne n'est pas le lieu où l'on professe une « religion », encore moins une philosophie. C'est le lieu d'un peuple en marche s'efforçant de signifier une vie, la VIE de Jésus-Christ. Or, dans la mesure où la communauté chrétienne « informe » ses fidèles par les moyens qui sont mis à sa disposition, on doit s'interroger sur la motivation de son information. Je répondrais rapidement qu'elle prolonge et commente ainsi la communication, essentielle à la communion des saints et à l'édification du Corps, assumée par la prédication. D'ailleurs, la communauté chrétienne a toujours usé, en plus de la prédication, de moyens de communication. Pensons, dans le passé, au rôle des troubadours, des colporteurs, aux « mystères » joués sur le parvis des cathédrales, aux vitraux, aux enluminures...

Aujourd'hui, la communauté chrétienne peut disposer de moyens extraordinaires et elle en use, avec plus ou moins de faveur, *pour sa propre formation*. Dans ce cas, afin d'éliminer quelque ambiguïté, je dirais de façon abrupte et sans nuance, que la Communauté ne fait pas vraiment de l'Information entrant dans le cadre de ce phénomène moderne. Elle assume un autre ministère, lui aussi essentiel, qui est celui de la formulation évangélique en vue de *sa propre édification*. Il n'est donc pas question d'apprécier ici la qualité de cette formation qui s'insère dans le cadre du rassemblement de la communauté chrétienne et dépend de la valeur spirituelle du formateur et des destinataires.

On peut donc se demander si les chrétiens, formés dans leur communauté puis dispersés dans leurs lieux de travail, leurs familles ou ailleurs, sont appelés aujourd'hui à donner de l'information religieuse. Je répondrais ici par la négative car, une fois encore, ce n'est pas une religion que nous avons à proclamer mais une VIE.

Faut-il alors une information ecclésiastique ? Je répondrais ici ni par l'affirmative ni par la négative, car cela dépend des destinataires. S'ils sont membres fidèles d'une communauté, alors cette information, aussi globale et universelle que possible, est nécessaire. Elle l'est pour la découverte par chacun de l'universalité de l'Eglise, de sa mission globale, de son cheminement dans l'histoire humaine... Mais, ici même, c'est une information intégrée dans une formation.

En revanche, si les destinataires sont hors de la communauté chrétienne, détachés ou hostiles, cette information-là présente de

réels dangers. La tentation constante du journaliste, parlé ou écrit, est de « faire choc », de donner du « spectaculaire » afin d'être reçu, entendu et, trop souvent, vendu ! Qu'il soit à la radio, à la télévision ou dans la presse, tout journaliste veut que son information « passe ». Il est donc tenté de présenter la vie de l'Eglise comme il présenterait un produit quelconque, tout en s'adressant à des gens qui ignorent tout du mystère et du pourquoi de l'Eglise. Il risque donc de donner un contre-témoignage et non un témoignage de Jésus-Christ. Ne sommes-nous pas, nous protestants, souvent heurtés par les informations spectaculaires données sur l'Eglise romaine, sur les voyages du pape, sur les cailloux lancés en Sardaigne sur sa voiture ? Qu'importent, ces choses-là ! Or, je pense que nous aussi tombons souvent dans le même travers et qu'il est difficile de l'éviter parce que nous vivons dans le monde et que, précisément, nous faisons de l'information... A la question : Peut-on donner une information ecclésiastique ? il faut donc répondre avec prudence et, lorsqu'on en donne, demeurer extrêmement vigilant.

— Dans le monde qu'est le nôtre, les chrétiens sont-ils appelés à cette charge de l'information ? Là, je répondrais par l'affirmative, sans la moindre hésitation. Je dirais même qu'il s'agit là d'un véritable impératif pour la communauté chrétienne de notre temps. Un impératif fondé d'abord sur la nature même de l'Eglise qui est « communauté missionnaire » ou n'est pas ; fondé aussi sur ce phénomène information qui est, qu'on le veuille ou non, une des données majeures de notre société. En un mot, l'Eglise doit entrer dans ce phénomène moderne avec, bien entendu, des hommes hautement qualifiés.

Seulement, les informateurs chrétiens doivent d'abord se convaincre qu'il n'y a pas, pour le peuple de Dieu, d'événements chrétiens et d'événements profanes mais que tous les événements sont insérés dans la trame d'une histoire conduite par Celui qui est Chef de l'Eglise et Seigneur du monde ; Celui auquel rien de ce monde, pour lequel il s'est donné, n'est indifférent. Ainsi la charge de l'informateur chrétien devient-elle un authentique ministère que l'apôtre Paul aurait certainement ajouté à la liste qu'il donne dans ses épîtres, s'il avait vécu maintenant. C'est un ministère « d'envoyés » pour aider l'Eglise et ses fidèles à entendre ce que Dieu leur dit à travers les événements de leur temps et, d'autre part, pour sensibiliser tout homme à la vie du monde et de l'Eglise afin d'ouvrir son esprit et de l'aider à découvrir la Vérité.

Cela, bien entendu, l'informateur chrétien doit le réaliser le moins imparfaitement possible, avec autant de conscience professionnelle qu'un informateur athée et en toute humilité ; comme un homme qui a la conviction intime de l'aboutissement de l'histoire.

Il serait donc urgent que les responsables ecclésiastiques prennent conscience de ce que ce ministère a d'essentiel et que, de tou-

te manière, il n'élimine ni ne supprime les autres ministères de l'Eglise : il les complète seulement. Il est temps que ces responsables en finissent de confondre — parfois volontairement — ces hommes et ces femmes chargés d'une mission périlleuse avec les pirates d'une certaine presse qui encombrant la profession.

II

Quels sont donc les dangers, les chances et les caractéristiques du phénomène *information* ?

Ici, il est nécessaire de se convaincre qu'on ne saurait revenir en arrière. Un ami me disait dernièrement qu'il fallait supprimer la télévision ! C'est touchant mais simplement stupide. Car, après son invention, il y a eu de constants progrès, deux chaînes, chaîne couleur, télévision relief et pourquoi pas bientôt, grand écran avec odeurs ? Tel est le redoutable mais irréversible « progrès » technique : on n'y peut rien changer. Le phénomène information existe, c'est un fait. On peut certes dire que c'est dommage, que c'est un envahissement, mais on ne peut prétendre le modifier, en changer le cours... qu'en y entrant dedans.

C'est une évidence que l'information est torrentielle, qu'on en est submergé au point qu'elle en devient insignifiante. Mais c'est une donnée cruciale du monde moderne et de son évolution technico-scientifique car c'est elle, à la fois, qui accroît cette évolution, qui l'accélère et qui en est un des produits.

En revanche, elle est — ou peut être — aussi le seul et dernier grand moyen permettant à l'humanité de demeurer humaine, lui donnant de trouver un certain équilibre et une sorte d'unité, lui offrant enfin d'entendre la Bonne Nouvelle de la totale libération en Jésus-Christ. Autant c'est puéril de condamner, en bloc, l'information, autant c'est exaltant d'essayer de s'en servir pour aider les hommes à être encore des hommes, dans le monde qui est ce qu'il est.

Dans une remarquable enquête, il a été écrit : « ...La communication est l'action de rendre une chose commune pour autrui ; c'est le processus par lequel des significations sont transmises entre des personnes et des générations. Il fut un temps où la communication sociale, nécessaire d'ailleurs, était réduite à un secteur géographique limité. Aujourd'hui, toute l'humanité est solidaire et les moyens de communication sociale sont miraculeusement adaptés à cette solidarité planétaire en même temps qu'ils contribuent — ou peuvent contribuer — à rendre cette solidarité effective en aidant à une sorte de croissance harmonieuse de l'humanité... »

Nous voyons ici se dessiner les dangers et les chances de l'Information. Son pouvoir est pratiquement sans limite. Ce qui, au

XIX^e siècle était devenu une accession à la liberté, relative d'ailleurs, s'est mué progressivement en un besoin ou une manie chez certains, voire en une aliénation inconsciente de nos esprits par la pression psychologique que l'information dirigée a la puissance d'exercer. Lorsque les téléspectateurs voient quelques « flasches », en noir ou en couleur, sur l'Afrique, sur la recherche scientifique ou sur l'Eglise, l'information est à la fois insignifiante et possessive. L'homme de la rue, le commerçant ou même l'intellectuel, n'en savent pas davantage mais ils croient savoir. D'une certaine façon, ils sont vaccinés. Nous devons souffrir de cette superficialité, de cet anonymat — et c'est grave dans la perspective évangélique — de cette immédiateté non réfléchie, de cette facile séduction technique au dépens de l'épaisseur humaine et de la réalité de la personne. C'est, en effet, la facilité offerte au grand public, à l'homme fatigué par sa journée de travail. Le soir, il regarde passivement sa « télé », avec au besoin son verre et son paquet de « gauloises », il ne fait plus aucun effort et refuse de lire quoi que ce soit, serait-ce un journal et, à bien plus forte raison, ce qui pourrait nourrir son esprit ou son cœur ; il répugne au contact de son prochain car il en a assez vu durant la journée. au bureau, à l'atelier, dans la rue, le métro ou le bus... On l'a fait ainsi, au point que certains producteurs lucides de la télévision n'hésitent pas à dire qu'elle peut être un moyen de dégradation culturelle.

Les dangers sont donc immenses, mais c'est dans la mesure où on cerne le négatif d'un fait que les chances positives apparaissent dans leur totalité. Si les chrétiens ont vraiment compris ce que signifie : « vous êtes le sel de la terre,... » et si l'information est une chance, malgré ses dangers, c'est donc le lieu par excellence où ils doivent travailler aujourd'hui.

La société de demain ne se fera pas sans l'information sous toutes ses formes, et cette information sera ce que les chrétiens l'auront laissé être.

III

— Comment les chrétiens peuvent-ils en être partie prenante ?

Je soulèverai d'abord deux questions auxquelles on peut répondre différemment de moi, ...à condition qu'on y réponde !

a) la liberté existe-t-elle dans l'information ? Sinon, les chrétiens ont-ils le droit, en conscience, d'y entrer ? C'est certain, la presse, la radio, la télévision, le cinéma, les agences de relations publiques, etc., sont généralement entre les mains des puissances politiques, économiques, financières, idéologiques ou ecclésiastiques.

Je pense, personnellement, que dans tous les domaines de la vie il y a des choix à faire; ici, comme ailleurs, le chrétien est placé devant deux solutions : le cloître ou l'engagement risqué ! S'il choisit l'engagement, alors il doit accepter de communier aux souffrances du Christ. Je pense donc qu'on ne peut « signifier » dans ce monde le Royaume de Dieu et Sa Justice qu'en risquant de vivre dans la jungle de ce monde et, en l'occurrence, de l'information. Il faut y être présent. Il est trop facile de s'en exclure, par souci de pureté personnelle. Car, en fait, la liberté n'existe nulle part. Pas plus dans les chaînes privées de radio et de télévision qu'à l'ORTF, pas plus dans la grande presse du siècle que dans les presses régionales ou confessionnelles... Partout, les pressions financières ou simplement commerciales, le poids de l'indispensable publicité pour la rentabilité, la susceptibilité des lecteurs, font de l'absolue liberté un mythe.

b) l'informateur chrétien doit-il sensibiliser l'Eglise au monde, ou bien le monde à l'Eglise ? Il s'agit d'une question fondamentale, du rapport Eglise-Monde qui est toujours sous-tendu par des positions théologiques diverses et parfois opposées. Nous traversons en ce moment, dans ce domaine, une période délicate, vous le savez. Pourtant, nous avons été, vous et moi, bénéficiaires d'un extraordinaire renouveau biblique au début de ce siècle grâce à des hommes qui avaient conservé l'essentiel et croyaient toujours à la seule autorité de l'Ecriture et à la souveraineté de Jésus-Christ. Nous avons également redécouvert la totale Seigneurie du Christ sur le monde « tant aimé de son Père ». L'Eglise nous est apparue à la fois comme universelle et comme réalité missionnaire locale, mêlée à ce monde. Seulement, de ces vérités fondamentales il fallait déboucher sur une application pratique et vécue; or, ce sont toujours là que se situent les moments difficiles de la communauté chrétienne, les hauts et les bas de son histoire. Il est toujours admirable d'admettre théoriquement une Vérité, mais la vivre concrètement est infiniment plus laborieux; et c'est pourtant cela que le Seigneur attend de Son peuple.

Et voici que c'est à cette heure-là de l'histoire que l'évolution technico-scientifique est venue bouleverser les esprits et les cœurs, démolir d'anciens tabous, détruire d'anciennes valeurs,.. remettre toute chose en question. Alors, les uns ne débouchant pas et constatant l'échec de certains moyens séculaires de témoignage (ou de communication) se sont réfugiés dans un système théologique clos, dans une arthodoxie de purs qui frise souvent le paternalisme et l'abandon. Les autres, ne débouchant pas davantage, ont, en se fondant sur les données politiques, sociologiques, idéologiques ou philosophiques en cours, légitimé une attitude que l'on pourrait qualifier de néo-libérale. Je schématise à l'extrême, mais tel est bien, à mon sens, le croquis approximatif de ces deux attitudes...

Aussi, me semble-t-il très urgent pour la réflexion et l'action

actuelles de la communauté chrétienne, d'opérer une symbiose entre la pensée et la vie. Dans le domaine de l'Information, nous avons à jouer plus que dans tout autre domaine ; c'est, en tout cas, un de ceux où la mise à l'écart des uns n'est qu'une fuite et où l'attitude des autres — s'ils n'ont aucune spécificité chrétienne comme on l'entend dire mais font tout de même une information « chrétienne » — est une duperie.

En bref, c'est une fausse question de se demander qui doit être sensibilisé, car ce à quoi il faut tendre, est de sensibiliser tout homme, croyant ou non, toute collectivité, religieuse ou profane, aux réalités dernières et ceci de la même façon.

