

CITP
Cahiers Internationaux de Théologie Pratique

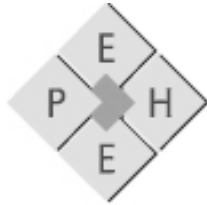
Série « Recherches » n° 18.1

Eglise et Internet : une sociologie des sites Web paroissiaux et diocésains de l'Eglise catholique de France

Renaud LABY

Publié sur le site : www.pastoralis.org en janvier 2017





**École Pratique
des Hautes Études**

**Master en Sciences
Historiques,
Philologiques et
Religieuses**

**Mention Sciences des
Religions et Société**

Voie Recherche

Spécialisation en Sociologie de la Religion

**Église et Internet :
une sociologie des sites Web paroissiaux et
diocésains
de l'Église catholique de France.**

Renaud Laby

Septembre 2014

Sous la direction de Monsieur Philippe Portier

Directeur d'études - Section des sciences religieuses

Ecole Pratique des Hautes Études - Sorbonne

Groupe Sociétés, Religions, Laïcités (GSRL)

Table des matières

Introduction	5
 I.- La construction d'une stratégie missionnaire en ligne.	30
Brève sociologie du catholicisme français.....	30
L'Église se donne les moyens de sa visibilité sur le Web	37
Des sites Web à la structure et au contenu standardisés	52
Des sites d'évangélisation ?	67
 II.- La réception par un auditoire catholique ?	72
La fréquentation des sites Web paroissiaux et diocésains	73
La relation des internautes aux sites paroissiaux et diocésains.....	81
Le profil socioreligieux des catholiques pratiquants en ligne.....	94
Des sites reflets du catholicisme en France	113
 III.- Des stratégies d'installation dans l'espace public	117
La prise de conscience des acteurs de l'Internet catholique.	118
Les stratégies envisagées pour la communication ecclésiale.....	124
Une vision partagée de l'évangélisation : entre dialogue et lobbying	148
 Conclusion.....	154

Introduction

« N'ayez pas peur du numérique », tel était en substance l'appel que lançait M^{gr} Hervé Giraud, le 8 avril 2014, aux évêques de France réunis à Lourdes pour la première de leurs rencontres bisannuelles¹. L'évêque de Soisson présentait une première version des nouvelles orientations pour la communication de l'Église de France, élaborées par le Conseil pour la communication dont il est le président, et que l'épiscopat français pourrait bientôt promulguer. Selon lui, Internet, le continent numérique, transforme la vie ecclésiale et pose des questions ecclésiologiques et pastorales que les responsables de l'Église doivent étudier. Cet appel était surtout motivé par l'apparition, depuis le milieu des années 2000, d'un nouveau paradigme de la communication en ligne qui laisse à l'internaute la possibilité d'interagir sur la Toile et qui provoque l'Église à ne plus seulement communiquer son message de manière unidirectionnelle, du haut vers le bas. Ce nouveau paradigme se manifeste plus particulièrement à travers ce qu'il est commun d'appeler aujourd'hui « les réseaux sociaux ».

L'appel de M^{gr} Giraud ne doit cependant pas enjoindre à considérer que l'Église n'ait pas déjà d'existence sur la Toile. La Conférence des Évêques de France (CEF) a inauguré son site Web dès 1996. Erigé en site portail à la fin des années 1990, il héberge aujourd'hui sept cent soixante-quatre sites, tous adossés à une institution catholique reconnue par les évêques et figurant dans le *Guide de l'Église catholique en France* publié chaque année. Ces institutions sont les diocèses, les paroisses, les congrégations religieuses, les services nationaux, les mouvements et les associations de fidèles. Toutefois, qu'ils soient ou qu'ils ne soient pas hébergés par le site Web de la CEF, 70% des diocèses de France disposaient en 2001 d'un site Internet. Ils sont tous présents sur le Web aujourd'hui et avec eux des centaines, voire des milliers, de paroisses et d'institutions catholiques diverses.

¹ Cf. Bruno BOUVET, « N'ayez pas peur du numérique », *La Croix*, 9 avril 2014, n° 39856, p. 17.

Au-delà des nouvelles orientations que préparent les évêques de France pour ajuster la communication de l'Église aux évolutions technologiques de la Toile, il semble donc important de souligner que l'institution catholique dans l'Hexagone y est très présente depuis bientôt vingt ans pour affirmer son identité. Cette présence toutefois pose diverses questions : que sont ces sites institutionnels catholiques ? Quelle information diffusent-ils ? Qu'annoncent-ils ? À qui entendent-ils s'adresser : aux catholiques pratiquants, à un public plus éloigné de l'Église, aux non-croyants ? Qui sont effectivement les internautes qui les consultent ? Le sociologue s'interroge.

Peu d'ouvrages cependant s'intéressent à ces questions et aux usages d'Internet par les catholiques et aucun d'entre eux ne propose une réelle analyse des sites institutionnels de l'Église romaine. Un mémoire de maîtrise en sciences de l'information et de la communication, analysant la place de l'Église catholique sur la Toile, a été soutenu en 2001. En 2003, le livre de Jérôme Cottin et Jean-Nicolas Bazin, *Vers un christianisme virtuel ? Enjeux et défis d'Internet*, a longtemps été une référence pour les acteurs du Web catholique et protestant. Celui de Jean-François Mayer, publié en 2008, analyse de manière plus générale et comme l'indique son titre, le rapport entre *Internet et Religion*. La CEF a elle-même en interne procédé à une *Étude sur les besoins et les attentes des diocèses sur l'utilisation d'Internet en France en 2011*. Celle-ci offre un état des lieux des sites Internet diocésains en termes d'historique, d'objectifs de communication, de ressources humaines et financières, de technologies mises en œuvre mais aussi de fréquentation. Un mémoire de master 2 « Culture et Métiers du Web » été soutenu en juin 2013, il fait le point sur la communication de l'Église et propose plus particulièrement une analyse du site Web du diocèse de Versailles. Enfin, le seul ouvrage sociologique récent traitant du rapport des catholiques à Internet est celui qu'Isabelle Jonveaux, jeune chercheuse de l'Ecole des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), a publié au printemps 2013 : *Dieu en ligne. Expériences et pratiques religieuses sur Internet*. Spécialiste de l'économie monastique, elle a mené une étude très approfondie des usages d'Internet par les religieux cloîtrés et apostoliques. L'approche sociologique de l'Église catholique sur

Introduction

Internet est donc balbutiante et le présent mémoire entend y contribuer à sa mesure.

Toutefois, comme en témoignent les lignes qui précèdent, les sites institutionnels de l'Église romaine en France sont très nombreux et le champ d'étude est donc vaste. Aussi, pour mener cette analyse dans le cadre du master Sciences des Religions et Société à l'Ecole Pratique des Hautes Études (EPHE), a-t-il été convenu que celle-ci serait limitée aux quatre-vingt-treize sites diocésains² et aux trois cent cinquante-neuf sites paroissiaux hébergés par le site portail de la CEF. D'une part, ils ont en commun l'ambition de s'adresser à la diversité des publics présents sur la Toile, d'autre part, ils sont reliés à des communautés réelles et à un territoire pour lequel il est possible d'établir le nombre d'habitants et le taux de pratique dominicale. Les types de public de ces sites sont ainsi plus facilement cernables. Il s'agit donc d'essayer de comprendre comment l'Église se dit sur les sites paroissiaux et diocésains, mais aussi ce que ces sites, et leur fréquentation, expriment du positionnement de l'Église catholique en modernité religieuse dans la France laïque de 2014.

Pour formuler la question qui motivera l'analyse, la lecture de quelques auteurs s'impose. Avec un enthousiasme certain, Jérôme Cottin et Jean-Nicolas Bazin soulignaient en 2003 qu'Internet est d'abord un outil d'information et de communication interne à l'Église qui peut cependant être aussi mis au service de son témoignage dans le monde³. Cinq années plus tard, Jean-François Mayer relevait également les avantages pour une paroisse de disposer d'un site Web pour la diffusion de l'information et le maintien d'un contact entre les membres d'une communauté, mais il retenait que les sites locaux, paroissiaux notamment, n'étaient pour la plupart finalement rien d'autre que des compléments du bulletin paroissial⁴. À son tour, en 2009, lors d'une session des acteurs de l'Internet catholique

² En fait, seuls soixante dix-sept sites diocésains sont actuellement hébergés par le site portail de la CEF, mais celle-ci a transmis la liste des adresses de quatre-vingt treize sites Web qui a servi de base à cette recherche.

³ Cf. Jérôme COTTIN, Jean-Nicolas BAZIN, *Vers un christianisme virtuel ? Enjeux et défis d'Internet*, Genève : Labor et Fides, 2003, pp. 75-105.

⁴ Cf. Jean-François MAYER, *INTERNET ET RELIGION*, Gollion (Suisse): Infolio éditions/Fribourg (Suisse): Religioscope, 2008, pp. 47-54.

organisée par la Commission des Évêques Européens pour les Médias, M^{gr} di Falco, évêque de Gap et d'Embrun,⁵ s'exprimait ainsi: « les sites catholiques sont des extensions ou des duplicata de nos feuilles paroissiales, de nos bulletins diocésains. Ils sont à usage interne. Ils parlent la langue des initiés à l'usage exclusif des initiés »⁶.

L'étude interne, précédemment évoquée, menée en 2011 par la CEF montre que si les responsables de la communication des diocèses n'ignorent pas cette réalité, ils ne renoncent pas cependant à penser leurs sites comme des outils potentiels d'évangélisation⁷. Cette ambition serait-elle l'indicateur qu'il existe chez les acteurs de l'Internet institutionnel catholique un imaginaire selon lequel la présence sur la Toile assure une diffusion du message de l'Église auprès de tous les internautes ? Possible en théorie, ce présupposé mérite d'être vérifié scientifiquement.

Les sites paroissiaux et diocésains se trouvent donc partagés entre la nécessité de communiquer en interne et leur intention d'annoncer la foi en ligne. Aussi, la question posée par l'étude sera la suivante : les sites institutionnels catholiques, paroissiaux et diocésains, sont-ils des sites d'évangélisation et/ou de renforcement de l'appartenance communautaire ? En d'autres termes, ces sites tentent-ils et parviennent-ils à lier ces deux approches de leur communication ?