Par ailleurs, si la place des chrétiens dans l'Information pose beaucoup de questions, elle risque aussi d'amorcer quelques révisions déchirantes. Sur le plan pratique, il faut savoir qu'une partie de la presse écrite est très menacée et que celle-ci ne « tient » que grâce à un danger plus grand qu'elle : la publicité. Voici un chiffre symbolique : des 42 hebdomadaires fondés à la Libération de la France, il n'en reste que 2. Il s'en est certes fondé d'autres depuis mais parfois pour un, deux ans ou six mois ! Il en va de même pour les maisons d'édition, mais c'est généralement au bénéfice de concentrations et, bien entendu, d'uniformisation ! Il est triste de dire que l'avenir semble appartenir aux chaînes commerciales de télévision et aussi aux journaux faciles et scabreux. Ce sont eux, en tout cas, qui ont de loin, les plus forts tirages... La presse et l'édition sont donc menacées, quant aux chrétiens, protestants ou catholiques, serait-il dérisoire de dénombrer ici le nombre de feuilles qu'ils publient (souvent sans hommes et sans argent) et surtout... d'énoncer les tirages ridicules de la plupart d'entre elles. Malgré les constants artifices — et parfois bluff — pour essayer de survivre, il est patent que cette presse confessionnelle n'atteint pas le grand public et, par conséquent, ne rend pas témoignage à Jésus-Christ. Ces allégations nécessiteraient certes des nuances mais, dans la mesure où les chrétiens d'un même pays et d'une même confession ne sont pas capables de mettre en commun leurs ressources techniques, de coordonner leurs efforts afin d'atteindre davantage de lecteurs (alors que ces efforts techniques et d'ouvertures devraient déjà se faire au niveau continental), on peut se demander si cette presse confessionnelle tiendra le coup dans les années à venir, au plan simplement financier. On objectera que ce problème n'est pas premier et que, par nature, l'Eglise doit être pauvre. Je veux bien, à condition toutefois que ce ne soit pas l'alibi si souvent avancé pour camoufler l'incohérence et le gaspillage de l'information religieuse, alors qu'on voit récolter des sommes considérables pour téléviser Billy GRAHAM parlant dans trente villes européennes à la fois.

Il semble souvent que, dans ce domaine, les chrétiens avancent à reculons.

Il est curieux de constater que l'Eglise romaine, si lente à abandonner ses monopoles, qui a conservé ses écoles, ses partis politiques, ses syndicats... ait eu tant de peine à entrer, elle aussi, dans le phénomène information pour finalement y devenir une puissance, alors que le protestantisme, fidèle à sa vocation, ait lesté ses écoles, ses universités etc., sauf sa presse... ! Je ne souhaite certes pas qu'il la supprime mais, au moins, que les hommes en place acceptent de la rendre un peu plus efficace en lestant leurs propres privilèges et leurs vues étriquées des choses. Ceci dit, on doit finalement se poser la seule grande question de ce paragraphe : la place des journalistes chrétiens n'est-elle pas, avant tout, aux avant-postes de l'Information ? C'est-à-dire dans les moyens modernes de communication sociale de ce monde où, de plus en plus, des postes leur sont offerts.

Pour ma part et sans hésitation, je réponds affirmativement. Mais, dans ce cas — déjà réel pour quelques-uns — la communauté chrétienne doit se savoir *responsable* de ces « envoyés » chargés de mission ; elle doit subvenir à leur préparation professionnelle et veiller à leur ressourcement spirituel.

IV

Qu'est-ce que Jésus-Christ peut nous dire ?

Jésus est, pour moi, le grand « Informateur » de tous les temps. Il est l'incarnation même de la « communication » dans ses paroles, ses miracles, ses actes, sa mort et sa résurrection. Il n'a évidemment pas usé des moyens de communication dont nous pouvons disposer, mais il n'a pas davantage « prêché » au sens que nous donnons souvent à ce terme. Il s'est essentiellement servi d'histoires banales, d'images profanes et de faits divers accessibles aux plus humbles, pour « signifier » le Royaume et sa Justice, pour en donner concrètement les prémices, pour manifester l'inauguration de ce Royaume par sa mort et sa résurrection. Vivant, d'une part, avec un groupe « d'informateurs » (les Douze) et, d'autre part, au milieu des croyants et des incroyants, il s'est efforcé de « communiquer » (avec d'ailleurs plus ou moins de succès) ce qu'Il croyait et ce qu'Il était. Sa communication était à la fois publique et cachée, en ce sens qu'il ne contraignait jamais personne. Toutes ses communications débouchaient sur une ouverture (La Samaritaine ou Zachée), sur un paradoxe (l'économe infidèle ou le juge inique), ou sur une interrogation (Césarée de Philippe ou Nicodème), destinés à amener l'interlocuteur à une décision secrète et à la découverte du Seigneur-Sauveur qu'Il était et qu'il est.

Mais Jésus n'est pas seulement le « modèle » de l'Informateur

moderne, il en est surtout l'inspirateur. Il est la seule *autorité* effective à laquelle le journaliste chrétien doit absolument se soumettre en son for intérieur. Il est la Parole de Dieu que le journaliste doit recevoir personnellement et communautairement. A partir de là, il ne se transforme pas en théologien ou en évangéliste, mais il devient un informateur chrétien, chargé d'un ministère précis pour les hommes de ce monde moderne.

Cela lui demande d'abord de faire tout ce qui est en son pouvoir pour exercer avec compétence ce métier écartelant afin d'être au moins aussi valable professionnellement que les journalistes athées. Mais cela lui donne aussi l'avantage redoutable de savoir pourquoi il informe, alors que la plupart des journalistes ne le savent pas. Le journaliste chrétien sait qu'en informant, il contribue à sauver l'information d'elle-même. C'est bien pourquoi un spécialiste engagé a pu écrire : « ...l'Eglise se doit de recourir, plus encore que toute société, à l'information car cette communauté sait que la communication est fondamentale à son existence même et essentielle à l'évolution de la société.

L'information moderne pour le chrétien n'est pas une concession au monde mais le tissu même de la communauté ecclésiale. Dès lors, l'information a un rôle éminent, non plus seulement auprès des aristocrates de la religion mais d'abord envers l'homme le plus misérable, le prochain dont le cercle s'élargit sans cesse. Et ceci, par les moyens les plus adéquats qui sont aujourd'hui, d'abord, l'image animée, le son, les symboles écrits... Le journaliste chrétien est une sorte de missionnaire moderne soumis à l'unique autorité de la Parole ; ni le pouvoir civil ni le pouvoir ecclésiastique ne peuvent s'arroger le droit de diriger ou d'orienter son information. Seule, la communauté des frères peut, de temps en temps, faire le point avec lui... »

Si on se convainc que l'Eglise est un peuple en marche dont la vocation est liée à la marche en avant de l'humanité tout entière, si on se persuade que l'Eglise est nécessairement dans le monde, ceci implique pour le journaliste chrétien que toutes ses informations, nouvelles ou commentaires soient marqués par la fin eschatologique de l'histoire, c'est-à-dire par la dynamique d'une Espérance se vivant aujourd'hui. Par conséquent ces informations ne sont pas un acte intérieur à l'Eglise mais un seul et même acte, car la communauté chrétienne, comme la Parole de Dieu, sont insérées et non juxtaposées dans ce monde. Et ceci, de telle sorte que le journaliste chrétien ne considère pas la relation Eglise-Monde comme autoritaire de sa conduite ou déterminante.

Pour résumer cet exposé et, particulièrement, ce dernier point, je dirais que la vision de la Parousie est prépondérante pour l'informateur chrétien. Les événements du moment n'ont de valeur, ne feront spirituellement « choc », que s'ils sont relatés et reçus com-

me des touches de la marche en avant et non comme des objets immobiles dénués de sens.

Enfin, et ce sera mon dernier mot, le monde dans lequel l'Eglise n'est pas exilée mais insérée, se présente comme une série d'appels auxquels des réponses, soumises *secrètement* à la Parole de Dieu, peuvent être données par toute la gamme des styles et des formes de l'Information générale. Nouvelles parfois toutes petites, mais toujours conçues dans l'Espérance révélée par l'apôtre Paul lorsqu'il écrit : « Toute la création attend avec un ardent désir la révélation des fils de Dieu ; elle souffre les douleurs de l'enfantement en attendant l'adoption... »



AU SOMMAIRE DU PROCHAIN NUMÉRO

Le débat suédois sur le ministère pastoral de la femme. Extrait du « Rapport de la Commission biblique désignée par l'Episcopat luthérien suédois : « Compréhension et Usage de la Bible ».

Jean de SAVIGNAC, *Une réédition du « De Clementia » de Jean CALVIN.*

Pierre BOURGUET, *Faut-il « accommoder la religion ? »*

Bibliographie.

COMMENT COMMUNIQUER L'ÉVANGILE ?

par le Dr, Leighton FORD.

Lisons dans l'Évangile selon saint Jean, au chapitre 20, les versets 19 à 23 :

« Le soir de ce jour, qui était le premier de la semaine, les portes du lieu où se trouvaient les disciples étant fermées à cause de la crainte qu'ils avaient des Juifs, Jésus vint, se présenta au milieu d'eux et leur dit : *« La paix soit avec vous »* ; et quand il eut dit cela, il leur montra ses mains et son côté. Les disciples furent dans la joie en voyant le Seigneur. Jésus leur dit à nouveau : *« La paix soit avec vous. Comme le Père m'a envoyé, moi aussi je vous envoie »*. Après ces paroles, il souffla sur eux et leur dit : *« Recevez le Saint-Esprit. Ceux à qui vous pardonnerez les péchés, ils leur seront pardonnés et ceux à qui vous les retiendrez, ils leur seront retenus »*.

Est-ce que nous pourrions prier ensemble : « Oh ! notre Dieu, nous savons que le Verbe était avec toi dès le commencement. Tu es le Dieu qui parle. Tu as parlé dans l'histoire, en particulier par Jésus-Christ, notre Seigneur. Tu as parlé dans l'Écriture et dans nos vies. Tu as parlé par le Saint-Esprit. Parle-nous par ta Parole, aujourd'hui. Dirige-nous, aide-nous à comprendre comment communiquer Jésus-Christ dans les années qui viennent, pour l'amour de Jésus-Christ. Amen ».

Je crois qu'en ce qui concerne la prédication de l'Évangile dans le monde, nous avons des signes d'espérance visibles aujourd'hui. Nous connaissons bien des problèmes, mais aussi des indications très positives, pleines d'espoir, ainsi ce mouvement de l'évangélisation « en profondeur » ou « par saturation » qui se développe dans plusieurs parties du monde. Pas tellement en vertu de l'organisation, mais comme spontanément. Des experts en prospective nous affirment qu'il y aura proportionnellement plus de chrétiens dans le monde en l'an 2000 qu'aujourd'hui, en particulier grâce à la croissance de l'Eglise en Afrique et en Amérique latine. Dans bien des parties du monde les jeunes répondent à l'Évangile de façon merveilleuse. C'est une heure extraordinaire que celle où nous avons à proclamer Jésus-Christ.

Mais voici la tragédie : trop souvent, dans nos églises, nous avons l'impression d'être enfermés entre quatre murs, comme incapables de pénétrer dans ce monde avec puissance. Nous sommes dans la situation de ces premiers chrétiens dont nous avons lu l'histoire, effrayés, dans une petite chambre. Et tout à coup leur situation a changé. Jésus s'est présenté au milieu d'eux, vivant, et leur a dit trois choses : « *La paix soit avec vous* » ; il leur a montré ses mains et son côté, disant : « *Comme mon Père m'a envoyé, moi aussi je vous envoie* ». Ensuite il souffla sur eux en affirmant : « *Recevez le Saint Esprit* ». Et ces trois paroles de Jésus sont les clés qui ouvrirent les portes et qui permirent à l'Eglise d'entrer dans ce monde pour communiquer Jésus-Christ.

Les hommes aiment jouer ; nous aussi, chrétiens, nous avons des jeux que nous jouons. Et aujourd'hui il est un jeu que nous jouons dans l'Eglise, celui de la clé. La clé, qui a la clé ? Et nous avons trois groupes à l'intérieur de l'Eglise. Chaque groupe prétend avoir la clé. Nous savons comment communiquer l'Evangile. Chaque groupe pousse la porte pour sortir, fait pression et hurle et frappe la porte. L'un dit : « La clé, c'est la proclamation, le message ; il est suffisant de proclamer le simple évangile ; c'est la puissance de Dieu, pour le salut. Nous n'avons pas besoin d'autre chose ». Le slogan des autres c'est la « présence ». Il nous faut être présents au monde. Nous sommes le sel de la terre. Nous devons être engagés dans le monde. Et pour le troisième groupe, le slogan c'est la puissance, la puissance du Saint-Esprit. Lorsque le Saint-Esprit sera venu sur nous, nous recevrons la puissance. Alors nous pourrions rendre témoignage. Alors nous pourrions communiquer.

Et voici l'ironie. Les trois groupes ont raison. Mais la serrure, elle, est triple et on a besoin des trois clés pour ouvrir. Partout dans le monde où l'Eglise est en marche, c'est parce que l'Eglise a appris à utiliser les trois clés : *la proclamation, la présence, la puissance*. Oui, je crois que la stratégie de la communication de l'Evangile doit connaître ces trois éléments ! D'abord un engagement qui consiste à prêcher l'évangile des apôtres, de toutes les manières possible, en profondeur et en largeur ; ensuite, proclamer cet évangile comme des hommes engagés dans le monde actuel ; mais encore un engagement dans la prière du groupe, pour que le Saint-Esprit nous remplisse de sa puissance.

I

D'abord Jésus a dit : « *Paix* », et leur a montré ses mains et son côté. Il ne parlait pas d'une espèce de paix flottante comme un nuage dans le ciel ; il ne parlait pas simplement d'une sensation un peu euphorique qu'on peut avoir dans le cœur. Il parlait

d'une paix liée à sa mort et à sa résurrection, ce qui s'était produit dans le temps et dans l'espace. Comme a dit saint Paul : « *Il a fait la paix par le sang de Sa croix* ». Alors il est venu proclamer la paix et il nous invite à proclamer le même évangile. L'évangile n'est pas quelque chose de vague ; il ne se transforme pas de génération en génération ; il a un contenu précis. Jésus est mort pour nos péchés, accomplissant les Ecritures ; il a été enseveli, il est ressuscité, accomplissant les Ecritures. Et nous devons préserver ce contenu de l'Evangile ou nous n'avons plus rien à communiquer. Quand saint Paul parle de la défense de l'évangile, il ne veut pas dire qu'il nous faut une attitude défensive ; il ne s'agit pas pour moi de protéger Dieu comme ces hommes de l'Ancien Testament qui s'efforçaient d'empêcher l'arche de tomber du char. Mais cela signifie bien que nous devons préserver, garder le contenu de l'évangile, tel qu'il nous a été confié.

Ce n'est pas facile aujourd'hui. Je connais certainement mieux la situation aux Etats-Unis que la vôtre sur le continent de l'Europe. Mais il existe tant de courants qui rendent difficile ce maintien de la fidélité à l'évangile. L'insistance mise sur le maintenant ; seul nous intéresse ce qui est nouveau. L'autre insistance est sur la sensation : il faut sentir et l'on comprend alors comment c'est survenu... Nous avons voulu raisonner en théologiens et nous avons abandonné la Révélation de la Parole de Dieu et c'est la raison de l'homme qui est devenue l'autorité. Or maintenant la Jeunesse voit ce que la raison de l'homme en dehors de Dieu peut produire. Nous avons été capables d'envoyer des hommes dans la lune, mais nous avons aussi souillé les océans et utilisé la bombe atomique. Et les jeunes disent : « Nous ne faisons plus confiance à la raison ». Alors les hommes se tournent vers toute espèce d'émotion possible. Même dans certains secteurs de l'Eglise, on voit les choses se passer ainsi. C'est ce qu'on peut appeler *le culte par électro-choc*. Or l'évangile met l'insistance sur la pensée de l'homme. Nous ne devons pas imiter le cheval ou le mulet sans intelligence. Et c'est pourquoi nous devons pouvoir expliquer clairement ce qu'est l'Evangile. Un Evangile qui n'est pas capable d'être transmis de façon raisonnable, de façon rationnelle, n'est pas digne d'être cru ou rejeté. Et une Eglise qui n'a plus aucune notion de vérité ni d'erreur ne mérite même pas le mépris. Nous avons un message à proclamer, un message de paix. Mais cela ne signifie pas qu'il nous faut vivre dans le monde d'il y a 2.000 ans.

Qu'est-ce que la Bible ? Est-ce un miroir seulement, dans lequel je vois ma figure réfléchie, ou est-ce simplement un tableau qui représente le passé d'il y a deux mille ans ? Jean CALVIN a dit que l'Ecriture Sainte était comme une paire de lunettes, des verres à travers quoi nous voyons le monde ; et par l'Ecriture nous voyons ce que Dieu fait dans le monde, ce qu'il fabrique. Nous prenons donc ce message antique, et à travers lui nous regardons les événements actuels du monde, le vide du monde, les conflits et les guerres des hommes, la drogue, la pollution, tous les événements qui

se produisent dans le monde. Et nous voyons la paix de Dieu venir reposer dessus.

J'ai lu récemment une enquête menée sur tous ces mouvements d'évangélisation « en profondeur » ou « par saturation » en Amérique latine, ou « Vie nouvelle pour tous » au Nigéria. Dans cette étude le Dr. George PETERS, professeur de missiologie à Dallas, Etats-Unis, dit une chose frappante : Quel est le secret de ces mouvements ? Jusqu'à présent on a dit : ils mobilisent la totalité des membres de l'Eglise pour un engagement total. Ce n'est pas une idée neuve, mais ils l'ont éprouvée, pratiquée. Chaque chrétien accepte la responsabilité d'être un témoin. Le Dr. PETERS a dit : « C'est vrai. Tel est bien l'un des principes de ces mouvements. Mais il y a autre chose à laquelle nous ne faisons pas attention. Le message de l'évangile a été adapté à la culture et au milieu dans lesquels l'évangile est proclamé. Au Nigéria, par exemple, un message très simple, en cinq points : *« La vie est un don de Dieu. Nous avons gâché cette vie par notre péché. Jésus-Christ est venu apporter une vie nouvelle. Il faut recevoir cette vie nouvelle par la foi et la repentance. Et cette vie doit se manifester dans toutes nos relations inter-humaines »*. Tout le monde apprend par cœur ce message, et partout où ces gens se trouvent ils le proclament, présenté de façon adaptée au Nigéria. Il y a là une dynamite, une affirmation de l'évangile parfaitement adaptée à la culture de ce temps et de ce lieu. Voilà ce que nous devons rechercher. Maintenir l'Evangile, mais l'appliquer à la situation des hommes là où ils sont.

La proclamation, ce n'est pas seulement ce que nous disons, mais aussi la façon de le dire. Dans un sens MAC LUHAN a raison. Je ne suis pas d'accord pour dire simplement « le médium est le message ». Pris isolément, c'est faux, parce qu'en fait le message est bien plus que le moyen qui le proclame. Mais dans un sens, c'est vrai : le médium, c'est le message. Pensez à Jésus-Christ. Il n'est pas seulement le contenu de notre proclamation, mais il doit être le modèle de notre proclamation. *« Comme mon Père m'a envoyé, ainsi je vous envoie. »* Vous entendez. De la même manière dont je vous ai apporté le message, vous, vous l'apportez aux hommes. Or comment Jésus s'y est-il pris pour nous apporter son ultime message ? Il ne nous a pas envoyé un magnétophone ; il est venu, nous a visités, nous a rachetés. Il est né dans ce monde. Il a planté sa tente parmi nous. Il a pris la forme d'un serviteur mais d'un homme comme nous. Identification totale. Il n'a pas hurlé le message de loin. Il a parlé comme vivant avec les hommes.

Et cela prend une importance énorme pour nous dans notre communication.

Une grande section de l'Eglise chrétienne connaît le problème du doute. Pas de message à proclamer, la confusion. Qu'est-ce

que l'évangile ? se demande-t-on. Au temps des Jeux Olympiques j'ai noté une caricature. Vous vous rappelez l'histoire de ce coureur du premier marathon, jadis, qui a fait tous ces kilomètres pour annoncer la victoire, et qui s'est écroulé mort en arrivant. Alors cette caricature présentait un coureur hors d'haleine, épuisé, en train de s'écrouler, et disant : « Zut ! j'ai oublié le message ! ». Il est des tas de gens comme ça, dans l'Eglise : nous ne savons plus exactement ce qu'est l'Evangile. Mais il est un autre problème, celui de la séparation d'avec le monde. Nous connaissons le message, mais nous ne voulons le donner que de loin. Nous restons tranquillement sur la rive pendant que quelqu'un est en train de se noyer. Nous ne sommes pas prêts à nous impliquer dans son affaire. Et je me parle à moi-même, car il m'est très facile d'en faire autant. Or Jésus nous dit très sérieusement que nous devons prendre en considération ce qu'a été son incarnation.

II

D'autres disent : « Inutile de parler de Jésus. Nous sommes simplement présents au monde ». En fait, ce slogan est très populaire, en particulier dans les cercles de l'œcuménisme. C'est une idée née en France, vous le savez sans doute, parmi les frères de la Société de Jésus en Afrique du Nord. « Inutile, dit-on, de parler de Jésus ; il suffit de vivre comme Jésus. Je laisse ma vie parler. » Comment accepter cela ? Jésus a dit : « *Comme le Père m'a envoyé, ainsi je vous envoie* ». Jésus est venu prêcher. Il a utilisé des mots. Et ma vie à elle seule n'est pas capable de proclamer Jésus. Certes, il est bien certain que je dois essayer de laisser Jésus-Christ transparaître dans ma vie, mais ma vie reste misérable. Il faut des mots pour expliquer la Parole divine. Je ne sais pas si vous avez ce proverbe en français : « Une image vaut mille mots ». Mais il faut des mots même pour dire cela. Nous ne pouvons pas échapper à la nécessité de prononcer des mots. Seulement, lorsque Jésus parlait il parlait comme étant engagé dans la vie des hommes. Et cela représente beaucoup pour nous dans notre problème de communication. Qu'est-ce que cela représente pour Jésus d'être « présent » ? Il fut l'image de son Père. Qu'est-ce que cela représente pour nous d'être présents au monde ? Cela signifie être l'image de Jésus, réfléchir Jésus, démontrer la puissance de sanctification et de guérison de Jésus dans notre propre vie. Voilà qui donne de l'authenticité à notre message.

Lorsque l'homme a péché, plusieurs choses se sont produites. L'homme a été séparé de Dieu, puis séparé de lui-même car quelque chose est mort en lui ; de plus, séparé des autres, car Caïn tue Abel ; enfin, séparé de la nature, car le sol fut maudit en raison du péché de l'homme. Quatre relations brisées : *théologique, psy-*

chologique, sociologique, écologique. Le salut, c'est la réparation de ces relations brisées, en commençant par ma relation avec Dieu. Lorsque je reçois par la foi ce que Jésus-Christ a fait, et qu'Il commence à travailler dans ma vie, cela ne veut pas dire que je devienne parfait d'un seul coup. Mais Jésus commence à réparer ces relations brisées dans ma vie. Francis CHIP a raison de dire que les païens du XX^e siècle ne recherchent pas la perfection chez les chrétiens, mais ils recherchent la réalité, une guérison substantielle de ces relations brisées. Est-ce que, par exemple, dans le corps de Christ, l'Eglise, ils voient la guérison de cette relation brisée entre les hommes ?

Au sud des Etats-Unis j'ai parlé un dimanche dans une église au sujet de l'épisode de Zachée, de Jésus venu « chercher et sauver les perdus ». Après la fin du service j'ai appris qu'un soldat noir était venu à l'église, mais qu'on avait refusé de le laisser entrer. Il avait entendu dire qu'un membre de l'équipe Billy GRAHAM parlait, et comme il connaissait notre politique raciale ouverte, il était certain de pouvoir assister au culte. Je ne savais pas que cette église appliquait ces principes raciaux, et je fus très ému d'apprendre ce qui s'était passé. Après enquête, j'eus enfin le nom et l'adresse de ce soldat, mais il venait de partir pour le Vietnam. Je lui ai écrit, et j'ai fait savoir publiquement que je n'accepterais jamais de prêcher là où on excluait qui que ce soit pour raison de race. Un de mes amis allant au Vietnam, je lui ai demandé d'aller visiter ce garçon pour lui parler. Quelle puissance peut-il y avoir dans cette proclamation : « Jésus est venu chercher et sauver ceux qui sont perdus » quand notre attitude démontre qu'il est venu chercher les blancs ? Si nous ne démontrons pas en fait que Jésus veut guérir les relations qui s'établissent entre nous et les autres, nous ne pouvons pas proclamer l'évangile.

Etre présent parmi les hommes veut dire encore autre chose : aller avec notre évangélisation là où se trouvent les hommes. C'est ce qu'a fait Jésus. Le plus gros de son temps, il l'a passé dans le monde séculier, puis dans la synagogue. Il a été au bord du lac, dans les maisons, là où les gens se trouvaient. J'aimerais que l'on parle autrement. L'évangélisation devrait toujours être de l'Eglise mais ne devrait pas toujours être dans l'Eglise. En tout cas, c'est vrai aux Etats-Unis ; trop souvent nous considérons l'évangélisation comme devant se tenir à l'intérieur des murs de l'église, alors qu'il faut aller là où se trouvent les hommes. J'ai un ami aux Etats-Unis, à New-York, une ville pas très paisible. Pasteur d'une église, il se dit : « Comment atteindre les jeunes de cette ville ? » car ils ne voulaient pas venir à l'église. Il y avait là des noirs, des Portoricains. Alors il donna sa démission de pasteur, acheta un petit restaurant en face d'un des lycées les plus populaires de la ville, et 16 heures par jour il travailla dans son restaurant, se faisant des amis parmi les jeunes jusqu'à ce qu'ils viennent lui parler. Ainsi il apprit à leur présenter Jésus-Christ. Je ne sais si vous savez que ce quartier de New-York, il y a trois ans, a été

incendié; toutes les boutiques du bloc où était son restaurant furent détruites; on a lancé des cocktails Molotov dans ces boutiques, dans toutes ces boutiques sauf une : le restaurant où Bill AVERSEN rendait témoignage à Jésus-Christ. On s'était dit : « Cet homme est un ami ». Il était là parmi les hommes.

Nous devons appliquer ce principe à notre propre situation, aller là où se trouvent les hommes, apprendre à parler leur langue, à penser comme ils pensent. Notre langage chrétien n'est compréhensible que pour ceux qui sont de la confrérie. Si des gens viennent de l'extérieur, ils ne peuvent rien y comprendre. Il faut apprendre à les écouter, afin de leur traduire les mots de la Bible. Nous le faisons en Afrique, nous le faisons au Brésil, pourquoi ne pas le faire en France ? Il ne s'agit pas de changer le message, et les mots de la Bible doivent être utilisés, mais apprendre à les expliquer. Par exemple, le mot « vie éternelle »... Lorsque je dis ces paroles, j'ajoute : « Ça ne veut pas tellement dire le ciel. Bien des gens comprennent cela comme étant simplement le ciel. C'est une vie avec une dimension nouvelle. Une nouvelle espèce de vie, qui commence dès maintenant. »

Nous devons écouter ce qui se dit autour de nous et modifier notre langage de façon à le rendre compréhensible à des gens qui n'ont pas notre culture biblique. Je me suis obligé à faire cela moi-même. J'ai pris mes sermons et me suis dit : « Si tout d'un coup cela était publié dans un journal, qu'en penseraient les gens de la rue ? Est-ce qu'ils pourraient le comprendre, ou est-ce du patois de Canaan ? » J'ai essayé de tout récrire afin que l'homme de la rue puisse y comprendre quelque chose, dans le langage auquel il est habitué. Je crois qu'être là où se trouvent les gens veut dire que nous devons nous préoccuper d'eux tels qu'ils sont. Nous devons acquérir le droit de leur parler. Notre amour doit être visible et apparent.