Depuis près de vingt années, Internet s'est donc immiscé dans les pratiques quotidiennes de l'Église catholique. Avec la Toile, une nouvelle page s'écrit de l'histoire du rapport des médias à l'Église. Au seuil de cette

⁵ Au sein de la CEF, M^{gr} di Falco-Léandri, évêque de Gap et d'Embrun, a présidé le Conseil pour la communication jusqu'en 2010. Il a également présidé la Commission des Évêques d'Europe pour les Médias (CEEM) et il a été consultant du Conseil pontifical pour les communications sociales à Rome.

⁶ M^{gr} Jean-Michel DI FALCO-LEANDRI, « La culture de l'Internet et la communication de l'Église », Rome : CEEM, 2009, [En ligne] URL : <http://www.presse-catholique.org/rubriques/gauche/textes-de-references/discours-de-mgr-di-falco-leandri-a-l2019assemblee-pleniere-de-la-commission-episcopale-deurope-pour-les-medias-ceem>, consulté le 16 juin 2013.

⁷ Cf. CONFERENCE DES ÉVÊQUES DE FRANCE, *Étude sur les besoins et les attentes des diocèses sur l'utilisation d'internet en France en 2011*, document à usage interne, Paris : CEF, 2012, pp. 6 et 9.

Introduction

étude, il paraît nécessaire d'en rappeler les étapes essentielles, trop schématiquement sans doute.

Brève histoire de l'Église et des médias.

La communication appartient à l'essence même de l'Église. Porteuse d'un message qu'elle est chargée de transmettre par la parole, la prédication et la mission, l'Église est communicante. En d'autres termes, elle est, pour l'ecclésiologie catholique, le moyen que Dieu se donne pour se communiquer au monde : l'Église est média.

Communicante, et d'une certaine manière habituée des médias, l'Église l'est depuis la prédication apostolique au lendemain de l'événement fondateur du christianisme, la mort et la résurrection du Christ, vers l'an 33 de notre ère. La voix des premiers chrétiens et le réseau des voies romaines furent les premiers médias à véhiculer le message de l'Église dans l'Empire. Le récit du livre des *Actes des Apôtres* en témoigne et plus particulièrement encore la figure de l'apôtre Paul. Entre 46 et 58, trois voyages successifs le menèrent vers diverses localités d'Asie mineure et jusqu'en Grèce pour prêcher l'Évangile et fonder des communautés.

L'écrit toutefois ne tarda pas à faire son apparition dans le christianisme naissant. Saint Paul lui-même fut un auteur prolixe. Entre 50 et 67, il s'adresse aux communautés qu'il a fondées pour les encourager et les exhorter à la foi et aux bonnes mœurs. Le corpus de ses lettres, rédigées en grec, est le plus important du *Nouveau Testament* et compte parmi les plus anciens. D'autres textes, aujourd'hui disparus, ont vraisemblablement été écrits dans les premières années du christianisme. Une collection de paroles du Christ, dite *source des logia* ou *source « Q »*, fut constituée entre les années 40 et 50 dans laquelle puisèrent les évangélistes Matthieu et Luc.

Les supports les plus courants de tous ces textes du premier siècle étaient le papyrus et le parchemin. L'un et l'autre pouvaient être assemblés en rouleaux, appelés *volumen*, fixés par chaque extrémité du ruban à un manche en bois. À la fin du premier siècle, apparaît le *codex*, « c'est-à-dire

un livre composé de feuilles pliées, assemblées et reliées »⁸. Mais il faut attendre le IV^e siècle pour qu'il s'impose au *volumen*, moins facile à manipuler.

Le plus ancien fragment connu du *Nouveau Testament* est le papyrus P52 daté de 125 après Jésus-Christ qui reproduit quelques versets du chapitre dix-huit de *l'Évangile selon Saint-Jean*. Les *codex* des textes bibliques en langue grecque les plus anciens datent du début du IV^e siècle de notre ère et ont été rédigés sur vélin⁹. Il s'agit des *codex Sinaiticus*, composé entre 325 et 360 et *Vaticanus* composé vers 340. Ils semblent avoir été commandés par les empereurs. Constantin en effet, peu après le concile de Nicée, demande à Eusèbe de Césarée cinquante exemplaires de la Bible, le *codex Vaticanus* serait l'un d'eux¹⁰ à moins qu'il ne soit l'un de ceux que l'empereur Constant commanda à Athanase d'Alexandrie en 340¹¹. Ces commandes sont motivées par diverses raisons : la nécessité d'abord, dans une période de tensions théologiques et ecclésiologiques, de fixer le canon des Écritures ; la construction ensuite de nombreuses églises à Constantinople qui appelait la production d'ouvrages pour le culte ; l'aspect pratique du *codex* enfin pour l'étude des textes et de la théologie¹².

En Occident, l'émergence du monachisme aidant, c'est par ces *codex* que des générations de moines copistes, mais aussi de clercs ont transmis les textes sacrés et la théologie de l'Antiquité et du Moyen-âge jusqu'à l'Époque moderne. Toutefois, la production forcément limitée d'ouvrages n'offrait l'accès à ces textes qu'à une élite lettrée. Il serait cependant partial de ne citer que le *codex* comme moyen de transmission du message de

⁸ Roger CHARTIER, « Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique », *Text-e. Le texte à l'heure de l'Internet*, sous la direction de ARIKHA Noga et ORIGGI Gloria, Paris : Bibliothèque Centre Pompidou, 2003, 256 p.

En ligne http://cv.uoc.edu/~04_999_01_u07/chartier2.html, consulté le 22 mai 2014.

⁹ Une peau très fine de veau mort-né, qui ne doit pas être confondue avec le parchemin.

¹⁰ Cf. EUSEBE DE CESARE, *La vie de Constantin*, traduction Marie-Joseph RONDEAU, Paris : Cerf, 2013, Coll. Sources chrétiennes, pp. 446-501.

¹¹ Cf. ATHANASE D'ALEXANDRIE, *Oratio de incarnatione verbi*, Paris : Migne, 1857, Coll. Patrologie grecque N°25, colonne 101A.

¹² D'autres *codex* sont aussi à mentionner : l'*Alexandrinus* et le *Codex de Bèze* composés au cours du V^e siècle. Le dernier, à la différence des autres, est un manuscrit bilingue grec et latin.

Introduction

l'Église tout au long de ces siècles. Sans doute l'oralité a-t-elle grandement contribué à le faire connaître à des populations peu instruites. En outre, l'iconographie des bibles historiées, celle aussi des mosaïques, des vitraux et celle encore, peinte à fresque, sur les murs des églises et des cathédrales, ont joué probablement un rôle éminent dans la christianisation de l'Europe.

Avec l'invention de l'imprimerie, au XV^e siècle, qui a encouragé une plus grande diffusion de la Bible, apparaissent les premières réflexions et les premières réticences de l'Église à l'égard des médias. En 1487, le pape Innocent VIII, dans la constitution *Inter multiplices*, s'inquiète de cette nouvelle technique qui peut contribuer à diffuser des écrits pernicioseux, il interdit donc l'impression des livres qui n'auraient pas reçu au préalable l'autorisation de la Curie romaine. Moins d'un siècle plus tard, en 1559, sous le règne du pape Paul IV, est publié l'*Index Librorum Prohibitorum*, une liste exhaustive de livres classés par l'Église comme impropres à la lecture des fidèles. La liste ne cessera d'être mise à jour jusqu'en 1966, année de son abolition par Paul VI.

Dès lors, la méfiance que suscite pour l'Église la diffusion d'idées nouvelles contraires aux siennes ne cessera de croître et se cristallise avec l'émergence de la modernité au XVIII^e siècle. Pour Rome, le siècle des Lumières, qui faisait la promotion des droits de l'homme et de l'autonomie du sujet, était une menace pour son autorité, la foi et les mœurs. Aussi, les moyens qui rendaient possible la diffusion de telles idées furent très rapidement la cible de ses critiques. En 1766, Clément XIII, dans son encyclique *Christianae reipublicae salus*, s'attaque sur un ton apocalyptique aux auteurs éloignés de la saine doctrine et qui « battent en brèche les fondements de la religion (...). Il faut combattre résolument le fléau mortel de tant de livres »¹³.

La Révolution Française et l'émergence au XIX^e siècle des idées libérales, nationalistes et socialistes ne vont pas contribuer à apaiser les tensions entre la presse et les papes intransigeants qui règnent à Rome en monarques absolus. En 1832, Grégoire XVI dans l'encyclique *Mirari vos*, condamne sans le nommer le journal français *L'Avenir* et son propriétaire, un prêtre, Félicité de Lamennais, jugé trop libéral. Pour le souverain pontife,

¹³ MEDIATHEC, *Les médias. Textes des Églises*, Paris : Le Centurion, 1990, p. 18.

la liberté de la presse est « la liberté funeste dont on ne peut avoir assez d'horreurs »¹⁴. L'histoire retient également la figure de Pie IX auteur du *Syllabus errorum*, le catalogue des erreurs modernes parmi lesquelles figure la liberté de la presse. Il fut rédigé en 1864 pour accompagner l'encyclique *Quanta cura*. Il condamne la liberté d'expression et de pensée, sources de la « corruption morale et spirituelle des peuples »¹⁵.

Selon Bernard Daguenais, ce positionnement de l'autorité romaine confirme « la puissance et l'importance des nouveaux modes de la communication sociale. La première réaction de l'Église fut donc de considérer ce nouveau phénomène comme un ennemi qu'il fallait combattre à tout prix »¹⁶.

Au XX^e siècle, le discours change. En 1931, Pie XI crée Radio Vatican. Son successeur, Pie XII multiplie les causeries radiodiffusées. Du côté des laïcs, des chrétiens fondent des associations internationales, reconnues par l'Église, comme l'Union Catholique Internationale de la Presse (UCIP) en 1927. Un premier congrès international de la presse catholique se tient trois ans plus tard à Bruxelles. En France, après la guerre, un débat sur l'Église et les médias agite les milieux catholiques, concernant notamment la presse, autour de *La vie catholique illustrée* et du Centre National de la Presse Catholique (CNPC) fondé en 1952 et qui réunit vingt-quatre titres nationaux dont *La Croix*, *Le Pèlerin* et *La documentation catholique*. L'émission télévisée, *Le jour du Seigneur*, lancée en 1948 est confiée deux ans plus tard aux dominicains dans le cadre du Comité Français de Radio-Télévision (CFRT). La même année est créée la Commission Pontificale pour la Cinématographie Didactique et Religieuse qui ajoute la radio et la télévision à ses compétences dès 1954. Tout au long de ces années, l'Église prend conscience des bénéfices qu'elle peut tirer des nouveaux médias audiovisuels en pleine expansion et commence à faire preuve de bienveillance à leur égard.

¹⁴ *Ibid.*, p. 19.

¹⁵ *Ibid.*, p. 21.

¹⁶ Bernard DAGUENAI, « Les médias ont imposé une nouvelle logique à la religion », *Communication et organisation* [En ligne], 9/1996, mis en ligne le 26 mars 2012, URL : <http://communicationorganisation.revues.org/1840>, consulté le 16 mars 2014.

Introduction

Cette prise de conscience a sans doute préparé ses déclarations formulées au cours du concile Vatican II (1962-1965) convoqué, par le pape Jean XXIII, le 25 décembre 1961. L'assemblée des évêques du monde entier va manifester l'intention de l'Église de participer à la révolution introduite par les médias de masse qu'elle préfère appeler « moyens de communication sociale », une terminologie plus valorisante pour souligner que « la communication serait cause et effet de la socialisation »¹⁷. Le décret *Inter mirifica* sur les moyens de communication sociale est l'un des premiers textes adoptés. Il reprend l'enseignement de l'Église sur l'usage des médias, reconnaît le droit des hommes à informer et à être informés, mais développe une conception utilitariste et moralisatrice de l'information : selon le décret conciliaire, les moyens de communication doivent être principalement mis « au service des multiples œuvres d'apostolat »¹⁸. À la toute fin du concile, est promulguée la constitution pastorale *Gaudium et spes*, un texte plus optimiste qui « pressent l'ampleur des bouleversements que les médias vont introduire dans les rapports sociaux »¹⁹ et qui souhaite que l'Église s'y engage pleinement.

À l'issue du concile, est fondé le Conseil pontifical pour les communications sociales en charge de l'application du décret conciliaire. En outre, une « journée mondiale des communications sociales » et une collecte de fonds destinée aux médias chrétiens sont créées pour mettre en évidence la forme nouvelle de relation de l'Église au monde moderne. Cette séquence conciliaire s'achève le 23 mai 1971 avec la publication de la lettre

¹⁷ David DOUYERE, « La communication sociale : une perspective de l'Église catholique ? Jean Devèze et la critique de la notion de "communication sociale" », *Revue Internationale Communication Sociale et Publique*, 2010, n°3-4, p. 79. [En ligne], URL : http://www.revucsp.uqam.ca/numero/n3-4/pdf/RICSP_Douyere_2010.pdf, consulté le 24 mai 2014.

¹⁸ CONCILE VATICAN II, « *Inter mirifica*, Décret sur les moyens de communication sociale », 4 décembre 1963, n°13, *Constitutions - Décrets - Déclarations*, Paris : Editions du Centurion, 1967, p. 661.

¹⁹ Gérard DEFOIS, Henri TINCQ, *Les médias et l'Église. Évangélisation et information : le conflit de deux paroles*, Paris : Editions du Centre de formation et de perfectionnement des journalistes, 1997, Coll. Médias et société, p. 110.

apostolique *Communio et progressio*²⁰ prévue par *Inter mirifica* pour spécifier la portée théologique et le champ d'application de la formation des laïcs à ces nouveaux moyens de communication. La lettre souligne la manière dont l'Église peut les utiliser pour son dialogue interne et pour l'évangélisation. Elle développe en outre une réelle attention à l'information et aux professionnels qui la font. La puissance de retentissement des moyens de communication est positivement soulignée. L'Église reconnaît même que la pluralité des moyens d'information est la garantie d'un pluralisme des options. Toutefois, elle ne manque pas encore de mettre en garde contre un usage qui ne serait pas conforme à la volonté du magistère.

Sous le pontificat de Jean-Paul II, élu pape le 16 octobre 1978, la réflexion théorique de l'Église sur les médias progresse peu. En revanche, le style médiatique qu'il donne à la fonction pontificale apparaît comme une révolution. Son positionnement antilibéral est cependant manifeste dans un des derniers grands textes de l'Église sur les médias, *Aetatis novae*, publié en 1992 et rédigé par le Conseil pontifical pour les communications sociales. Cette instruction pastorale reconnaît que l'Église a relativement négligé le monde des médias contemporains considérés comme « des dons de Dieu »²¹. Néanmoins, le texte dénonce le désengagement de l'Etat et la loi du marché qui encourage la superficialité de la culture médiatique. Aussi les nouvelles techniques de communication sont-elles traitées de « demi-bienfaits »²² et soupçonnées d'entretenir « le sécularisme, le consumérisme, le matérialisme, la déshumanisation, et l'absence d'intérêt pour la condition des pauvres et des démunis »²³.

Dans ce contexte, l'Église revendique son droit, au nom de la liberté religieuse, d'accéder aux médias pour évangéliser, encourager

²⁰ Cf. CONSEIL PONTIFICAL POUR LES COMMUNICATIONS SOCIALES, *Communio et progressio*, 23 mai 1971, [En ligne], URL : http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_fr.html, consulté le 27 juin 2014.

²¹ CONSEIL PONTIFICAL POUR LES COMMUNICATIONS SOCIALES, *Aetatis novae*, 22 février 1992, n° 22, [En ligne], URL : http://www.signis.net/IMG/pdf/aetatis-novae_fr.pdf, consulté le 27 mai 2014.

²² *Ibid.*, n° 12.

²³ *Ibid.*, n° 13.

Introduction

l'approfondissement de la foi, la promotion humaine et chrétienne de la jeunesse. Ainsi, l'appel à l'autodéfense et le discours moralisateur n'ont-ils pas totalement disparu du discours magistériel.

Avec le développement des moyens de communication de masse dont la puissance sociale se vérifie, l'Église déploie depuis le concile Vatican II un discours mêlé de crainte et d'enthousiasme mais elle reste fascinée par leur pouvoir et va se donner les moyens d'une communication moderne. Cette évolution est très perceptible dans l'Église de France qui s'est dotée en 1970 d'une Fédération des Organismes de Communication Sociale (FOCS) à laquelle succédait Chrétiens-médias en 1982 dans le but d'améliorer la communication ecclésiale en coordonnant les services locaux et nationaux d'information. L'expérience ne fut pas concluante et Chrétiens-médias a aujourd'hui disparu.

En 1980, les évêques ont promulgué pour la première fois des orientations pour la communication. En outre, au sein de la CEF, un conseil, chargé de réfléchir aux enjeux de la communication de l'Église de France, a été créé. Il est aujourd'hui présidé par M^{gr} Giraud, évêque de Soissons. En 1997, les évêques ont défini de nouvelles orientations et d'autres sont aujourd'hui à l'étude comme l'ont déjà évoqué les lignes qui précèdent. La CEF dispose aussi, sous la responsabilité de M^{gr} Podvin, porte-parole des évêques de France depuis 2009, d'un service information-communication, auprès duquel plus de trois cents journalistes sont accrédités. Ce service transmet toutes les prises de paroles et décisions officielles de l'Église de France et du Saint-Siège. Localement, depuis le début des années 1990, les évêques ont créé des services diocésains de l'information et nommés, le plus souvent à des postes rémunérés, des Délégués Episcopaux à l'Information (DEI).

Ce souci de la communication n'est pas perceptible qu'au seul niveau institutionnel. Depuis le concile, l'Église encourage le développement des médias catholiques.

Dans le domaine de la presse écrite, les catholiques n'ont toutefois pas attendu l'encouragement des évêques. En France, dès le XIX^e siècle, des chrétiens dirigeaient déjà des journaux comme *L'Univers*, *Le correspondant*, ou *L'Ere nouvelle*. En 1856, est fondée la revue généraliste

jésuite *Études*, toujours publiée. Le groupe Bayard Presse fondé par les assomptionnistes en 1873 sous le titre de « Maison de la Bonne presse », est aujourd'hui le cinquième groupe de presse français par sa diffusion. Il possède une presse généraliste comme le quotidien *La Croix* et l'hebdomadaire *Le Pèlerin* mais il diffuse aussi une presse spécialisée auprès des enfants, des jeunes et des seniors et une presse religieuse et spirituelle. Il est concurrencé par le groupe franco-belge Médias-Participations propriétaire de l'hebdomadaire *Famille Chrétienne* qui affiche un catholicisme plutôt conservateur. Ce même groupe dispose à Rome d'une agence de presse spécialisée dans l'information religieuse, I.Média. L'hebdomadaire *La Vie* est passé, après la mort de son fondateur Georges Hourdin en 1999, sous le contrôle du quotidien *Le Monde*. Dans le domaine de la presse écrite, il faudrait aussi nommer *Témoignage Chrétien* et *Golias*, engagés à gauche et, à l'opposé de l'échiquier, *France catholique* et *L'Homme nouveau*.

En 1981, grâce à la libéralisation de la bande FM, deux radios associatives d'inspiration chrétienne, Radio Notre-Dame à Paris et Radio Fourvière à Lyon ont été créées. En 1996, la seconde donne naissance au réseau des Radios Chrétiennes en France (RCF) qui regroupait, en 2007, cinquante-cinq antennes diffusant un catholicisme ouvert et œcuménique.

À la télévision, l'émission *Le jour du Seigneur*, menacée de disparition en 1999, fut sauvée grâce à la diffusion d'une pétition qui recueillit plus de six cent soixante-trois mille signatures en France. Six mois après cette crise, le cardinal Lustiger lançait la chaîne de télévision KTO financée par sept actionnaires dont le diocèse de Paris, les groupes Bayard Presse et Médias-Participations, le groupe d'assurance AXA et le groupe multimédia Hachette. En 2006, KTO échappe au dépôt de bilan grâce à l'aide financière du CFRT et adopte un statut associatif en 2008.