Dans leur désir de justice, bien des jeunes nous disent aujourd'hui : « Bien sûr, vous avez votre évangile, mais qu'avez-vous fait de cet évangile ? Vous parlez d'amour, nous voudrions le voir démontrer ». Aux Etats-Unis nous avons eu une puissante réaction contre ceux qui ont brandi la bannière de l'évangile social et semblent oublier la nécessité de la « nouvelle naissance ». Nous avons réagi et avons dit : Nous n'avons pas de responsabilité en ce domaine. Je crois que sur ce point-là, Dieu nous parle aujourd'hui. En septembre dernier, où nous eûmes notre grand congrès de Minneapolis, un orateur nous dit que l'évangélisation et le souci social ressemblaient à ces vieux bateaux à vapeur qui se trouvaient jadis aux Etats-Unis. Quand ils sifflaient, on ne pouvait pas bouger. Et quand ils bougeaient, ils ne pouvaient plus siffler.

Certes, l'Eglise ne doit pas devenir une sorte de coulisse parlementaire. Nous devons nous souvenir de nos traditions, et que ces grands mouvements évangéliques dans l'Eglise ont connu ce souci du bien-être social, de ces questions sociales qui bouleversent

les hommes autour de nous. J'aimerais vous lire une déclaration faite au Congrès pour l'évangélisation d'Amérique latine, en novembre dernier. Le Dr. ESCOBAR nous donna un message extraordinaire, et l'auditoire s'est levé pour applaudir. Il parlait de la responsabilité sociale de l'Eglise : « Le service n'est pas l'évangélisation, car les hommes ont besoin de savoir que Dieu les aime, quelles que soient leur classe sociale, leurs conditions économiques ou leurs convictions politiques. Ils doivent savoir que le Christ leur offre le moyen de retourner à Dieu. Riches et pauvres, capitalistes et ouvriers, militaires et politiciens, tous ont besoin d'entendre l'appel à la repentance et à la foi. Proclamer la Bonne Nouvelle par la prédication, le témoignage personnel, les publications, la distribution de la Bible est toujours nécessaire. Mais celui qui évangélise doit avoir une vie différente. Il est quelqu'un qui a appris comment servir. Il est une lettre vivante. Il démontre la vérité du message qu'il proclame. Nous ne pouvons jamais séparer la proclamation de l'évangile de la démonstration de l'évangile. Elles sont différentes, certes, mais chacune est indispensable. Nous avons un message qui ne change pas, la paix, mais nous devons le proclamer comme étant engagés dans le monde ».

III

Et il y a une troisième clé : la puissance. Jésus souffla sur ses premiers chrétiens et, en fait, c'était une parabole, l'annonce de la Pentecôte. Il souffla en disant : « *Recevez le Saint-Esprit* ». Quelques jours plus tard, sa prophétie s'est accomplie. Un groupe d'hommes abattus, conscients de leur propre faiblesse, épouvantés par les difficultés extérieures, ces hommes furent transformés. Le vent de la puissance de Dieu soufflait sur eux, les transformant, et ils ont bouleversé le monde. Dans la Bible, le vent, l'esprit, le souffle, c'est le même mot, le vent de Dieu. J'ai entendu dire par bien des gens : le grand problème, c'est la communication. Certes, mais que veut-on dire par communication ? Se rapprocher d'eux, leur montrer quelque amour, leur parler avec des mots qu'ils comprennent ? Et s'ils comprennent, ils croiront ? Ce n'est que partiellement vrai. Il est un problème qui se situe à un niveau plus profond. Saint Paul en parle dans le premier chapitre de son Epître aux Romains. Le problème n'est pas leur manque d'information. En fait, les hommes savent ce qu'ils doivent savoir au sujet de Dieu, par la création et dans leur conscience, pour être attirés à lui. Qu'est-ce qui ne va pas ? « *Les hommes retiennent captive la vérité de Dieu.* » Et le problème ne se situe pas au niveau de l'esprit, au niveau de l'information, mais au niveau de la volonté. Dans le cœur de l'homme se manifeste un dégoût, une répulsion pour Dieu. Et il n'y a que Dieu qui soit capable de changer cela. Voilà pourquoi il faut proclamer le message en vérité et avec amour, nous efforçant d'entrer en contact avec la pensée des hommes, mais en comprenant bien que la réponse des hommes ne

sera possible que si le Saint-Esprit agit en eux pour les transformer. NEWBEGIN a posé cette question : « Voulons-nous vraiment savoir où se trouve l'Eglise ? Alors il faut nous demander : Où se trouve le Saint-Esprit ? Où pouvons-nous le voir de façon visible, présente ? ».

Le signe le plus malheureux de l'état de l'Eglise aux Etats-Unis aujourd'hui, c'est notre anémie spirituelle, notre faiblesse. Pourquoi ? Parce que nous ne savons pas prier. Pourquoi ? Parce que nous avons l'idée que nous pouvons tout faire par nous-mêmes. Quelqu'un a dit à notre congrès de Minneapolis : « Nous avons toute la puissance qu'il nous faut pour le travail qui nous incombe ». Imaginez cela : nous avons toute la puissance nécessaire pour le travail à accomplir. Alors, ce que nous avons besoin de demander à Dieu, c'est une nouvelle vision de sa personne, et de nous-mêmes, jusqu'à ce que nous soyons courbés devant Lui, afin de dire : « Seigneur, nous ne sommes pas capables de le faire ! Esprit de Dieu, souffle ! Avec une puissance et une dynamique nouvelles ! ».

Peut-être ce que je dis vous paraît-il signifier : Que chacun fasse ce qu'il lui plaît. Que l'évangéliste prêche. Que l'activiste organise ses démonstrations et ses cortèges. Que le piétiste s'abîme en prières. Et puis essayons de faire un mélange des trois. Et ainsi nous essayons de tout mêler et de tout organiser. Et nous aurons ce qu'il nous faut pour la décennie qui vient ! ». Je crois que notre situation est autrement plus grave. Nous ne sommes pas des ingénieurs du son, mais les hérauts du Dieu vivant. Et je crois qu'Il nous dit : « Il est temps maintenant de vous repentir. Il est temps de cesser de faire ce qui vous plaît ». Le moment est venu de faire les choses comme Dieu le veut. Prêcher en vérité le message éternel de la Parole de Dieu, arrêter de jouer nos jeux inutiles, être prêts à tomber comme une semence de blé au milieu de ceux parmi lesquels Christ est mort, pour lesquels Christ est mort. Etre prêts à mourir pour eux et avec eux. Et demander à Dieu une puissance qui ne nous appartient pas. Cessons de faire des programmes qui s'appliquent à des ossements desséchés. Et prions pour que le vent de l'Esprit souffle sur la vallée.

Prenez ces trois clés, un Evangile qui est vrai, un amour qui a de la chair autour, un Evangile qui appartient à Dieu seul, et alors vous ouvrez la porte. « Comme mon Père m'a envoyé, ainsi je vous envoie », dit Jésus. Que Dieu nous aide !

LA RADIO, MOYEN DE COMMUNICATION

par M. MARQUARDT.

Nous avons trop l'habitude de parler en « patois de Canaan », parce que c'est un vocabulaire spécial, des mots habituels. Il y a d'ailleurs une espèce de patois de Canaan de journaliste, par exemple le mot « moyen de communication de masse », en anglais « mass-medium », en un seul mot en allemand. Hier matin vous vous êtes entretenus des théories de MAC LUHAN : « le médium c'est le message », et vous avez appris comment notre état inconscient, notre pensée, sont atteints d'une façon souvent inconsciente par tous ces moyens de communication. Cette espèce d'envahissement, d'inondation des données communiquées dépasse nos capacités d'absorption. Plus important encore : le contenu de toutes ces informations nous parvient par un courant continu qui peut nous apparaître comme une menace. Nous nous rendons compte de la capacité de séduction de ces moyens et nous comprenons l'autre formule : « le médium, le moyen de communication, c'est un massage ».

Arrivons ainsi à l'usage chrétien que nous pouvons faire de ces moyens de communication dite de « masse ». Nous voulons parler de l'évangélisation par la Radio et nous devons nous poser très sérieusement la question de savoir s'il y a peut-être aussi un « massage » fait par la proclamation de l'Evangile à la Radio, un « massage » de l'âme. Je continue à dire inlassablement ces mêmes phrases et je me dis : les gens finiront par l'encaisser. J'aurais voulu voir sur votre physionomie votre réaction en face d'une phrase comme celle-là... Nous devrions avoir une espèce de séance d'expérimentation et entendre trois émissions à la Radio et nous demander si deux et demi de ces messages-radio ne sont pas des « massages » de l'âme.

I

*Les Moyens de communication de masse
au service de la diffusion de l'évangile*

Dans l'histoire de l'humanité, on compte trois révolutions en ce qui concerne la communication de la vérité. D'abord, l'invention de l'écriture. Vous devez vous rendre compte du bouleversement qu'a apporté le fait que la parole, qui jusqu'alors n'avait été qu'orale, est devenue parole écrite. Puis l'invention de l'imprimerie avec toutes ses conséquences, en particulier pour la Réformation qui aurait été complètement impensable sans ce moyen du livre. Et maintenant, c'est l'invention de la Radio et de la Télévision... A certains égards la boucle est alors de nouveau fermée ; la parole devient de nouveau audible. Il ne s'agit plus tellement de ce qui est écrit mais de ce qui est dit, et naturellement ce qui entre en ligne de compte c'est la manière dont c'est dit. La télévision fait un pas de plus et rend l'orateur visible. Aussi différents événements que l'on peut enregistrer dans le monde, en particulier dans le domaine politique, ne peuvent être compris si l'on oublie ces moyens de communication de masse. Au moment où je suis arrivé, on était en train de déposer des couronnes sur la tombe du Soldat Inconnu. Lorsque je viens en France, j'ai toujours un peu honte en pensant à tout ce qui est venu d'Allemagne dans ce pays de France. Et ce que je dis là ne doit pas être considéré comme une simple excuse de forme. Des gens qui s'occupent de façon scientifique de ce thème disent que l'Allemagne n'aurait pas pu être séduite par HITLER comme elle l'a été si il n'y avait pas eu la Radio. Son ministre de la propagande est le premier qui ait compris vraiment toute l'importance de la Radio pour la propagande politique. Des amis m'ont dit que peut-être le roi CONSTANTIN serait encore en Grèce s'il avait pu, au moment critique, utiliser deux émetteurs puissants. Tout ce qui se produit dans les pays totalitaires ne serait pas pensable sans l'influence de la Radio. La Chine est complètement quadrillée par un réseau d'émissions sur ondes courtes qui arrivent à franchir les grandes distances. Ainsi tout un peuple peut être complètement galvanisé par les mêmes paroles. De même, de 0 heure jusqu'à 24 heures chaque jour, vous pouvez entendre la propagande communiste dans n'importe laquelle de nos langues de l'Ouest. Et ce que, en tant que chrétiens, nous pouvons opposer à cette marée, est ridiculement faible. En ce qui concerne les effets et les chances de succès des moyens de communication de masse, la langue est le moyen de communication le plus important, même s'il n'est pas le seul.

Nous devrions parler du processus de communication. Une certaine motivation incite celui qui croit avoir un message à l'exprimer, et ce message atteint l'auditeur, et l'auditeur s'approprie ce que le messager a dit en discutant cela avec lui-même. Si celui

qui a un message à communiquer s'exprime de telle sorte que celui qui reçoit le message n'a pas l'impression qu'il discute avec lui-même à ce sujet, il y a quelque chose qui « ne colle pas ». Si l'auditeur se dit : « Mais tout ce qu'il raconte, je le sais déjà », on aurait pas eu besoin de cette communication. Un disque aurait été moins cher. Celui qui donne une communication doit parler de telle sorte que celui qui la reçoit ait un travail à accomplir. Seulement cet auditeur, qui reçoit le message, a une formation psychologique, son comportement, ses expériences du jour ou ses expériences de toute la vie, et si une parole ou une phrase tombe dans ses oreilles, elle éveille une certaine pensée chez lui. Pour celui qui a un message à communiquer, un certain motif l'inspire, par exemple celui-ci ; « Je voudrais amener cet homme à Jésus-Christ ». Imaginons que cela se passe grâce au thème : « La liberté qu'un homme trouve lorsqu'il vient à Jésus-Christ ». L'auditeur entend le mot de liberté. Supposons que ce soit un jeune qui souffre du régime autoritaire de ses parents. Au cours de cette émission le mot de père est aussi prononcé. Si celui qui communique le message parle un peu comme un disque et sans beaucoup réfléchir (parce que cela fait peut-être la vingt-septième fois qu'il donne ce message, il n'a pas beaucoup réfléchi à ce qu'un autre peut ressentir lorsqu'il entend le mot de liberté) quand il dit « père », peut-être que l'auditeur était assis dans sa chambre en train de faire un travail écrit. Radio Monte-Carlo avait donné une émission de musique et cet auditeur a oublié de fermer son poste lorsque l'émission évangélique a commencé. Tout à coup il entend le mot de liberté. Il se dit : ça, c'est intéressant. Ensuite il entend le mot « père », et il réagit en pensant : « J'en veux à mon père, ce vieux monsieur qui ne comprend rien à la jeunesse, qui a des idées complètement dépassées par les événements ». Il n'a pas la possibilité de ressentir le mot de « père » associé à l'idée de bonté, de prévoyance, de sollicitude. Donc celui qui émet la communication doit expliquer le genre de père dont il parle. Le père qui est dans le ciel ? Qu'est-ce que ça veut dire ? L'auditeur ne sait rien du ciel en tant que domaine invisible où Dieu réside. Ce jeune homme a les deux pieds sur terre, et se dit : « Je ne m'occupe que de ce que je vois ». Voilà un mot, après l'autre, que cet auditeur risque de mal comprendre.

J'ai souvent rencontré en Allemagne des prédicateurs à la Radio qui, après s'être beaucoup occupés de ce moyen de communication, ont pu dire : « Maintenant, qui est capable de faire ce travail ? » J'espère que vous n'aurez pas le même genre de crainte. Mais lorsque vous pensez à ce moyen de communication de masse qui s'appelle la Radio, plus encore que pour tout autre moyen de communication de masse, il faut vous préoccuper de la personnalité de l'auditeur, de celui qui reçoit le message.