Aujourd'hui cependant, le monde des médias ne se limite plus à la presse écrite, la radio et la télévision. Depuis vingt-cinq ans, Internet reconfigure en profondeur le paysage médiatique. Apparue aux États-Unis à la fin des années 1960, en pleine guerre froide, et d'abord d'usage militaire, Internet devient, en 1990, un outil de communication grand public qui s'étend à toutes les sphères d'activité humaine. Le champ religieux ne fait pas exception et très tôt l'Église catholique romaine a mesuré l'importance

Introduction

de sa présence sur la Toile. En 1995, le Saint-Siège fut l'une des premières grandes institutions internationales à se doter d'un site Internet et les lignes qui précèdent ont déjà évoqué la forte présence en ligne des diverses institutions officielles de l'Église de France depuis le début des années 2000. En outre, les médias catholiques traditionnels ont tous une vitrine sur le Web et il existe aussi une multitude de sites et des blogs revendiquant leur appartenance à la foi catholique sans l'aval de l'autorité cependant. L'Église romaine est donc très présente sur Internet pour affirmer son identité.

Le magistère romain pose sur la Toile un regard de bienveillance et l'accueille comme une évolution positive de l'histoire humaine. Depuis quinze années environ, la réflexion morale et pastorale de l'Église concernant Internet, tient en deux points qu'en 2002, deux documents importants ont précisés.

Le premier de ces documents, *Éthique et Internet*²⁴, souligne l'apport positif du Web en termes d'éducation, d'enrichissement culturel et de dialogue, mais pointe aussi sa capacité à « exploiter, manipuler, dominer et corrompre ». Dans le contexte de la mondialisation, l'Église alerte sur la possible émergence d'un « fossé numérique » entre les pays développés du nord de la planète et ceux du sud en voie de développement. Elle s'inquiète aussi du risque de voir englobées dans le *mainstream* les cultures traditionnelles. D'autre part, le document soulève le problème de la qualité et de l'exactitude de l'information sur Internet et la menace possible de celle-ci sur la vie privée. Enfin, l'Église se méfie de la « dimension libertaire d'Internet », le Web peut être au service de l'individualisme radical et du système néolibéral qui place le profit au-dessus de la dignité humaine. Pour le contrôle d'Internet, l'Église n'est pas favorable à la censure par un Etat, elle préfère une autorégulation de la Toile par elle-même afin qu'elle ne soit pas empêchée, le cas échéant, d'être un moyen de résistance contre les régimes répressifs.

²⁴ CONSEIL PONTIFICAL POUR LES COMMUNICATIONS SOCIALES, *Éthique et Internet*, 22 février 2002, [En ligne], URL : http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_fr.html, consulté le 27 mai 2014.

Église et Internet

Le second document, *Église et Internet*²⁵, se situe dans la continuité de l'intérêt de l'Église pour les médias comme moyens de transmettre le message de l'Évangile. Elle encourage à utiliser le réseau pour la communication interne de l'Église et pour l'évangélisation. Il faut au demeurant que les internautes qui s'expriment sur la Toile au nom de la foi catholique, soient formés du point de vue doctrinal et spirituel. Plutôt bienveillante vis-à-vis d'Internet, l'Église met cependant en garde contre la tendance de l'outil numérique à favoriser le « butinage » et le « bricolage » spirituel que la navigation sur le Web rend possible.

Du tournant conciliaire aux déclarations de Benoît XVI, trois points sont récurrents dans le discours magistériel sur les médias :

- les catholiques ont le devoir moral de s'investir dans le monde des médias et d'habiter aujourd'hui le continent numérique pour y annoncer la Bonne Nouvelle ;
- les médias sont appelés à servir le bien commun et la socialisation humaine ;
- il y a nécessité de former et d'éduquer les usagers des médias, ceux d'Internet aujourd'hui et notamment les plus jeunes.

Dans son message pour la 48^{ème} Journée mondiale des communications sociales, le pape François reprend les thématiques de ses prédécesseurs. Pour lui, Internet est un don de Dieu qui offre des possibilités de rencontres et de solidarités entre les hommes, grâce notamment aux réseaux sociaux. Dans la continuité de Benoît XVI, mais soucieux aussi d'une Église ouverte au monde, le pape insiste sur la manière chrétienne d'habiter la Toile loin de toute tentation prosélyte : « Le témoignage chrétien ne se réalise pas avec le bombardement de messages religieux, mais avec la volonté de se donner soi-même aux autres "à travers la disponibilité à s'impliquer avec patience et respect dans leurs questions et leurs doutes, sur le chemin de la recherche de la vérité et du sens de l'existence humaine" ». (Benoît XVI, *Message pour la*

²⁵ CONSEIL PONTIFICAL POUR LES COMMUNICATIONS SOCIALES, *L'Église et Internet*, 22 février 2002, [En ligne], URL : http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_fr.html, consulté le 27 mai 2014.

Introduction

47^{ème} Journée mondiale des communications sociales, 2013) »²⁶. Les appels du Pape à comprendre la communication en ligne de l'Église en termes de proximité et à la pratiquer « au service d'une authentique culture de la rencontre »²⁷ sont-ils les marqueurs de l'émergence d'un nouveau paradigme du discours de l'Église sur les médias ? L'histoire se chargera de répondre à cette question.

Au terme de ce bref parcours historique, il semble important de souligner que depuis plus de quinze ans, le discours de l'Église sur les médias concerne essentiellement Internet. L'Église prendrait-elle la mesure des mutations que le Web impose au monde entier ? Les redouterait-elle ? Benoît XVI comparait la révolution numérique à la révolution industrielle tant elle s'accompagne de changements sociaux et culturels. Il pointait le risque du relativisme intellectuel et moral induit par le flux continu des informations qui ne permet pas le recul de la réflexion et de l'esprit critique. Aussi, le statut de la Vérité sur Internet l'inquiétait particulièrement. Or, l'Église est gardienne du dépôt de la foi et de la Vérité révélée qui est Dieu. La Toile qui permet à n'importe quel internaute d'exprimer son opinion pourrait bien contribuer à dissoudre sa parole sur le réseau et ajouter encore au recul de son autorité qu'elle redoute depuis le XVIII^e siècle.

En fait, les défis que les nouvelles technologies de l'information et de la communication posent à l'Église, et plus particulièrement encore dans le cadre de cette étude, aux paroisses et aux diocèses de France, sont à comprendre dans le contexte très particulier du rapport du religieux à la modernité. C'est ce contexte qu'il convient de préciser à présent.

²⁶ PAPE FRANÇOIS, « La communication au service d'une authentique culture de la rencontre, Message pour la 48^{ème} Journée mondiale des communications sociales », 24 janvier 2014, [En ligne], URL : <http://www.pccs.va/index.php/fr/journees-mondiales-des-communications-sociales/2014>, consulté le 27 mai 2014.

²⁷ *Ibid.*

Le contexte d'énonciation des sites institutionnels sur la Toile.

Depuis le concile Vatican II, le discours magistériel sur les médias se déploie dans le contexte du religieux en postmodernité.

Depuis le XVIII^e siècle, en Europe, et dans la France catholique particulièrement, l'Église qui homogénéisait la totalité du social, a progressivement perdu son influence. Le processus de sécularisation, soutenu par la naissance de l'Etat moderne, a différencié les sphères d'activité humaine et les a libérées de l'hétéronomie religieuse, elles ne sont plus gouvernées par l'Église catholique mais par leur propre système de valeurs. Emerge en outre un individu autonome dont la pratique religieuse baisse et qui ne se construit plus d'abord en référence aux normes imposées par l'Église.

Dans ce contexte, la voix de l'institution catholique n'est plus la seule à s'exprimer, d'autres institutions, religieuses ou non, proposent comme elle du sens et du lien social. Il en résulte l'émergence d'une pluralité de repères sociaux et identitaires. Cette pluralité est accentuée depuis les années 1950 par la globalisation des échanges et le mouvement de la mondialisation qui crée de l'incertitude, brouille et met en flottement les repères, les « relations traditionnellement établies au temps, à l'espace, à l'autorité, à l'identité, à la centralité et au pluriel »²⁸.

Dans cette société sécularisée, individualiste, pluraliste et mondialisée, le religieux ne disparaît pas pour autant, il se reconfigure ou sur un mode identitaire ou, selon la thèse de Grace Davie, sur celui du « croire sans appartenir »²⁹. Le religieux est davantage vécu sur un mode volontaire et participatif, il est moins subi. Les individus croyants adhèrent et modulent leur participation à la vie de l'Église en fonction de leurs attentes particulières, ce qui fragilise l'institution ecclésiale.

²⁸ Jesús GARCIA-RUIZ, Patrick MICHEL, *Et Dieu sous-traite le Salut au marché. De l'action des mouvements évangéliques en Amérique latine*, Paris : Armand Colin, 2012, Coll. Recherches, p. 35.

²⁹ Cf. Grace DAVIE, "Believing without belonging. Is this the future of religion in Britain?", *Social Compass*, n°37, 1990, pp. 455-469.

Introduction

La place nouvelle du religieux et les nouveaux comportements qu'elle induit, s'accroissent bien d'Internet. Sur la Toile, la religiosité peut se vivre de manière relativiste et sans nécessité d'adhérer à un quelconque message. Les hyperliens permettent « de se mouvoir en permanence d'un cadre de référence à un autre »³⁰. Le Web donne accès à tout un type d'expressions religieuses, les plus orthodoxes comme les plus extravagantes. En outre, Jean-Paul Willaime le soulignait déjà en 2001, il exclut « tout principe de hiérarchie, les grandes institutions religieuses sur Internet sont obligées de cohabiter sur un pied d'égalité avec des groupes plus ou moins hétérodoxes »³¹. Internet valorise « la libre communication horizontale »³², selon l'expression du sociologue Manuel Castells.

Le catholicisme n'est pas étranger à cette réalité. Comme les lignes qui précèdent l'ont déjà évoqué, à côté des sites institutionnels catholiques, foisonne un grand nombre de sites de sensibilités diverses et opposées qui vont des intégristes aux mouvements les plus ouverts à la modernité religieuse et trouvent sur le Net une tribune nouvelle. Ce foisonnement de sites manifeste l'émergence d'une opinion publique qui échappe au contrôle de l'institution et met en évidence l'existence de réseaux et de communautés d'affinités qui concurrencent l'institution dans sa légitimité à valider le croire des fidèles et à les inscrire dans une lignée croyante.

Dès le début des années 2000, l'Église catholique s'est inquiétée de cette réalité et du manque de lisibilité doctrinale de sites se réclamant de son obédience. En 2002, dans le document *Église et Internet*, le Conseil pontifical pour les communications sociales, présidé par M^{gr} Foley,

³⁰ Jean-François MAYER, *INTERNET ET RELIGION*, op.cit., p. 121.

³¹ Jean-Paul WILLAIME, « Les incidences de la "révolution" communicationnelle sur la vie religieuse », *Église.com. L'Église face aux nouvelles technologies de la communication*, Strasbourg : Richard Gossin, 2001, pp. 28-37. Cité par Bénédicte MALPHETTES, *L'Église catholique sur Internet : la foi en accès libre. Un média au service du renouvellement du religieux ?* Mémoire de Maîtrise, Paris : Celsa, Université de Paris IV-Sorbonne, soutenu le 11 octobre 2011, p. 47, [En ligne], URL : <http://www.portstnicolas.org/la-capitainerie/article/la-foi-en-libre-acces>, consulté le 3 novembre 2012.

³² Manuel CASTELLS, *La galaxie Internet*, Paris : Fayard, 2001, p. 72-73. Cité par Jérôme COTTIN, Jean-Nicolas BAZIN, *Vers un christianisme virtuel ? Enjeux et défis d'Internet*, op.cit., p. 72.

envisageait un contrôle de l'outil par l'institution, non pour censurer mais pour veiller à ce que personne ne soit trompé sur l'authenticité de la doctrine catholique. Il proposait pour cela non seulement la nécessaire formation doctrinale et spirituelle des acteurs d'Internet mais aussi la mise en place d'« un système de certification volontaire »³³ par les représentants du magistère en ce qui concerne « le matériel de nature spécifiquement doctrinal ou catéchétique »³⁴. Il s'agissait d'une sorte de labellisation des sites catholiques. Cet appel ne fut toutefois pas repris ensuite par Rome.

La diversité des sites religieux, institutionnels ou non, qu'ils soient ou qu'ils ne soient pas catholiques, est l'indicateur d'une diversité de publics : croyants pratiquants, personnes éloignées de l'Église qui s'interrogent sur leur foi et internautes qui n'ont jamais appartenu à l'Église ou qui l'ont quittée. Pour capter chacun de ces publics, diffuser la parole officielle de l'Église et lutter contre la dissolution de celle-ci dans le réseau, l'institution doit adapter son message, proposer une parole diversifiée pour un public diversifié.

C'est dans ce contexte que s'expriment sur la Toile les sites paroissiaux et diocésains de l'Église de France dont le présent mémoire entend faire l'analyse sociologique.

Méthodologie de la recherche.

Les sites paroissiaux et diocésains sont-ils des sites d'évangélisation et/ou de renforcement de l'appartenance communautaire ? La bibliographie précédemment évoquée a permis d'établir cette question, mais c'est la stratégie de recherche qu'elle a suscitée qui doit permettre d'y répondre. Celle-ci envisageait l'analyse d'un grand nombre de données recueillies au moyen d'enquêtes sociologiques d'une part et en parcourant le contenu des sites étudiés d'autre part.

³³ CONSEIL PONTIFICAL POUR LES COMMUNICATIONS SOCIALES, *Église et Internet*, op.cit., n° 11.

³⁴ *Ibid.*

Introduction

Les enquêtes sociologiques ont été menées par des entretiens semi-directifs et par Internet. Les enquêtes en ligne, uniquement constituées de questions fermées, ont été conçues puis retravaillées avec l'aide de la société Sociovision³⁵.

Pour une analyse plus commode des données, Sociovision a recommandé de les recueillir grâce au site de statistiques SurveyMonkey³⁶, selon la procédure suivante : les enquêtés se connectaient à l'enquête par un lien hypertexte, ils y répondaient et SurveyMonkey.com établissait en temps réel les statistiques pour chaque question, les résultats s'affichant en pourcentages et sous forme de diagrammes. En outre, ils sont aussi consultables pour chaque enquêté.

La première enquête sociologique fut proposée aux responsables éditoriaux des sites Web dans le but de mieux connaître ces sites et ceux qui les animent. Elle comptait quarante cinq questions portant sur :

- le profil et le statut dans l'Église du responsable éditorial,
- l'historique du site, sa fréquence de mise à jour et ses paramètres techniques,
- la fréquentation du site depuis 2010,
- le nombre d'habitants et le taux de pratique dominicale sur le territoire dont il dépend,
- des éléments éditoriaux concernant principalement son niveau d'interactivité.

En outre, l'enquête interrogeait aussi sur le type de public visé et la manière dont les responsables conçoivent leur site : le voient-ils comme un outil d'évangélisation et/ou de renforcement de l'appartenance communautaire ?

Pour ne pas fausser les résultats et pour une meilleure lisibilité de ceux-ci, l'enquête adressée aux responsables éditoriaux des sites diocésains fut bien distinguée de celle adressée aux responsables éditoriaux des sites paroissiaux. Ce type d'enquête, et sa souplesse de traitement des données,

³⁵ Société parisienne d'analyse de la société,
cf. http://www.sociovision.com/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=53

³⁶ <https://fr.surveymonkey.com/home/>

ont rendu possible la consultation de l'ensemble des responsables des trois cent cinquante-neuf sites paroissiaux et des quatre-vingt-treize sites diocésains hébergés par la CEF. Ces enquêtes ont été menées en ligne du 20 novembre au 20 décembre 2013. Le taux de réponse est assez satisfaisant, il s'élève à 32,6% pour les responsables de sites paroissiaux³⁷ et à 35% pour les responsables de sites diocésains³⁸.

Ces données ont rendu possible la mise en évidence des profils moyens du site paroissial, du site diocésain et du responsable éditorial de ces sites. Les réponses relatives aux pages les plus visitées ont aussi offert une première approche du profil de l'internaute qui fréquente ces sites. En outre, les réponses à ces enquêtes ont permis d'isoler les 10% de sites les plus visités dans chaque catégorie dans le but premier de vérifier si le bassin de population et le taux de pratique dominicale exercent une influence sur leur fréquentation.

D'autres enquêtes sociologiques ont été menées par le Web auprès des internautes. Dans son dernier livre, *Dieu en ligne. Expériences et pratiques religieuses sur Internet*, Isabelle Jonveaux souligne la difficulté pour le sociologue d'interroger les internautes³⁹ croyants ou en recherche. Les enquêtes en ligne ont rendu possible cette consultation, non seulement celle des internautes catholiques, qu'ils soient ou qu'ils ne soient pas pratiquants, mais celle aussi des internautes non-croyants ou en recherche. Il était en effet incontournable de cerner le positionnement sur la Toile de ces derniers pour mieux estimer l'ambition évangélisatrice des sites étudiés. Aussi, deux types d'enquêtes ont été élaborés à partir des données préalablement recueillies auprès des responsables éditoriaux des sites mais également à partir de celles recueillies au cours d'entretiens semi-directifs menés auprès d'internautes catholiques, pratiquants et non-pratiquants, et d'internautes non-croyants ou en recherche pour les sonder sur leurs usages de l'Internet institutionnel catholique.

³⁷ Soit cent-dix sept réponses.

³⁸ Soit trente-trois réponses.

³⁹ Isabelle JONVEAUX, *Dieu en ligne. Expériences et pratiques religieuses sur Internet*, Montrouge : Bayard, 2013, p. 234.

Introduction

Chaque type d'enquête en ligne proposait des questions relatives au profil sociologique et socioreligieux des enquêtés, à leur connaissance et à leurs usages des sites institutionnels catholiques paroissiaux et diocésains : fréquence et durée des visites, type de connexion au site, type de recherche, attentes en termes éditorial et technique.

Ces enquêtes ont été accessibles en ligne du 15 mars au 30 avril 2014. Elles ont été portées à la connaissance des enquêtés de trois manières :

- par viralisation grâce au courrier électronique et aux réseaux sociaux Facebook et Twitter, chaque internaute étant invité à relayer le lien vers les enquêtes auprès de ses propres contacts. Dans ce cas, les internautes étaient invités à répondre aux questions relatives aux sites paroissiaux et diocésains.
- par la proposition d'une connexion aux enquêtes à partir de sites Web de la presse catholique : le quotidien *La Croix*, les hebdomadaires *La Vie*, *Témoignage Chrétien* et *France Catholique*. Là encore, les internautes pouvaient répondre aux questions relatives aux deux types de sites étudiés.
- par la proposition d'une connexion aux questionnaires à partir de la page d'accueil des sites paroissiaux et diocésains qui ont bien voulu les relayer. Dans ce cas, les sites ne proposaient que les questions les concernant. En outre, des collecteurs spécifiques enregistraient les réponses des internautes se connectant à l'un des sites paroissiaux ou diocésains les plus visités.

Quel que soit le type de connexion aux enquêtes, les internautes pouvaient toujours choisir celle correspondant à leurs options religieuses.

Au total, six mille cent vingt-six réponses ont été collectées. Les catholiques ont été très réactifs à l'enquête, trois mille sept cent trente-cinq ont répondu à celles diffusées par viralisation et sur les sites de la presse catholique et deux mille vingt-trois ont enregistré leurs réponses en se connectant à l'enquête par un site paroissial ou diocésain. 93,94% des réponses sont donc celles de catholiques. En revanche, seulement trois cent trente-deux internautes non-croyants ou en recherche ont répondu à l'enquête diffusée par viralisation et sur les sites de la presse catholique et

trente-six s'y sont connectés par un site institutionnel, soit 6% de réponses dans cette catégorie.