Le temps où les gens vont à l'église est révolu ; il faut que l'Eglise aille vers les gens. Ce qui est alors caractéristique du moyen de communication de masse, c'est que c'est un moyen toujours

indirect. J'espère que, après notre entretien, nous aurons des communications directes entre nous, mais déjà maintenant nous y sommes. Quand vous souriez, c'est déjà un écho à ce que je dis; si vous étiez assis avec une grimace maussade, ou bien en train de somnoler, ce serait aussi un genre de communication. Mais les moyens de communication de masse ne vont que dans un sens. Voici le poste émetteur, et ici le poste récepteur; votre message atteint le poste récepteur, et c'est une voie à sens unique, vous ne savez pas ce que fait votre auditeur, s'il rit, s'il est fâché, s'il s'endort. Est-ce qu'il dit : « Amen, Amen » ou est-ce qu'il dit : « quelle idiotie ! ». Je vous souhaiterais d'avoir quelquefois des auditeurs qui aient la liberté de vous écrire : « Tout ce que vous avez dit, c'est des bêtises », parce qu'à ce moment-là vous commenceriez à réfléchir. Il est bon de recevoir des éloges. Mais nous risquons facilement d'être gonflés par les éloges. Peut-être qu'après avoir entendu une critique on est d'abord un peu offensé, mais ce peut être un aiguillon très salulaire.

Les effets des moyens de communication de masse sont extrêmement multiples. Ils changent l'homme dans son comportement, dans ses habitudes journalières, dans ses connaissances, dans la formation de son opinion, même dans ses attitudes (voilà encore un mot que nous avons en commun, Français et Allemands). Vous voyez une bande de jeunes qui jouent un morceau de musique : ils ont vu cela en examinant les vedettes. Ils se dandinent comme ça. Autrefois, c'était autrement qu'on se tenait. Quand un jeune chanteur vient maintenant, c'est comme ça qu'il se tient, jusque dans le dernier village. Dans le domaine émotionnel de l'homme, les moyens de communication de masse peuvent faire sentir leur influence dans la profondeur du psychisme et jusque dans le domaine physique. Lorsque l'équipe d'Allemagne avait encore l'espoir de gagner le championnat du monde, après avoir vaincu l'Angleterre, un Anglais était assis, à Dusseldorf, au milieu d'un groupe allemand. Ces Allemands étaient tellement acharnés et tellement orgueilleux qu'ils ont irrité l'Anglais à tel point que, vexé, il a sauté par la fenêtre et s'est gravement blessé. Tous les 20 étaient en train de regarder la télévision. Ce vaste champ d'action que nous sommes en train d'explorer devrait donc soulever l'intérêt des évangélistes.

Qu'est-ce qu'un évangéliste peut offrir aux moyens de communication ? Une augmentation de la connaissance, la mobilisation des sentiments, des émotions et même des impulsions pour diverses formes de comportements.

1° — Pour augmenter la connaissance, il s'agit de communiquer des informations qui complètent ou confirment ou corrigent des notions connues auparavant. L'orateur dit : « Cela tu le sais déjà, mais j'ai encore quelque chose à ajouter aujourd'hui ». J'espère qu'ensuite il n'ajoute pas : « C'est une vieille histoire, elle a déjà 2.000 ans ». Il aurait pu s'épargner ce genre d'introduction.

Pour l'information il faut que la formulation soit claire et augmente les connaissances des auditeurs. C'est surtout à l'intelligence que l'on fait appel. On veut agir sur la pensée. Cela se fait plus facilement par le livre, mais passe aussi par la Radio. Il s'agit que je sache bien ce que je veux par mon émission : Augmenter la connaissance de mes auditeurs ou bien quoi ? Il existe souvent parmi les évangélistes et les missionnaires un préjugé comme si la connaissance n'avait pas d'importance. Il s'agirait avant tout de la foi. Certes, la foi est l'essentiel, mais pourquoi opposer la foi et la connaissance ? Souvent les incrédules pensent que les croyants ne savent pas très bien ce qu'ils croient. Il serait bon de démontrer que souvent, là où d'autres se révèlent incapables de penser, nous avons encore la possibilité et de savoir et de croire.

2° — Le second domaine concerne l'appel aux sentiments. Ces appels aux sentiments ont incontestablement plus de force que les appels à la pensée ou à la raison. Mais il s'agit que l'auditeur soit prêt à recevoir ce message, que la confiance de l'auditeur vis-à-vis de celui qui parle soit éveillée. Lorsque vous travaillez à la Radio, il faut vous demander : « Comment est-ce que nous arriverons à faire connaître le « speaker » ? Même s'il s'agit là d'une route à sens unique, il faudrait quand même que tous ceux qui reçoivent le message se disent : « Ah ! c'est Untel qui parle ! » Le monde sait très bien à cet égard devancer les chrétiens. Il commence par mettre un homme en vedette, ensuite il le lâche. Certes, on dit dans le Royaume de Dieu : « Surtout, il ne faut pas glorifier l'homme, nous sommes tous frères ». Beaucoup de gens sont tout contents de voir leur communauté s'accroître grâce à quelqu'un comme Billy GRAHAM, mais ils ne comprennent pas que l'on fasse tant de propagande ! Si chez vous il n'y a pas ce genre de sentiment, tant mieux. Mais tâchez d'arriver à asseoir solidement la réputation des orateurs à la Radio : le type du bon père de famille, le type du savant chrétien, le médecin que l'on écoute avec intérêt et confiance, ou bien un jeune fougueux que l'on ne voudra pas manquer quand on est un jeune. Ce qui est dit obtient confiance à condition que l'idée ou l'image que celui qui reçoit le message se fait de celui qui le communique corresponde à ce que le communicateur dit. C'est là notre chance mais c'est aussi un danger.

Celui qui connaît un peu la mentalité des auditeurs allemands d'aujourd'hui n'a qu'à proposer un thème eschatologique et immédiatement la salle se remplira. C'est un bon moyen de communication. Et certes le thème du retour de Jésus-Christ est fort important. Mais il est bien d'autres thèmes importants. Si un jour on annonce le thème suivant : « Que devons-nous faire pour que notre communauté ait plus de rayonnement » on risque d'avoir peu d'auditeurs. Rendons-nous compte qu'en face de ce que nous disons l'auditeur ne reste pas impartial : il prend parti. Même devant le thème, il sera ou négatif ou approuvatif. Vous n'êtes pas un bon communicateur si vous ne parlez que de thèmes dont vous savez d'avance que vos auditeurs y acquiescent. En passant je

vous donne un bon conseil : dans les communications de masse il est très important d'avoir de la patience. Il est nécessaire de se répéter, sans que cela devienne une espèce de routine. Pensez à l'industrie des produits de lessive : elle propose toujours le même produit, mais toujours avec de nouveaux moyens de faire sa propagande. Que celui qui a des oreilles pour entendre, entende.

3° — Parlons brièvement du troisième domaine : Il s'agit de ce qui touche au comportement. Nous ne serions pas réalistes si nous voulions nous lancer ici dans une compétition avec le monde. Nous n'arriverions pas à avoir la même popularité qu'une vedette du football ou du cinéma, mais c'est bien. Beaucoup de jeunes voudraient ressembler à Un tel ou à Une telle qui occupe la première page des journaux. La plupart se disent : « Mais nous n'y arriverons quand même pas ». Mais s'ils entendent quelqu'un qui parle la même langue qu'eux, et vient du même milieu, tout à coup ils pensent : « Tiens, moi aussi j'aurais pu faire cette expérience ». Si Un tel, témoin de Jésus-Christ, a un message clair à communiquer, l'auditeur se dira : « Tiens, là je vais écouter », et si tous les thèmes abordés lui parviennent de telle sorte qu'il pense : « C'est de moi qu'il s'agit », alors nous pouvons espérer influencer son comportement. Les mouvements de réveil donnent des exemples frappants en ce domaine. Dans notre société industrielle toujours plus organisée, ce sera peut-être plus difficile. Mais il est vrai que parfois les quartiers d'une localité, une localité entière mènent ensemble une action commune, suivent les mêmes convictions.

II

Le contenu de l'évangélisation par la Radio. Je ne sais pas jusqu'à quel point vous êtes préoccupés de théologie et jusqu'à quel point vous avez découvert ce que l'on vous affirme être la position que l'on considère comme généralement acquise. Trois exemples :

1. — On dit parfois que l'homme moderne est l'homme du second siècle des lumières, après le XVIII^e qui était « le siècle des lumières ». Et il ne peut accepter que ce qui ne contredit pas la raison, et ce qu'on peut prouver par l'expérience. Avez-vous déjà entendu des phrases de ce genre après un message que vous avez à apporter ? Si vous vous entretenez avec des gens qui essaient de connaître l'esprit de notre temps, ils nous diront souvent que nous parlons trop de domaines où il n'est pas possible de vérifier ce qui est dit. Il nous faudrait parler davantage à la raison. Mais rappelez-vous que nous avons distingué trois domaines : *la raison, l'émotion et le comportement*. Du côté de nos adversaires comme du côté théologique nous avons des adversaires dont nous devons tenir compte. On nous dit que nous devrions beaucoup plus mettre

nos affirmations de croyant en harmonie avec la science. On voudrait nous enlever l'une des deux réalités dont le Nouveau Testament nous parle : la visibilité de notre monde et la réalité invisible de Dieu.

Mais si nous nous préoccupons vraiment de l'homme prétendu moderne, nous constatons que cette espèce de matérialité qu'il se fait du monde n'est en réalité pas du tout la seule chez l'homme moderne. Par exemple, l'occultisme n'est pas limité à l'Amérique du Sud, il se trouve bel et bien en Europe Centrale. Bien que dans les journaux il ne soit plus question de soucoupes volantes, beaucoup de gens y croient encore. Et combien de cercles spirites qui se sont créés ! Des dizaines de milliers de gens semblent tout à fait convaincus que quelque chose se passe dans le monde invisible. Parce qu'on ne leur parle pas assez de la réalité invisible de Dieu, ces gens-là deviennent les victimes de la réalité invisible du diable.

2. — Une autre affirmation que l'on a entendu répéter en Europe Centrale, c'est : « L'homme est rempli d'une foi invincible au progrès ». Cette conviction est imprégnée dans notre société et il semble que tout ce que les journaux nous disent des jeunes révolutionnaires confirme cette idée. Mais même au sein de la jeunesse, à côté d'un grand espoir en l'avenir, se manifeste beaucoup de crainte et de désespoir. C'est extraordinaire de voir combien de jeunes se préoccupent de la mort. L'année dernière, de jeunes Français de 15 à 29 ans ont été interrogés. Parmi ceux qui étaient « religieux » 33 %, et parmi les incroyants 3 % se disaient très préoccupés par le problème de la mort. Si un évangeliste se laisse dire : « L'homme moderne ne croit qu'au progrès » et s'il arrange toutes ses émissions en ce sens, il suivra un mauvais chemin parce que un bon tiers des jeunes de 15 à 29 ans se préoccupent de problèmes qui, selon l'opinion commune, ne préoccupent que les vieux. Il faudrait bien utiliser une expression un peu ironique, mais évidemment celui qui menace tout le temps les gens du cercueil est, lui aussi, un piètre évangeliste, parce que les deux tiers des jeunes ne s'occupent pas de ce problème. Lorsque ces gens-là entendent le mot mort, ils pensent seulement que d'autres pourraient mourir et cela ne les regarde pas.

3. — Autre affirmation de nos adversaires ou de nos théologiens philosophiques et sophistiqués. On dit que notre prédication devrait avoir un engagement politique ; c'est pourquoi on a créé une *théologie de la révolution*. Nous recevons chaque jour environ 300 lettres et cartes, et depuis des mois aucun de nos correspondants n'a posé la question : « Quand y aura-t-il une révolution ? ». Par contre, les gens sont en quête d'une aide personnelle : « Mon mari m'échappe ; comment puis-je le retenir ? » — « Nous sommes trois générations sous le même toit et passons notre temps à nous disputer ; que pouvons-nous faire ? ». Une jeune fille, qui depuis longtemps désire se marier, a reçu une proposition d'un collègue de travail, mais c'est un homme déjà marié. Nous sommes au

clair sur ce que la jeune fille doit faire ou ne pas faire. Mais pourtant elle nous écrit : « Qu'est-ce que je dois faire ? ». Et si on se borne à lui dire : « Il ne faut pas accepter sa proposition », elle n'écrira plus jamais. Naturellement il faut que j'écrive cela, et pour cela il suffit d'une demi page. Si je veux vraiment venir en aide à cette jeune fille il faut que je lui écrive une longue lettre, et je n'ai pas besoin de lui parler de révolution, sauf la révolution du cœur.

Les connaissances qu'un évangéliste doit avoir.

Au mois de mai une enquête eut lieu en Allemagne. Je n'ai pas de chiffres pour la France mais je pense, d'après mes expériences, qu'ils ne seraient pas très différents. Il nous faut connaître les goûts de l'auditeur :

- D'abord des nouvelles : 76 %.
- Musique légère, musique divertissante : 68 %.
- Des mélodies d'opérettes : 51 %.
- Des informations d'actualité : environ 52 %.
- La musique populaire : 48 %.
- Emissions sportives : 41,5 %.
- Des nouvelles locales : 40 %.
- Des commentaires d'ordre politique : 40 %.
- La musique « pop » : pas tout à fait 30 %.
- Les émissions instructives, les leçons : à peu près 30 %.
- Les devinettes : pas tout à fait 30 %.
- Des retransmissions du culte : 28 %.
- Des recettes et des conseils pour les achats : un peu moins.

(C'est toujours merveilleux de penser que les gens aiment encore autant écouter un culte que de se faire donner des recettes ou des conseils pour leurs achats !)

- Des romans policiers : 25 %.
- Des plaisanteries : 22 %.
- Emissions culturelles : 20 %.
- Musique classique : 18 %.
- Emissions rurales, conseils pour les agriculteurs : 15 %.
- Informations économiques internationales : 15 %.
- Musique religieuse : 15 %.
- Orgue, etc., oratorios, par exemple la Passion selon saint Matthieu : 15 %.
- Emissions médicales de vulgarisation : 15 %.
- Informations religieuses : pas tout à fait 15 %.
- Jeux modernes : 12 %.
- Emissions sur des thèmes religieux : 10 %.