Il semble difficile de savoir si ces taux de retour sont bons dans la mesure où il n'y avait pas de panels d'individus à interroger définis à la base. Néanmoins, concernant les internautes catholiques, le minimum de mille réponses, habituellement requis par les instituts de sondages pour établir leurs résultats, est largement dépassé⁴⁰. Cependant, et c'est à n'en pas douter une des limites de l'étude, à la différence de tels instituts, des catégories de population n'ont pas pu être ciblées et la diffusion de l'enquête par viralisation a peut-être été victime d'un phénomène de réseau. Ceci pourrait expliquer la forte proportion de catholiques pratiquants. Il est toutefois intéressant de comparer le résultat de cette enquête avec celui de l'enquête destinée aux catholiques mais relayée sur les sites paroissiaux et diocésains. La première a rassemblé 13,46% de non-pratiquants et la seconde 9,09%. L'écart, qui n'est pas abyssal, semble cependant montrer que la diffusion par viralisation a permis de contacter plus d'internautes non-pratiquants que les sites eux-mêmes ne rejoignent. La même remarque pourrait être faite concernant les internautes non-croyants ou en recherche plus facilement contactés par la diffusion des enquêtes par viralisation⁴¹. Il n'est donc pas évident qu'un phénomène de réseau ait orienté les résultats. Enfin, il est important de souligner que ces données sont déclaratives et ne se basent pas sur une observation des usages réels des internautes.

Les réponses à ces questionnaires ont été traitées, pour une part, par le logiciel de statistiques Sphinx⁴² qui a permis de faire une lecture croisée de certaines questions. Ces données, associées à celles recueillies auprès des responsables éditoriaux, ont permis d'établir le profil moyen des internautes qui fréquentent majoritairement les sites paroissiaux et diocésains et les idéaltypes de leur recherche.

⁴⁰ Dans cette étude, les pourcentages apparaissant dans le corps du texte sont toujours basés sur une valeur absolue d'au moins mille réponses. Si tel n'est pas le cas, la valeur absolue de base est indiquée en note de bas de page.

⁴¹ Cf. *Supra*, p. 25-26.

⁴² SPHINX Plus Lexica V5.

Introduction

La stratégie élaborée pour structurer la recherche envisageait de compléter ces enquêtes en ligne d'un entretien avec les responsables éditoriaux des 10% de sites les plus visités dans chaque catégorie du corpus de sites étudiés et qui auraient répondu à l'enquête, soit un total de quarante-cinq entretiens à réaliser sur l'ensemble du territoire national. Face à l'ampleur de la tâche, cette ambition a été réévaluée à la baisse. Seuls, les responsables éditoriaux des sites diocésains d'Agen, de Gap et d'Embrun, de Laval, de Nanterre, de Pamiers et de Tarbes et Lourdes ont été interrogés. Ils ont été retenus selon les critères suivants :

- ceux des diocèses de Gap et d'Embrun, de Laval, de Pamiers, de Tarbes et Lourdes, pour le caractère rural de leur diocèse et parce que le site dont ils ont la charge figure parmi les 10% de sites diocésains les plus visités ;
- celui de Nanterre pour le caractère urbain du site dont il s'occupe ;
- ceux d'Agen et de Nanterre parce que le site qu'ils animent, ne figure pas parmi les 10% de sites diocésains les plus visités et pour l'attachement de leur évêque à un catholicisme relativement ouvert ;
- ceux de Laval et de Tarbes et Lourdes pour l'attachement de leur évêque à un catholicisme plus teinté d'identité.

Entre le 7 et le 11 avril derniers, ces responsables éditoriaux ont été soumis à un questionnaire d'environ quarante questions, élaborées à partir des diverses enquêtes précitées. Outre les questions plus précises concernant leur profil personnel, ils ont été interrogés :

- sur des questions techniques (choix des prestataires de création et/ou de refonte du site, choix du logiciel d'animation),
- sur des questions relatives à la fréquentation du site,
- sur des questions d'ordre éditorial (rôle du site, stratégie de communication, profil des internautes, influence de l'évêque sur la ligne éditoriale, place accordée aux réseaux sociaux, articulation avec les autres médias diocésains).

Le but de ces entretiens était de compléter les données recueillies en lignes et d'entendre les commentaires de quelques responsables éditoriaux sur certains résultats des enquêtes réalisées auprès des internautes.

À côté des enquêtes sociologiques, comme le prévoyait la stratégie de recherche, les 10% de sites les plus visités dans chaque catégorie ont fait l'objet d'une analyse plus précise :

- en termes de contenu éditorial : quelles informations proposent-ils et comment s'affichent-elles sur le site ? Les idéaltypes des menus des sites paroissiaux et diocésains ont pu être établis, ainsi qu'une typologie des sites par type d'informations proposées :
 - informations relatives à l'organisation de la structure paroissiale ou diocésaine,
 - informations relatives à l'actualité paroissiale ou diocésaine,
 - informations relatives à la réflexion spirituelle ;
- en termes d'occurrences des mots-clefs par page du site⁴³ ;
- en termes techniques : type de logiciel d'animation du site, écriture multimédia, ergonomie, niveau d'interactivité et d'ouverture aux réseaux sociaux ;
- en termes d'ouverture au monde : place faite aux pratiquants, au non-pratiquants mais aussi aux non-croyants ou aux internautes en recherche ;
- en termes de discours tenu en ligne par les évêques sur les questions relatives à l'attitude du chrétien dans sa relation au monde d'une part et sur la famille d'autre part, deux sujets qui agitent la sphère catholique depuis le concile Vatican II et plus particulièrement encore depuis la lettre des évêques aux catholiques de France en 1996 intitulée *Proposer la foi dans la société actuelle*⁴⁴.

Cette étude du contenu des sites paroissiaux et diocésains les plus visités avait, outre l'ambition d'en faire une typologie, celle de vérifier s'ils disposent d'une stratégie de communication qui s'appuie sur une maîtrise particulière du langage multimédia et un niveau élevé d'interactivité.

⁴³ Cette extraction a été sous-traitée à la société Tripode-Services, basée à Annecy, cf. <http://www.tripode-services.fr/>

⁴⁴ Cf. LES ÉVÊQUES DE FRANCE, *Proposer la foi dans la société actuelle. Lettre aux catholiques de France*, Paris : Le Cerf, 1996, 130 p.

Introduction

Le recueil de toutes ces données, prévu par la stratégie de recherche, a permis d'apporter une réponse à la question de l'étude : les sites Web paroissiaux et diocésains de l'Église de France sont-ils des sites d'évangélisation et/ou des sites de renforcement de l'appartenance communautaire des catholiques ? Le présent mémoire entend développer cette réponse selon trois axes. Il apparaît d'abord que la présence de l'Église catholique en ligne obéit à la construction d'une stratégie missionnaire, à l'œuvre depuis le début des années 2000, qu'il conviendra de préciser. Il s'agira ensuite de vérifier si cette stratégie fut opérante, si elle a permis de diffuser le message de l'Église catholique auprès de *tous* les internautes. Enfin, face aux défis qu'Internet semble poser à l'Église, celle-ci doit-elle envisager à frais nouveaux son positionnement, ses stratégies d'annonce et son discours dans cet espace public qu'est la Toile ?

I.- La construction d'une stratégie missionnaire en ligne.

Depuis la création en 1996 du site Internet de la Conférence des Evêques de France (CEF), l'Église catholique n'a pas cessé d'étendre sa présence en ligne. Des milliers de sites, adossés ou non à une institution reconnue par les évêques, sont apparus. Aujourd'hui, sept cent soixante-quatre sites institutionnels sont hébergés par le site portail de la CEF dont trois cent cinquante-neuf sites paroissiaux et quatre-vingt-treize sites diocésains.

En contexte de postmodernité, où l'autorité des institutions sociales est contestée par des individus revendiquant toujours davantage leur autonomie et leur liberté de penser, même dans l'Église catholique, comment celle-ci se manifeste-t-elle sur la Toile ? Quelle stratégie déploie-t-elle pour s'annoncer et diffuser son message ?

La réponse à ces questions ne peut faire l'économie de donner quelques éléments d'une sociologie du catholicisme français pour montrer comment les moyens techniques, humains et éditoriaux déployés par l'Église pour sa visibilité sur le Web, correspondent certes à l'émergence d'Internet, mais répondent aussi à un projet pastoral dont il conviendra de vérifier s'il entend évangéliser ou seulement renforcer l'appartenance communautaire des catholiques.

Brève sociologie du catholicisme français.

Selon Philippe Portier, la hiérarchie épiscopale entretient à travers ses textes l'idée que le catholicisme ne concerne plus qu'une minorité de la population française, mais ce n'est pas exact. Même s'ils sont moins nombreux qu'autrefois, les catholiques français ne sont pas à compter parmi les minorités religieuses. Néanmoins, et ceci motive sans doute le discours

épiscopal, la communauté catholique en France n'est pas homogène, elle est traversée de tensions et les évêques se mobilisent pour la tenir dans l'unité⁴⁵.

Les catholiques dans le paysage religieux français.

En 2008, selon l'enquête sur les Valeurs, 42% des français déclaraient leur appartenance à l'Église catholique, ils étaient 70% en 1981. Ce recul général se module selon les générations : 23% des 18-29 ans et 65% des plus 60 ans se déclarent catholiques.

Si le taux d'appartenance au catholicisme recule, celui de la pratique dominicale aussi et varie également selon le sexe et l'âge. Sur les 19% de catholiques se déclarant pratiquants, 22% sont des femmes et 15% sont des hommes. Plus les répondants sont âgés, plus ils pratiquent : 33% des plus de 60 ans sont pratiquants, ils ne sont que 8% des 18-29 ans. En outre, le groupe des pratiquants n'est pas homogène : d'un côté, il y a des croyants qui n'ont d'implication dans l'Église que par une pratique plus ou moins régulière, de l'autre des pratiquants « que leur engagement dans les activités d'Église distingue comme les plus intégrés à l'appareil »⁴⁶. Enfin, si le groupe des catholiques pratiquants se stabilise, les catholiques non-pratiquants continuent de quitter l'Église.

Néanmoins, la demande de cérémonies religieuses, encore forte chez les catholiques, déborde le groupe des fidèles, les personnes « sans religion » étant attachées aux cérémonies religieuses pour la naissance (32%), le mariage (40%) et le décès (55%). Toutefois celles-ci attendent moins de ces cérémonies une médiatisation avec l'au-delà que de pouvoir exprimer formellement leur émotion ici et maintenant.

En France, le recul du catholicisme qui s'accompagne d'une diminution du nombre de prêtres, appelle deux phénomènes : la nécessité de réorganiser les territoires des Églises diocésaines d'une part et la recomposition de la division du travail religieux d'autre part.

⁴⁵ Cf. Philippe PORTIER, « Pluralité et unité dans le catholicisme français », *Catholicisme en tensions*, sous la direction de Céline BERAUD, Frédéric GUGELOT et Isabelle SAINT-MARTIN, Paris : éditions EHESS, 2012, Coll. En temps et lieux, p. 22.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 21.

Depuis la fin des années 1980, l'incapacité de nommer un curé par village et la diminution du nombre des pratiquants, contraint l'Église catholique à réorganiser son maillage territorial. Soixante-quinze diocèses métropolitains sur quatre-vingt-dix ont procédé, avant 2004, à des regroupements de paroisses. Les diocèses de Beauvais et Bayeux-Lisieux sont passés par exemple de plus de sept cents paroisses à respectivement quarante-cinq et cinquante et une. Le nombre de ces nouvelles paroisses correspond souvent au nombre estimé de prêtres dans les dix ans qui viennent. Si cette organisation permet de conserver l'autorité monopolistique du curé, elle témoigne surtout d'une perte de contact avec les habitants et avec des territoires toujours plus grands à administrer. En outre, les catholiques plus dispersés sont aussi parfois très isolés, sur les territoires ruraux notamment.

Cette réorganisation territoriale recompose le travail religieux. Localement, des laïcs font vivre des relais de proximité. Ils animent la communauté catholique locale. Ils reçoivent les demandes de baptême, de mariage et de funérailles, le prêtre n'intervenant plus que dans un second temps. Plus généralement, à tous les niveaux de la structure diocésaine, la diminution des prêtres amène ces derniers à collaborer avec des diacres permanents mais aussi avec des laïcs, bénévoles et salariés, dont une majorité de femmes, missionnés par l'évêque sur certains postes. En 2005, il y avait environ cinq mille laïcs salariés dans les diocèses de France, contre seulement huit cents en 1993.

Tensions à l'intérieur de l'Église catholique en France.

Le catholicisme, en recul dans la société française, n'est pas pour autant unifié. Il est traversé de tensions entre les laïcs et le clergé d'une part, entre les laïcs eux-mêmes d'autre part.

Les tensions entre les laïcs et la hiérarchie sont liées au processus d'autonomisation des sujets qui se déploie dans les sociétés occidentales depuis le XVIII^e siècle. Selon Philippe Portier, ce processus conduit pratiquants et non-pratiquants « à placer les dispositifs de foi sous la dépendance de leur seule conscience décisive »⁴⁷ et les met ainsi à distance

⁴⁷ *Ibid.*, p. 22.

de la normativité hiérarchique. Cette désinstitutionalisation du croire s'observe au niveau des pratiques : aujourd'hui 4,5% des catholiques déclarés assistent à la messe tous les dimanches, alors qu'ils étaient 25% en 1950. Les baptêmes d'enfants, les inscriptions au catéchisme, les premières communions et les mariages religieux sont eux aussi en recul. Mais cette désinstitutionalisation du croire s'observe également dans la réception par les laïcs de la parole magistérielles qui n'a plus la portée performative d'autrefois : les catholiques la relativisent, elle est pour eux aussi contestable qu'une autre et ils ne se soumettent plus forcément aux dogmes et aux principes moraux émis par la hiérarchie. Ce phénomène s'accroît avec les jeunes peu ou mal catéchisés. Les catholiques se défient d'une conception absolue de la vérité. En 1999, 4% seulement des catholiques de 18-25 ans considéraient que « la vérité n'existe que dans la religion », ils étaient 45% des 20-35 ans à le considérer en 1950. L'Église ne parvient plus à soumettre à sa règle unifiante ceux qui se déclarent d'elle.

Ce phénomène de désinstitutionalisation s'accompagne d'un phénomène d'individualisation du croire. Les catholiques « construisent leur relation au sens à partir de leur seule subjectivité »⁴⁸. Dès lors, les fidèles inventent à leur convenance, leurs systèmes de croyances qui peut aller jusqu'à refuser l'existence de Dieu (53%), l'adhésion à la résurrection des morts (10%) ou opérer une synthèse entre les idées de réincarnation et de résurrection. Les catholiques déclarés n'échappent donc pas à la postmodernité dont l'un des traits fondamentaux est l'affirmation de la primauté de l'épanouissement individuel. Pragmatiques, ils évaluent le discours sur la vérité à l'aune de la satisfaction qu'il leur procure et la vérité qu'ils se créent sert leurs desseins de réalisation personnelle. De ce point de vue par exemple, la vie après la mort est envisagée comme l'accomplissement total et définitif de la poursuite de l'agréable déjà menée ici-bas.

Désinstitutionnalisé et individualisé, ce rapport au croire se module toutefois en fonction des liens que les catholiques entretiennent avec l'institution, selon qu'ils sont pratiquants, pratiquants irréguliers ou non-pratiquants. Mais si les pratiquants réguliers acceptent mieux les normes et

⁴⁸ *Ibid.*, p. 23.

les croyances catholiques, ils ne peuvent être réduits « à n'être que les réceptacles passifs de la pensée magistérielle. Il leur arrive très fréquemment, à eux aussi, d'en négocier subjectivement les termes »⁴⁹.

Si les catholiques, qu'ils pratiquent ou qu'ils ne pratiquent pas, se situent diversement vis-à-vis de la hiérarchie, les militants engagés sont très divisés. Deux réseaux se font face, porteurs de visions du monde diamétralement opposées. Il y a d'une côté « les catholiques d'ouverture » qui après avoir porté le catholicisme dans les années 1960-1970 sont devenus minoritaires et désavoués par la hiérarchie. De l'autre, il y a « les catholiques d'identité », une tendance qui est née en réaction dans les années 1970 à une Action catholique jugée trop politisée. Soutenue par la hiérarchie, elle est dominante dans l'Église depuis les années 1980. La deuxième partie de ce mémoire reviendra sur cette opposition qui marque profondément une partie du peuple catholique aujourd'hui.

La réponse de la hiérarchie.

Face à la perte d'influence du catholicisme dans la société et à la division des catholiques à l'intérieur de l'Église de France, la hiérarchie, héritière de la politique ecclésiale menée par Jean-Paul II, a mis en place, depuis les années 1980, des stratégies pour relancer l'évangélisation et « refonder dans l'unité théologique la communauté qu'elle anime »⁵⁰. D'une part, dans la sphère gouvernementale, Jean-Paul II a mené une politique de nomination d'évêques plus conservateurs que ceux appelés par Paul VI, attachés à la doctrine et aux prérogatives sacerdotales. D'autre part, avec son projet de « nouvelle évangélisation », il a opéré un recentrage dans la sphère théologique. Repris par Benoît XVI et aujourd'hui par le pape François, ce projet vise non seulement à replacer la société libérale sous l'influence de la doctrine chrétienne, mais encore à rassembler les diverses composantes et courants de l'Église autour de la parole magistérielle.

En France, c'est d'abord en pratiquant la négociation avec les fidèles et avec la société que les évêques mettent en œuvre ces deux axes de la pastorale romaine.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 25.

⁵⁰ *Ibid.*, p. 28.

Cette politique de la négociation est rendue possible en interne grâce au code de droit canonique, promulgué en 1983, qui prévoit l'existence juridique de nombreux conseils dont disposent les curés et l'évêque. Ce dernier est aussi autorisé à convoquer les catholiques de son diocèse en synode pour définir de nouvelles orientations pastorales. Ce type de gestion des relations à l'intérieur du corps ecclésial non seulement fait droit pour une part à la culture démo-libérale ancrée dans la société occidentale, mais il relève aussi d'une stratégie de gouvernance du corps ecclésial : « les pratiques de consultation permettent de construire de la relation et du consensus »⁵¹ entre des catholiques mieux formés mais aussi plus divisés qu'autrefois.

Dans sa relation au monde, l'Église pratique aussi la négociation à travers les principes d'acculturation et de délibération : l'épiscopat déploie un discours de la proposition de la foi et entend apporter sa contribution à un débat qu'il accepte de ne pas maîtriser. Le titre de la lettre que les évêques ont adressée aux catholiques de France en 1996, *Proposer la foi dans la société actuelle* ou, plus récemment, celui du texte concernant l'intervention des évêques à propos de la révision des lois bioéthiques, *Bioéthique. Propos pour un dialogue*, sont, de ce point de vue, significatifs. En outre, les évêques ne donnent plus de conseils de vote aux fidèles et reconnaissent le pluralisme des appartenances politiques au sein même de l'Église.

Toutefois, la pratique de la négociation par les évêques ne doit pas enjoindre à penser que le catholicisme est devenu un espace dans lequel chacun serait libre de se déterminer selon ses conceptions et ses pratiques religieuses. Si la hiérarchie reconnaît l'expression de la pluralité, elle veille à l'inscrire dans la dépendance des significations magistérielles. Au lendemain du concile, après avoir accompagné jusqu'en 1975, les contestations dans l'Église, la hiérarchie, sous l'influence de Paul VI puis de Jean-Paul II, change de ton. A la suite des pontifes, l'épiscopat français va appeler à la restauration de l'identité et de la discipline chrétienne.

Il s'agit d'ordonner, voire de réduire, le pluralisme interne du catholicisme. Le code de droit canonique de 1983 ne donne aux conseils qui

⁵¹ *Ibid.*, p. 32.

entourent les curés et les évêques qu'un statut consultatif, il ne remet pas en cause le pouvoir de décider des ministres ordonnés. Sur un autre plan, la sociologie des synodes a montré que tout est fait pour que la parole des laïcs ne vienne pas bouleverser les équilibres institutionnels. Mais à ce fondement juridique s'ajoute un fondement culturel : la jeune génération de prêtres et d'évêques attachée au port du col romain manifeste « un fort attachement à la supériorité juridictionnelle du clerc »⁵² et à un pouvoir de gouvernement fondé sur le sacrement de l'ordre.