Voilà le résultat d'une enquête faite par un émetteur qui émet 22 à 24 heures par jour. Bien sûr, un même auditeur peut dire : « Je m'intéresse à la musique pop » et « Je m'intéresse à la musique classique et à la musique religieuse ». Alors nous nous de-

mandons pourquoi, en ce qui nous concerne, nous avons une place aussi minable dans nos émissions religieuses. Il faut nous rendre compte qu'un poste émetteur a des millions d'auditeurs. On comptait 2,5 millions d'auditeurs à Radio Monte-Carlo. lorsque les émissions ordinaires ont été interrompues (mais je ne peux pas vous garantir l'exactitude de ce chiffre). Cela donne quand même des centaines de milliers d'auditeurs, et alors ces auditeurs-là il faudrait les garder à leur poste. D'autre part si à Radio-Luxembourg, dans un cadre musical de bonne heure le matin, des émissions religieuses sont insérées, cela ne veut pas dire que 68 % des auditeurs soient à l'écoute de ce genre de musique. Mais on a là une bonne place dans le programme général, et nous devrions rendre nos émissions assez intéressantes pour que les auditeurs ne tournent pas le bouton pour capter autre chose.

Nous avons à nous occuper aussi des besoins des auditeurs. Lorsque nous parlons du goût de l'auditeur, nous entendons ce que l'auditeur souhaite. Lorsque nous parlons de ses besoins nous entendons ce qu'il devrait recevoir sur la base de ce que nous savons, et nous avons pu utiliser des centaines de lettres de partout, et des questionnaires que nous avons envoyés ici et là. Nous avons fait des statistiques de divers points de vue : âge, profession, hérésies, etc... Nous avons rassemblé des témoignages, examiné quels sont les besoins des gens qui nous écrivent. Le problème qui préoccupe le plus est celui de la maladie, entre autres les dépressions nerveuses. Sauf erreur Billy GRAHAM a dit à Dortmund au mois d'avril que « un malade sur deux en Amérique était malade nerveusement ». Dans ce domaine l'Amérique est toujours en avance de 5 ou 10 ans par rapport à l'Europe Centrale, et nous voyons là se profiler ce qui va se produire chez nous : beaucoup de malades, et un malade sur deux atteint dans son psychisme.

Le second point manifeste des besoins des auditeurs, nous l'avons exprimé par un terme du « patois de Canaan » : « La voix (voix ?) du salut », c'est-à-dire des questions qui tournent autour de ces questions : Pourquoi est-ce qu'il faut croire ? Qu'est-ce qu'il faut croire ? Pourquoi ai-je de la peine à croire ? Ne peut-on pas s'en tirer sans croire ? Beaucoup de gens demandent des renseignements à ce sujet.

En troisième lieu, voici les solitaires et ceux qu'on rejette. Des gens écrivent : « Priez pour nous ». On pourrait s'entretenir toute une soirée à ce sujet.

Pourquoi est-ce que les gens nous écrivent ainsi ? Est-ce qu'ils attribuent une puissance magique aux prédicateurs ? Est-ce qu'ils considèrent la foi des orateurs à la Radio comme supérieure à leur propre foi ? Est-ce qu'ils ignorent ce qu'est la prière ? ou bien au contraire ont-ils quand même une certaine notion de ce qu'est la prière, et à cause de cela ils demandent l'intercession, mais s'ils croient à la prière, pourquoi ne prient-ils pas eux-mêmes ? Ou bien pourquoi ne s'adressent-ils pas à des gens de leur entourage ?

N'ont-ils pas de communauté chrétienne ? Sans doute pas ! Il arrive qu'à 6 heures du soir le téléphone résonne chez nous, et quelqu'un dit : « Vous ne me connaissez pas, mais cela fait longtemps que je vous entends. Ma femme doit aller demain à l'hôpital : priez pour qu'elle s'en tire et se rétablisse ». Quelle marque de confiance de la part de ces gens !

Le quatrième problème qui préoccupe, et au sujet duquel nous recevons le plus de lettres, c'est celui de l'union conjugale, et d'une manière générale tout ce qui concerne la famille.

Un cinquième point qui obsède, c'est l'occultisme. Cela devrait nous effrayer : le spiritisme, la cartomancie, l'usage du pendule, la magie noire ou blanche, des histoires qui pourraient émaner d'un roman d'horreur, et tout cela parmi des gens cultivés, en plein XX^e siècle !

Le sixième besoin qui apparaît c'est le besoin de confesser les péchés. Nous recevons quelquefois des pages de confession de toute une vie.

Septièmement, le problème des communautés, en particulier des communautés chrétiennes. En général ceux qui nous écrivent à ce sujet sont des chrétiens. Il n'est pas toujours facile de savoir jusqu'à quel point ils sont vraiment « nés de nouveau ». Ils n'ont pas de bons rapports avec leur communauté, sont en mauvais termes avec leur pasteur, ne se sentent pas bien accueillis.

En huitième lieu nous recevons des remerciements. On remercie pour une direction divine reçue, ou bien on veut nous informer que quelque chose a réussi. Et on se demande pourquoi, de nouveau, ces gens s'adressent à une institution anonyme. N'ont-ils personne dans leur entourage immédiat avec qui partager leurs joies ?

En neuvième lieu, ce que nous avons réuni sous le chapitre « service ». Des gens qui savent qu'ils devraient suivre une certaine voie, obéir à un appel, ou renoncer à quelque chose, et qui cherchent conseil et aide...

III

Moyens de communication à la Radio

Il semble que l'Eglise de Jésus-Christ soit le feu rouge de l'histoire. Nous devrions être, au contraire, un phare qui se trouve à l'avant. Beaucoup pensent seulement maintenant à la valeur du travail par moyens audiovisuels, tandis que, pour le monde, tout cela va déjà de soi depuis longtemps et qu'on travaille à la façon

de développer encore ces moyens-là. Heureusement, nous avons maintenant pris l'habitude des moyens combinant les diapositives avec une bande magnétique.

Lundi dernier, nous avons eu une « première » : tous ceux qui étaient responsables de la transmission des réunions de Billy GRAHAM se sont rassemblés pour voir une série de diapositives accompagnées d'une bande magnétique. Sur un écran de 1 m. sur 3, les projections se faisaient avec trois projecteurs simultanés. C'était fascinant et dans la ligne de la campagne « Euro 70 ». Mais, avec cette affaire, nous étions encore dix pas en arrière de ce qui se fait. Certaines grand-mères auraient pu élever l'objection : « Mais pourquoi trois projecteurs ? ». Or, à la Foire de Leipzig, on a fait une émission audiovisuelle avec 21 projecteurs : dans une immense salle, les appareils étaient installés d'après les plans très minutieux de spécialistes et l'on faisait de la réclame pour une fabrique de meubles ; on avait l'impression qu'on était réellement dans la fabrique et dans les dépôts. C'était un véritable enivrement de couleurs et de sons. Mais nous, nous sommes plutôt sobres ; alors, l'enivrement ne nous plaît pas. Nous sommes abstinents et n'attachons pas d'importance à l'ivresse. Un peu plus de mouvement nous ferait du bien.

Poursuivons à présent notre étude sur la communication car l'une des nécessités de la communication c'est, d'abord l'*information*. Ce que je vous ai déjà dit n'était pas simplement une introduction, mais aussi une information que l'on peut entendre, puis oublier. Mais on peut aussi en tirer des conclusions. Nous devrions écouter les informations qui nous parviennent afin de les retransmettre. Peut-être qu'alors les annonces au culte du dimanche prendraient une autre allure. En général, les gens savent que, le mercredi, se tient l'étude biblique ; que le chœur chante le vendredi, etc. Ce sont des informations dont on pourrait se dispenser !

Quelles sont les informations dont nous pourrions nous dispenser pour l'évangélisation par la Radio ?

Un microphone n'est pas une chaire.

Le message. Lorsqu'un prédicateur se trouve devant un appareil de ce genre, il a envie de prêcher. C'est fascinant d'avoir la vision de tous ces auditeurs invisibles ! Et surtout pour les prédicateurs qui ne parlent à la radio qu'une ou deux fois, occasionnellement. Ils se disent : « Maintenant ou jamais ». Mais le moyen de communication de masse qui s'appelle la Radio a ses lois propres. Certes, nous atteignons des dizaines de milliers, ou même des centaines de milliers d'auditeurs. Mais si, parce que c'est un moyen de masse, nous parlons comme si nous avions ces masses devant nous, alors nous faisons de la « propagande » avec, seulement, un but un peu plus noble. Pour bien utiliser ce moyen de communication de masse, il faut parler à des dizaines de milliers de personnes comme si l'on s'adressait à un individu. Cela complique la chose,

mais personne n'a jamais prétendu que l'évangélisation par la Radio était une tâche facile. Vous pouvez comparer un message transmis par la Radio à une visite que vous faites à domicile, à une conversation. Ici, l'évangéliste doit évidemment réfléchir. Celui qui a l'habitude de parler dans des salles, ou sous des tentes, à des auditoires relativement considérables, se dit peut-être : « Moi, je ne fais plus de visites à domicile, je n'ai pas le temps ». Mais si cet évangéliste a l'âme pastorale, il ne doutera en tout cas pas de l'utilité d'une visite à domicile.

D'après les observations que j'ai pu faire en ce domaine, nous commettons beaucoup d'erreurs. Ceux qui utilisent le moyen de communication de masse de la Radio ne font pas assez de différence entre une prédication qu'ils prononcent sous une tente et un message qu'ils transmettent à la Radio.

Dans une conversation, on ne parlerait pas avec une grande véhémence : l'interlocuteur répondrait : « Mais tu peux me dire cela plus tranquillement ». Si on se rend compte qu'un message par Radio est, au fond, une conversation, on apprendra vite que l'évangéliste par la Radio a besoin d'un but spécial.

Tant que je parle à tout le monde à la fois, sous une tente ou dans une salle, j'ai des auditeurs avec des besoins différents, une existence différente ; et je voudrais passer quelque chose à chacun, mais je dispose de toute une heure pour cela, et puis, à la tête que font les gens je vois la façon dont ils réagissent. Or, en règle générale, un message par Radio ne dure pas plus de 15 minutes, et si l'on fait encore quelques annonces et un peu de chants, il ne reste plus que 10 minutes. Si ma musique est bonne, si les chants sont clairs et bien choisis, 5 minutes d'allocution sont amplement suffisantes. Mais si en 5 minutes vous voulez atteindre toutes les personnes qui pourraient prendre l'écouteur, vous n'arriveriez pas du tout à prêcher : vous ne feriez qu'énumérer les différents groupes auxquels vous vous adressez : « Chers auditeurs, malades et bien-portants, riches et pauvres, hommes et femmes, jeunes et vieux, employeurs et travailleurs, vous qui êtes joyeux, vous qui avez peur de la mort, vous qui êtes heureux, vous qui êtes malheureux, vous, femmes qui avez encore votre mari auprès de vous, ou bien qui avez été délaissées, etc., etc., Jésus est le bon berger, nous avons une belle nouvelle pour vous. Venez à Lui ! Amen ».

Nous conseillons de suivre une autre voie. Utilisez votre expérience pastorale. Réfléchissez aux conversations que vous avez eues récemment. Servez-vous des expériences que vous avez faites.

Nous avons été contraints à ces réflexions parce que nous avons chaque jour cinq émissions pour l'Europe Centrale, et deux pour l'Amérique du Sud. Voilà un jeune homme qui n'a jamais réfléchi à la mort, qui ne sait rien de Dieu, mais il vient d'avoir un grave accident ; il est à l'hôpital et parce qu'il y a, dans sa chambre d'hôpital, quelqu'un qui écoute déjà ces émissions par

la Radio, son attention a été attirée. Or, ce jeune homme se pose la questions : « Qu'est-ce qui me serait arrivé si j'étais mort ? ».

Ce qui est frappant, c'est que, quand on s'adresse ainsi, d'une façon très individuelle, à quelqu'un de particulier, il en est d'autres qui écoutent. Là, intervient une autre loi de la communication. Quelqu'un qui a le sens de la communication sait éveiller la curiosité des auditeurs. Il n'y a guère d'êtres humains qui ne s'intéressent pas à ce qui peut se passer dans la vie d'un autre être humain. Voilà une jeune femme qui sort d'un milieu catholique pratiquant. Elle a rencontré un jeune athée qui voudrait l'épouser. La mère de cette jeune femme a des contacts avec la Mission par la Radio, et elle demande quels conseils elle pourrait donner à sa fille. D'après nous, n'est-ce pas, ni le jeune homme, ni la jeune fille ne sont convertis. Pourquoi est-ce qu'ils ne se marieraient pas ? S'il s'agissait d'une jeune fille convertie qui voudrait épouser un jeune homme athée, la question se poserait de façon différente. Maintenant, comment vais-je dire cela à la mère ? Le sujet pourrait faire le thème d'une émission. Mais alors il ne s'agit pas d'employer de vieux clichés. Il faut réfléchir et l'on se rend compte combien il peut y avoir de fraîcheur dans le message de Jésus-Christ, car la question n'est posée ni par la jeune fille, ni par le jeune homme, mais par la mère.

Voici un autre cas. Un employé touche sa pension de retraite, mais s'afflige parce que jamais personne ne l'a remercié pour son fidèle service. Et cet homme est aigri. On pourrait en faire une émission parce que beaucoup de gens sont aigris aujourd'hui.

Un autre adore la Science au lieu de Dieu : « La seule chose qui m'intéresse c'est ce que je peux démontrer ». Avons-nous un message pour ce cas ?

Un groupe de vieilles dames se réunit une fois par semaine pour prier et faire des travaux de couture pour la Mission. Il faudrait dire à ces braves dames qu'il existe ce que l'on peut appeler l'égoïsme du groupe. Et même les travaux de l'aiguille ne sont pas nécessairement de bonnes œuvres aux yeux de Dieu, même si le résultat s'en va en Afrique Centrale. Mais qu'avons-nous à dire à ces braves dames ? Leur service est évidemment utile, mais on voudrait les amener plus loin.

Peut-être vous posez-vous la question : Si on essaie de faire face à ces différents problèmes, que devient la doctrine ? Que devient le travail biblique ? Certes, on doit aborder des thèmes dogmatiques et des études bibliques, surtout si on a l'impression que la plupart des auditeurs sont des croyants et qu'ils ont besoin d'entendre quelque chose qui s'ajoute à ce que, de toute façon, ils entendent dans leurs communautés. Mais ne devrions-nous pas employer les moyens de communication de masse non à rappeler constamment à ceux qui sont sauvés qu'ils le sont, mais pour dire

à ceux qui ne connaissent pas Christ qu'ils peuvent Le connaître ? Pourquoi et comment le faire ?

Il faut d'abord obtenir la confiance de ces gens. Nous l'avons déjà dit. Nous avons rappelé que le travail d'évangélisation par la Radio peut être comparé au travail d'un planteur. Un autre, en employant une image d'ordre militaire, compare l'évangélisation par la Radio, à l'artillerie qui bombarde la forteresse, et puis l'infanterie doit pénétrer par les brèches et s'en emparer. Je n'aime guère ce genre d'images militaires. Dans l'art de communiquer, les informations ont le plus grand effet là où elles sont transmises comme dans une conversation où l'on se trouve face à face. C'est l'expérience que l'on a faite dans les deux dernières décennies en ce qui concerne toute l'évangélisation : la plus efficace est celle qui se fait dans le « un à un », dans le contact d'homme à homme. Ce serait ce que Paul appelle l'arrosage dans I Corinthiens Chap. 3 : Appolos a arrosé. Ensuite, il s'agit d'édifier ce qui s'appliquerait aux campagnes d'évangélisation, sur une grande ou une petite échelle. Enfin, vient la moisson, si les gens sont agrégés à une communauté vivante. Billy GRAHAM nous a rappelé à Paris, dans une conférence qui faisait suite à la campagne « Euro 70 » : « De tout ce qui est semé, il n'y a qu'une partie qui peut être ensuite moissonnée ». Il le disait en rapport avec la parabole du semeur, et c'est toujours ainsi que les choses se passent. Mais il ne s'agit pas là d'une constatation pessimiste ; il s'agit d'envisager d'une façon réaliste ce que sont nos possibilités. Nous devons planter partout où nous le pouvons. Et plus nous plantons avec un but précis, mieux nos plantes risquent de prospérer.

Pour rendre justice au médium, il faut observer les structures publicitaires, ou, pour m'exprimer d'une façon un peu moins compliquée : la prédication n'est pas le seul moyen d'annoncer l'évangile par la Radio. Il ne s'agit pas là simplement d'une multiplication de la parole prononcée du haut de la chaire parce que le médium, le moyen de communication, a ses lois propres. Quelqu'un qui parle à la Radio est utilisé principalement lorsqu'il s'agit de quelque chose d'actuel, par exemple des discours, ou des manifestations politiques. Et celui qui écoute tout le programme d'une journée à la Radio sera surpris de la multiplicité des possibilités qui nous sont offertes. Il y a une grande ressemblance, en effet, entre le moyen de communication Radio et le moyen de communication Presse, Journal.

Le rapport. On pourrait ajouter aussi la méthode qui consiste à faire un *Rapport*, soit d'une façon très objective, soit sous une forme narrative. C'est, d'après nos expériences, quelque chose de très utile. Il n'est pas nécessaire de faire le grand-père contant une histoire au coin du feu, mais une histoire racontée de façon très détendue, sur le ton de la conversation, peut être très efficace. Mais, pour prendre ce style il faut avoir certaines antennes, et savoir imaginer son auditeur à l'autre bout de la Radio.

Le reportage. Un troisième moyen, c'est le *reportage*. Il est divers moyens pour faire un reportage. J'enregistre 3 heures de réunion, et puis je dois faire une émission de 7 minutes. Alors, je peux prendre les 3 premières minutes et puis les 4 dernières, et ça y est. Mais on se demande pourquoi le prédicateur a commencé avec tant de précautions et arrive si vite à la conclusion. Mais si l'on met à part trois journées pour utiliser de façon utile ces trois heures de réunion et donner une espèce de résumé de ce qui a été dit, en utilisant quelques phrases particulièrement frappantes de l'orateur, il est possible de transmettre par la Radio une véritable impression de la réunion.

Voilà des possibilités offertes aux chrétiens et dont ils ne savent pas toujours tirer parti. Il y a bien des réunions, conférences, conventions, qui sont excellentes mais où l'on aimerait avoir des auditeurs, des participants plus nombreux. En en faisant un bon reportage, on fait de la propagande pour la suivante.

L'interview. A ce thème appartient aussi le genre *interview*. Il nous faudrait du temps pour discuter de cette façon de faire. Il est, en effet, des journalistes, des interviewers qui aiment tellement parler que celui à qui ils s'adressent n'a plus qu'à répondre par oui ou par non. Le meilleur reporter c'est celui qui sait les choses mais ne montre pas qu'il les sait ; et qui pose les questions de telle sorte que c'est vraiment le questionné qui dit tout.

La table ronde. Et puis, on a aussi les conversations autour d'une « table ronde », des gens d'avis différents autour d'une table discutant d'un sujet. Ce peut être passionnant. La difficulté consiste à trouver de bons participants à ces tables rondes. A la télévision allemande, chaque dimanche, a lieu une conférence autour d'une table ronde. Et dans beaucoup de foyers on prend le repas seulement après que cette « table ronde » ait eu lieu, parce que les hommes, en particulier, le désirent. Si nous pouvions avoir seulement une émission qui soit tellement intéressante que beaucoup de gens en France se disent : « Ça, il faut à toute force que nous l'entendions ! ». Ce n'est pas possible pour un seul individu. Ce ne peut être que le résultat d'un bon travail d'équipe. Et si nous parlions de la Télévision, il y a encore l'image qui aide.

Le commentaire. Sixième méthode : *le commentaire*, c'est-à-dire des jugements sur certains événements où on ne se borne pas à relater des faits, mais on rassemble des informations de façon à leur donner un sens. Et l'on dit ce qu'elles signifient pour nous. Par exemple, l'alunissage, le débarquement sur la lune ; je ne sais pas qu'une seule émission chrétienne se soit occupée d'une façon vraiment sérieuse de cette question. Peut-être quelques allusions timorées, surtout, par exemple, la phrase : « Maintenant que nous avons pu mettre le pied sur la lune... ». J'aurais toujours envie de demander à celui qui dit cela : « Pourquoi dites-vous NOUS ? Avons-NOUS mis le pied sur la lune ? ». Quelques émis-

sions ont abordé ce problème d'une façon très critique en comparant ce débarquement sur la lune à la Tour de Babel. Evidemment, cela provoque la réaction chez ceux qui disent : « Oh ! ces chrétiens, ils sont toujours en retard ». Si nous avions plus de temps, nous pourrions peut-être nous asseoir autour d'une table ronde et commencer une discussion : le chrétien et la lune. Vous seriez très étonnés de voir les différences d'attitude. Pourquoi ne ferions-nous pas, une fois, une émission à ce sujet ? Si les Russes débarquent une fois sur la lune, il redeviendra actuel.

Il y a bien d'autres problèmes que l'on aurait pu aborder, par exemple : la contraception, le problème des générations. Faut-il encore faire une œuvre missionnaire ou non ?

La glose. La septième possibilité est de faire une *glose*. Cela ressemble un peu au genre commentaire. Mais la glose doit avoir une petite pointe dans le langage. Cela dépend de celui qui parle et des capacités qu'il a d'amener un peu d'humour en ce qu'il dit. Certains prédicateurs tachent toujours de trouver, pour commencer leurs allocutions, une plaisanterie d'une sorte ou d'une autre, pour briser la glace. C'est vrai que, dans nos réunions, dans nos assemblées, on rit assez peu, et de même en nos émissions à la Radio. Il est rare d'entendre quelque chose qui prête à rire, au moins par le contenu de ce qui est dit. Peut-être y a-t-il parfois à rire de la manière dont on parle ? Quant à la presse, comme aussi la Télévision, elles pourraient utiliser la caricature. Dans les émissions par Radio, ce genre de communication tombe. Notre caricature c'est, au fond, la glose.

Les recensions. Et voici les *recensions*, ou les revues de livres, c'est-à-dire un examen critique de ce que d'autres ont publié. Ce genre-là ne peut être employé qu'assez rarement dans nos émissions. On nous dit que nous devons éviter soigneusement de blesser quelqu'un. Mais des ouvrages paraissent et comme chrétiens nous ne devons pas, et nous ne pouvons pas les ignorer. Et puis, il peut y avoir des formes artistiques, des historiettes, des scènettes, et même dans un journal, par exemple, des romans avec suite.

IV

Le prochain congrès d'évangélisation

Le congrès d'évangélisation aux mois d'août-septembre 1971 à Amsterdam, démontrera sans doute que, jusqu'à présent, dans notre évangélisation en Europe, nous avons manqué de stratégie. Pourtant, nous sommes tellement proches, au point de vue géographique, spatial, que nous ne pouvons travailler d'une façon vraiment rationnelle que si nous nous mettons ensemble. Au point de

vue économique on nous donne l'exemple. Et de plus en plus les économies de nos divers pays sont imbriquées les unes dans les autres, soit qu'il s'agisse d'entreprises qui ont leurs racines chez nous, soit d'entreprises dont la maison-mère se trouve, par exemple, en Amérique.

Comme le moyen de communication Radio ne connaît pas de frontières, en raison même des lois de cet instrument une collaboration par delà les frontières s'impose. Nous aurions besoin d'une stratégie. Elle pourrait se manifester dans la programmation. Nous devrions nous réunir et nous demander : « Est-ce que nous voulons simplement tel genre de méditation à la Radio, ou bien voulons-nous utiliser toutes les possibilités qui nous sont offertes par la structure de ce moyen de communication qui s'appelle la Radio ? ».

En rapport avec ce programme, nous aurions à envisager d'inviter des artistes, des orateurs, des savants, des spécialistes en divers domaines. Et puis, en coordonnant nos programmes, nous devrions aussi apprendre à travailler ensemble. Par exemple, lire ensemble certains manuscrits d'émission. C'est incroyable de voir toutes les erreurs qui se glissent dans un travail fait par un homme solitaire. Et le sens de l'équipe doit aussi se développer dans la réalisation de notre tâche.

Nous devrions échanger nos experts, ou nos chanteurs, ou nos chœurs. Nous devrions travailler à développer ensemble certains jeunes talents. Et là, ce ne sont pas des considérations de politique ecclésiastiques qui devraient entrer en ligne de compte en premier lieu, mais essentiellement le devoir de l'amour. Si dans le travail de Radio, un certain individualisme est encore possible, un travail sérieux de Télévision étendu sur un vaste espace de temps ne pourra être accompli que si, ensemble, nous prenons nos responsabilités.

Martin LUTHER a une fois déclaré que l'imprimerie était le plus magnifique et le dernier cadeau qui nous ait été fait, par lequel Dieu accomplit la diffusion de l'Évangile. Il est certain qu'aujourd'hui la Radio et la Télévision sont les cadeaux les plus précieux et les plus importants qui nous aient été faits pour le proclamer. On ne peut pas dire que ce soit les meilleurs, parce que la presse n'est pas éliminée, au contraire. Il faudra faire un travail sérieux pour coordonner l'ensemble des possibilités qui nous sont offertes, par les moyens de communication de masse.

Mon désir c'est que Dieu vous accorde, dans ce domaine-là, beaucoup de sagesse, en France.

LA LITTÉRATURE CHRETIENNE

par André THOBOIS.

Plutôt que de proposer des solutions, j'ai le sentiment d'avoir des questions à poser, et j'espère pour ma part recevoir, par les réponses qui seront apportées, des enseignements susceptibles de nous permettre de mieux accomplir la tâche qui nous a été confiée aux uns comme aux autres.

Est-il nécessaire de rappeler l'importance de l'imprimé dans l'évangélisation ? A plusieurs reprises au cours de ces journées, on a souligné que la presse et la littérature occupent une grande place dans le travail d'évangélisation. N'a-t-on pas constaté souvent, en effet, que ceux qui utilisent d'autres moyens, comme par exemple la radio, tiennent à transcrire sur des feuilles de papier un certain nombre des messages donnés à la radio, pour les diffuser sous cette forme ? Ainsi le message qui a été donné sur les ondes ne suffit pas : les auditeurs réclament un texte qui puisse être lu, et les promoteurs de ces programmes estiment nécessaire que leur travail soit complété de cette manière. Faut-il alors penser que l'antériorité de la méthode écrite prime encore sur le marché ? Oui, mais il y a aussi d'autres raisons. Dans un petit livre de George VERWER, publié récemment par les Groupes Missionnaires, on lit que la page imprimée, la littérature chrétienne, peut être considérée comme le missionnaire idéal. Peut-être avez-vous de cet idéal une autre notion, surpassant des bouts de papier, même bien présentés ? Mais ce qu'il faut retenir de ce petit livre c'est l'importance de la page imprimée pour l'évangélisation. On cite souvent cette parole de Benjamin FRANKLIN : « Avec 25 soldats, je me charge de révolutionner le monde » : et l'on précise que ces 25 soldats sont les 25 caractères de l'alphabet. Heureusement, les chrétiens eux-mêmes, pour ce qui concerne le message qui leur est propre, ont été conscients que ces 25 lettres doivent être utilisées pour l'évangélisation.

Mais on constate aussi que la page imprimée, la littérature, le prospectus, le traité, le magazine, le livre, sont employés abondamment par d'autres que par des chrétiens. Des tonnes et des tonnes d'imprimés sont répandues chaque année à travers le monde,

Tiers-Monde y compris. Je lisais récemment que le petit livre rouge de Mao est certainement l'ouvrage le plus diffusé actuellement. Non, nous ne sommes pas seuls sur le marché, pas plus que dans le domaine radiophonique.

Le texte écrit, puis le texte imprimé, ont été employés depuis les origines pour transcrire, conserver et transmettre le message divin. Ainsi dans les livres de l'Ancien Testament on est interpellé par cet appel constant à cette parole conservée par écrit. Tout d'abord cette parole était simplement conservée. Puis elle fut transcrite pour qu'elle ne soit pas déformée et pour qu'elle soit ensuite transmise. Avec le plus grand soin les copistes ont contribué à diffuser ces textes; il en fut ainsi jusqu'à GUTENBERG. Ce dernier considéra sans doute qu'il était fatigant d'écrire à la main, et chercha un autre moyen pour obtenir une transcription plus commode et surtout une diffusion beaucoup plus large !

Le problème de la littérature se situe sur plusieurs plans. Il couvre deux grands domaines : d'une part celui de la production, d'autre part celui de la diffusion de cette littérature.

Je voudrais d'abord dire quelques mots de la production. Puis, dans l'entretien qui suivra, nous parlerons de la distribution.

1°) La *production* concerne en premier lieu le *genre* de littérature que nous allons produire; nous trouvons là une très grande diversité. Elle va du livre à l'affiche, ou à l'insertion d'un texte dans une publication qui n'est pas religieuse. Le traité, le journal, le magazine, la revue, sont des genres différents. Et nous sommes toujours obligés de considérer justement quel genre nous allons utiliser avec le plus de profit. Parfois l'on hésite entre les différents genres parce que l'on n'a pas une vue claire sur ce que l'on veut exactement. On n'a pas non plus toujours les moyens voulus pour réaliser ce que l'on voudrait.

2°) A côté de la question du genre, il y a celle du *contenu*. Nous sommes certainement en présence d'une des questions les plus essentielles. Notre propos concerne l'importance de la littérature dans l'évangélisation. Mais où commence cette littérature d'évangélisation, et où finit-elle ? Sans aucun doute notre but est de faire « passer » le message. Il me semble que tout ce qui a été dit sur le langage et précisément sur les difficultés que nous avons aujourd'hui, par exemple, à exprimer d'une manière adéquate les messages qui sont donnés par la radio, s'applique de la même manière à ce qui est écrit. Les questions de témoignages, d'interview, d'illustrations diverses, de reportages, d'études, d'articles sous forme d'appel, tout cela appartient au domaine de la littérature avant d'appartenir à celui de la radio. Ce qui échappe à la radio et reste dans le domaine de la littérature, c'est la bande dessinée, et l'illustration graphique; elles peuvent être utilisées à la télévision mais l'on a pour le moins un peu de peine jusqu'à présent à les transcrire en termes radiophoniques !

3°) Nous avons aussi les problèmes de la *présentation* du contenu. Il paraît que les bons lecteurs d'une revue lisent, grosso modo, un tiers de la revue, et parcourent sans les lire les deux autres tiers. L'habillage du texte compte pour un pourcentage de plus en plus important. Peut-on oser dire que la présentation du texte compte aujourd'hui pour 50 %, autant que la valeur du texte lui-même, surtout en ce qui concerne les revues, traités, magazine, affiches ? La publicité rend le public plus exigeant quant à la présentation. En publicité, le but de la présentation est justement de faire vendre le produit. Nous n'avons pas de produit à vendre. Au contraire, ce que nous avons à proposer nous le donnons. « L'Evangile est gratuit », aimons-nous à dire. Mais ne devons-nous pas présenter ce message avec autant de passion et de soin qu'on le fait pour la chose la plus banale à vendre ? Parfois, quand on considère notre littérature et nos publications, ne pourrait-on pas se demander si nous croyons vraiment à ce que nous voulons faire passer ? Quelques-uns, je le sais, diront que faire étalage d'un certain luxe peut freiner cette diffusion. De toute façon il est sûr que le soin apporté dans la présentation doit être aussi minutieux que celui qui concerne le vocabulaire, le style, et le message lui-même, le texte même que l'on veut faire connaître.

4°) Un dernier point avant d'entrer dans notre débat : celui de la *diversité des publications* que nous pouvons avoir. Il est certain qu'il y a une floraison, magnifique diront les uns, pitoyables rétorqueront d'autres, de feuilles et d'imprimés de toutes sortes. Pourquoi donc ? Pour quelles raisons ? Il vaut sans doute la peine d'essayer de le savoir. Je me demande, quant à moi, si cela ne résulte pas de plusieurs faits. D'une part la diversité de nos points de vue : nous n'avons pas toujours les mêmes conceptions, et chacun pense qu'il doit faire connaître ses propres idées. D'autre part, le désir de s'exprimer, de transmettre le message, la bonne nouvelle que d'autres doivent connaître. Quand on se lance dans cette aventure, seul ou avec quelques autres, on a la conviction que l'éventail proposé est encore incomplet, et qu'il sera complété heureusement par la publication projetée. Disons encore qu'une des raisons de cette floraison résulte aussi de la conviction que les publications offertes ne sont pas satisfaisantes, et que l'entreprise qu'on va lancer est de bien meilleur aloi. On est sûr de faire mieux que les autres n'ont fait jusqu'à présent. C'est vrai, parfois, mais pas toujours.

Certains pensent qu'il faudrait simplifier et regrouper diverses publications évangéliques. Même si tous les arguments allant dans ce sens sont valables, il n'en demeure pas moins, à l'opposé, qu'il y a également une grande diversité de besoin spirituels. Ainsi, il est évident qu'une même publication ou une même collection ne peut pas atteindre toutes les catégories voulues. Dans cette espèce d'éparpillement, s'il y a une faiblesse il y a aussi une richesse. La chose importante à savoir c'est que le champ de travail

n'est pas encore saturé. Mais si nous voulons accomplir un travail valable, il nous faut le soigner plus que jamais.

L'entretien qui suivit cette communication fut centré surtout sur les problèmes de la *distribution* : comment assurer une diffusion plus large ? Les méthodes commerciales modernes, l'emploi de la publicité partout où cela se peut sont à développer. Les libraires s'y emploient et ils doivent y être encouragés. Mais l'essentiel de la diffusion de l'imprimé chrétien, quel qu'il soit, repose pour une grande part sur l'activité des chrétiens eux-mêmes. « Opération Mobilisation » non seulement distribue chaque année des millions de traités, mais elle vend aussi des dizaines de milliers de livres. Chaque chrétien devrait se sentir comme mobilisé pour une action semblable aux conséquences si multiples.

Les questions de diffusion sont aussi liées aux *prix de revient*. Des co-éditions entre éditeurs de Belgique, France et Suisse devraient permettre une plus importante distribution, donc une diminution du coût à l'unité. Des collections genre « livre de poche » sont à l'étude.

En temps et hors de temps l'imprimé sème le message de l'amour de Dieu.

LA REVUE RÉFORMÉE

Abonnements, envois de fonds et dons

Les abonnements **de solidarité** permettent d'assurer le service de la Revue :

- a) à *prix réduit*, aux pasteurs (ou assimilés) et aux étudiants ;
- b) *gratuitement* aux bibliothèques d'hôpitaux, de sanas, de prisons, etc... ;
- c) aux bibliothèques d'étudiants et de divers Facultés, afin d'y faire connaître nos publications et en vue d'une raisonnable propagande.

Pour soutenir notre œuvre et faciliter nos publications, des *dons* peuvent être adressés soit par des coreligionnaires français qui désirent s'associer à notre travail, soit par des protestants étrangers qui, sans vouloir s'abonner à la *Revue Réformée*, sont cependant heureux de participer à notre effort.

FRANCE : *Commandes* : 10, rue de Villars, 78-Saint-Germain-en-Laye.

Abonnements, envois de fonds et dons : M. Jean MARCEL, 23, rue de Tourville, 78-Saint-Germain-en-Laye (Yvelines). C.C.P. Paris 7284.62.

Abonnement : 19 F. Abonnement de solidarité : 35 F ou plus.

Pasteurs et assimilés, étudiants : prix réduit, 12 F. 50.

ALLEMAGNE : Pastor Wilhelm LANGENOHL, 407, Rheydt, in der Aue, 11. Konto Nr. 48 54. Städt. Sparkasse, Rheydt. Postcheckamt : Köln 7275.

Abonnement D.M. 16 ; Etudiants : D.M. 11.

BELGIQUE : M. le pasteur Paulo MENDES, rue Daussoigne Méhul, 4000. Liège. Compte courant postal 3776.05.

Abonnement : 160 francs belges, Abonnement de solidarité : 300 francs belges ou plus.

Pasteurs et étudiants : 110 francs belges.

ETATS-UNIS, CANADA : STECHERT-HAFNER Inc., 31 East 10th Street, New-York 3, N.Y. (U.S.A.).

Abonnement : \$ 4, — Abonnement de solidarité : \$ 8 ou plus.

GRANDE-BRETAGNE : Dr David HANSON, 44, Arden Road, Finchley, London, N. 3.

Abonnement : £ 1,6, Student sub. £ 1.

ITALIE : Libreria di Cultura Religiosa, Piazza Cavour 32, Roma, C.C. Postale 1/26922.

Abonnement : lres 1.500.

Pasteurs et assimilés, étudiants : lire : 1.000.

PAYS-BAS : Mme F. J. A. de ROO-PANCHAUD, 128, Cort Van der Lindenstraat, « Lolde Vue », Hoogezand (Groningue). Giro : 1.3765.60.

Abonnement : Fl. 14. Abonnement de solidarité : Fl 30 ou plus.

Etudiants : prix réduit : Fl. 10.

PORTUGAL : Rui Antonio RODRIGUES, Avenida Dr Augusto da Silva Martins 17. Rossio ao sul do Tejo.

Abonnement : 60 \$ 00.

Pasteurs et assimilés, étudiants : 43 \$ 50.

SUISSE : M. R. BURNIER, Beauséjour, 16. 1003, Lausanne. Compte postal : 10.6345.

Abonnement : 16 francs suisses. Abonnement de solidarité : 30 francs suisses ou plus.

Pasteurs et assimilés, étudiants : prix réduit : 11 francs suisses.

AUTRES PAYS : 22 F.

PUBLICATIONS DISPONIBLES

1° Au siège de *La Revue Réformée*, 10, rue de Villars, 78-Saint-Germain-en-Laye, (France). C.C.P. Pierre MARCEL, 3456.23, Paris. 15 % de réduction, franco, pour commandes adressées au siège de la Revue

	F
<i>Ta Parole est la Vérité</i> , Conférences du Congrès de Théologie Evangélique de Paris 1968	12,—
Rudolf Grob, <i>Introduction à l'Evangile selon saint Marc</i> , Présentation de J.G.H Hoffmann	6,—
Birger GERHARDSSON, <i>Mémoire et Manuscrits dans le Judaïsme rabbinique et le christianisme primitif</i>	4,50
<i>Canons du Synode de Dordrecht (1618-1619)</i>	4,50
Jean de SISMONDI (1773-1842). Précurseur de l'Economie Sociale	6,—
Jean CALVIN, <i>Sermons sur la mort et passion du Christ (Esaïe LIII)</i>	5,—
<i>La Nativité :</i>	
1. L'Annonce faite à Marie et à Joseph	4,—
2. Le Cantique de Marie	4,—
3. Le Cantique de Zacharie	4,—
4. La Naissance du Sauveur	4,—
Les quatre fascicules ensemble	12,—
G. C. BERKOUWER, <i>Incertitude moderne et Foi chrétienne</i>	4,50
Théodore de BÈZE, <i>La Confession de Foi du Chrétien</i> , Texte modernisé, Introduction, préface et notes de Michel Réveillaud	12,—
Herman DOOYEWEERD, <i>La nouvelle tâche d'une philosophie chrétienne</i> ..	6,—
John MURRAY, <i>Le Divorce</i>	6,—
Arthur PFENNINGER, <i>Pour l'Honneur de Dieu</i> (Le drame de la vie de Calvin), Pièce en trois actes, adaptation française d'Edmond Duméril ..	4,50
Auguste LECERF :	
<i>La Prière</i>	5,—
<i>Des moyens de la Grâce</i>	6,50
<i>Le Péché et la Grâce</i>	5,—
Pierre MARCEL :	
<i>La Confirmation doit-elle subsister ? Théologie Réformée de la confirmation</i>	9,—
<i>Le Baptême, Sacrement de l'Alliance de Grâce</i>	12,—
<i>L'Actualité de la Prédication</i>	6,—
<i>Christ expliquant les Ecritures</i>	3,—
<i>L'Humilité d'après Calvin</i>	3,—

2° A la Librairie Protestante, 140, Bd Saint-Germain, Paris, 6°
(Tarif Librairie)

Pierre MARCEL :	
<i>A l'Ecole de Dieu, Catéchisme réformé</i>	10,50
<i>A l'Ecoute de Dieu, Manuel de direction spirituelle</i>	8,—
<i>Catholicisme et Protestantisme</i> , Lettre pastorale du Synode général de l'Eglise réformée des Pays-Bas sur l'Eglise catholique-romaine. 4° éd., « Les Bergers et les Mages »	7,—
<i>La Confession de Foi des Eglises réformées en France</i> , ou <i>Confession de La Rochelle</i> . Format de poche, « Les Bergers et les Mages »	3,20
Jean CALVIN :	
<i>La vraie façon de réformer l'Eglise</i>	10,—
<i>Petit Traité de la Sainte Cène</i> , Adaptation en français moderne, « Les Bergers et les Mages »	4,20
<i>Institution de la Religion Chrétienne</i> , 4 volumes, « Labor et Fides », brochés	144,—
<i>Commentaire sur le livre de la Genèse</i> , « Labor et Fides »	80,—
<i>Commentaire sur l'Evangile de Jean</i> , « Labor et Fides »	84,—
<i>Commentaire sur l'Epître aux Romains</i> , « Labor et Fides »	43,—
<i>Commentaires sur les Epîtres aux Galates, Ephésiens, Philippiens, Colossiens</i> , « Labor et Fides »	49,—
Jean CADIER, Calvin, P.U.F.	10,—
Jean CADIER, Calvin, collection philosophes, P.U.F.	7,—