La hiérarchie ne se limite pas au contrôle de la pluralité à l'intérieur de l'Église, elle entend aussi contrôler la pluralité externe du catholicisme. Si la pluralité des options politiques des catholiques est reconnue par la hiérarchie, ceux-ci ne sont pas laissés dans leur engagement social à leur seule autonomie. Depuis la fin des années 1970, le discours épiscopal s'articule autour de deux principes : le principe de visibilité et le principe d'obéissance. D'une part les fidèles ne sont plus appelés comme dans les années 1968-1975 à être comme le levain dans la pâte, au contraire ils sont encouragés par l'épiscopat « à confesser explicitement leur foi dans la sphère publique »⁵³. D'autre part, si la hiérarchie adhère au principe libéral, elle n'en reconnaît pas le fondement philosophique : l'acceptation du pluralisme et de la laïcité ne remet pas en cause la loi divine-naturelle qui doit s'imposer au croyant. Dans le catholicisme, la vérité n'est pas négociable et, selon Philippe Portier, le positionnement de la hiérarchie pourrait être ainsi formulé : « il faut que les catholiques, quelles que soient leurs appartenances, acceptent de travailler à l'avènement de cet ordre divinement institué, en se mettant à la suite de la doctrine magistérielles qui en précise le sens »⁵⁴.

En France la communauté catholique est donc bien travaillée par une tension : d'un côté, le corps ecclésial est marqué par une pluralisation des appartenances qui touche aussi bien les catholiques seulement pratiquants que ceux plus intégrés à l'appareil religieux. De l'autre, les évêques tentent de tenir ce corps dans l'unité, en pratiquant certes la négociation, mais en

⁵² *Ibid.*, p. 34.

⁵³ *Ibid.*, p. 35.

⁵⁴ *Ibid.*

s'appuyant aussi sur un régime de certitudes et un projet pastoral appelant les fidèles à l'obéissance au magistère et à la visibilité de l'identité catholique dans la sphère publique pour l'évangéliser. Ce projet est très perceptible dans la stratégie missionnaire que mène l'Église sur Internet depuis bientôt vingt ans.

L'Église se donne les moyens de sa visibilité sur le Web.

Les stratégies de création, de développement et d'animation des sites Web paroissiaux et diocésains de l'Église de France depuis le milieu des années 1990 répondent certes à la nécessaire adaptation de l'institution à l'évolution des moyens de communication sociale mais aussi à l'exigence de visibilité du catholicisme dans la sphère publique souhaitée par les évêques de France et contrôlée par eux.

Des sites paroissiaux et diocésains visibles en ligne.

La stratégie de la CEF depuis le début des années 2000.

La Conférence des Évêques de France travaille depuis le début du XXI^e siècle à rendre plus lisible, et donc plus visible, la présence catholique sur le Web et à créer un réseau de sites institutionnels partenaires, facilement identifiables.

À l'occasion d'une première refonte de son site en 2001, la CEF en a modifié l'intitulé : « CEF, le site de la Conférence des Évêques de France », peu lisible pour un public non averti, est devenu « CEF, Église catholique en France ». Sur les moteurs de recherche, il s'affiche aujourd'hui comme le site officiel de l'Église catholique dans l'Hexagone.

À la fin des années 1990, la procédure d'hébergement d'un site était complexe⁵⁵. Depuis, pour ces raisons techniques, le site de la CEF est un site portail : il propose l'hébergement aux sites catholiques institutionnels

⁵⁵ Pour figurer sur la Toile, il faut être hébergé par un Fournisseur d'Accès à Internet (FAI). Ce FAI est une société privée équipée d'ordinateurs, appelés serveurs, reliés au réseau. Les FAI sont reliés entre eux, par câble, partout dans le monde et régulent ensemble le trafic.

qui le souhaitent et leur facilite l'accès à la Toile⁵⁶. Pour cela, ceux-ci doivent être adossés à une institution figurant dans le *Guide de l'Église catholique en France* publié chaque année. Ne peuvent donc déposer une candidature que les sites diocésains et paroissiaux, les sites des congrégations religieuses et ceux des services, des mouvements et des associations de fidèles. C'est le seul contrôle que la CEF exerce sur les sites candidats à l'hébergement. Chaque site est responsable de sa ligne éditoriale et la Conférence n'en vérifie pas le contenu.

Les sept cent soixante-quatre sites actuellement hébergés partagent un même nom de domaine⁵⁷ délivré par la CEF: les plus anciens s'affichent en cef.fr et les plus récents en catholique.fr. A terme, au gré des refontes successives, tous les sites hébergés par la Conférence s'afficheront en catholique.fr, terminologie plus explicite que le sigle « cef ». Cette nouvelle appellation a été voulue en 2008 par la Conférence, au moment d'une nouvelle refonte de son site, pour améliorer encore la lisibilité de l'identité des sites catholiques sur la Toile et faciliter leur accès par les moteurs de recherche.

Les responsables éditoriaux et les *webmasters* de ces sites peuvent appartenir, s'ils le veulent, au réseau des Tisserands, fondé par la CEF, il y a une douzaine d'années. Il permet aux acteurs de l'Internet catholique de partager leurs expériences et leurs pratiques. Les membres du réseau ont un espace dédié sur le site de la CEF et disposent d'une page sur le réseau social Facebook, ils reçoivent aussi une *newsletter* deux fois par mois et se retrouvent à Paris tous les ans. Lors de leur dernière session, les 28, 29 et 30 mars 2014, Anne Keller, directrice de la communication digitale à la CEF, expliquait que, pour une part, la stratégie de communication de l'Église de France repose non seulement sur la mise en réseau des sites Web mais aussi sur celle des acteurs de l'Internet catholique. Selon la CEF, cette mise en

⁵⁶ La CEF n'est pas un FAI, elle sous-traite ce service à une société, mais elle encaisse le paiement des diocèses qu'elle héberge.

⁵⁷ Tous les sites présents sur la Toile sont identifiés par un code à douze chiffres qui leur est propre. Par commodité, ce code est signifié par un nom de domaine attribué par l'hébergeur. Les sites hébergés par la CEF ont majoritairement en nom de domaine en xxx.catholique.fr.

réseau contribue donc à optimiser la visibilité de l'Église catholique en ligne.

Créations et refontes des sites paroissiaux et diocésains⁵⁸.

Au-delà de la stratégie développée par la CEF pour optimiser la visibilité de l'Église sur le Web, une réelle détermination des diocèses et des paroisses à occuper la Toile et à professionnaliser leur communication en ligne s'observe dès les années d'émergence de l'Internet en France. 2002 est l'année moyenne d'ouverture des sites diocésains, proche de l'année d'ouverture des sites des congrégations religieuses qu'Isabelle Jonveaux⁵⁹ a établie à 2001. Les paroisses, quant à elles, ont en moyenne ouvert leur site en 2005.

Pour la création puis la refonte de leurs sites, les acteurs de la communication des paroisses et des diocèses ont été relativement conscients, dès le début des années 2000, de la nécessité de s'entourer de partenaires compétents. 43,58% des sites paroissiaux et 57,57% des sites Web diocésains ont été créés par des professionnels de l'informatique qu'ils soient ou qu'ils ne soient pas bénévoles. 33,33% des diocèses ont particulièrement investi, sur le plan financier, pour cette création en salariant une personne ou en confiant cette mission à une entreprise spécialisée à la fois compétente en informatique et en communication.

Cette volonté des paroisses et des diocèses d'optimiser et de professionnaliser leur présence en ligne, se confirme avec les refontes. 47% des sites paroissiaux ont été refondus entre 2006 et 2010 et 62% l'ont été entre 2011 et 2013. Certains sites ont donc déjà connu deux refontes depuis leur création et des professionnels de l'informatique sont intervenus sur 53,3% des sites refondus. Le recours aux informaticiens a donc augmenté de dix points entre la création des sites paroissiaux et leur refonte. De leur côté, 62,07% des sites diocésains ont été refondus entre 2006 et 2010 et 51,72% l'ont été entre 2011 et 2013. Pour ce travail, 65,52% des diocèses ont fait

⁵⁸ Les pourcentages figurant dans ce paragraphe sont établis sur cent dix-sept observations pour les sites paroissiaux et sur trente-trois observations pour les sites diocésains.

⁵⁹ Cf. Isabelle JONVEAUX, *Dieu en ligne. Expériences et pratiques religieuses sur Internet*, op.cit., p. 29.

appel à une entreprise spécialisée qui les a soumis à une procédure très professionnelle de refonte, ou le cas échéant de recréation de leur site. Il s'agit, avant la rédaction du cahier des charges, de faire le bilan du site à renouveler, de préciser la cible du nouveau et de faire du *benchmark*, c'est-à-dire de consulter d'autres sites diocésains pour s'inspirer de leurs bonnes idées de structuration et de présentation.

Qu'il s'agisse d'un site paroissial ou diocésain, les motivations qui président à sa refonte sont les mêmes et s'affichent dans le même ordre de priorités, comme en témoigne le tableau ci-dessous. Il apparaît en outre que la simplification des technologies de mise à jour des sites et le renouvellement du contenu ne sont pas premiers et passent après le renouvellement de la présentation, l'amélioration de l'ergonomie et la prise en compte de nouvelles fonctionnalités numériques.

Motivations pour la refonte :	<i>Calcul établi sur 117 observations</i>	<i>Calcul établi sur 33 observations</i>
	Sites paroissiaux	Sites diocésains
1. Le renouvellement de la présentation	65,12%	79,31%
2. L'amélioration de l'ergonomie	54,65%	79,31%
3. La prise en compte de nouvelles fonctionnalités numériques	50%	72,41%
4. La facilité de mise à jour	46,51%	65,52%
5. Le renouvellement du contenu	34,88%	48,28%

Ces priorités manifestent une volonté, de la part des acteurs du Web catholique, de mieux capter l'internaute et, ce faisant, de rendre les sites plus visibles sur la Toile car plus un site reçoit de visites, plus il s'affiche en tête de proposition sur les moteurs de recherche.

Une maîtrise croissante des technologies du Web.

La politique de création, de refonte, voire de recréation des sites paroissiaux et diocésains depuis le début des années 2000 a contribué à leur modernisation. L'introduction de nouvelles technologies de gestion numérique a rendu possible une meilleure expression multimédia et, ces dernières années, un commencement d'adaptation des sites au Web 2.0 qui ajoutent encore à leur visibilité en ligne.

***Propulsion et systèmes de développement de contenus*⁶⁰.**

Pour propulser un site sur la Toile, le milieu des années 2000 a vu apparaître les systèmes de développement de contenu, communément appelé CMS, *Content Management Système*. 55,56% des sites paroissiaux et 80% des sites diocésains sont portés par un CMS. Ce système est une sorte de boîte, de format qui gère les droits d'accès à la dynamique interne du site. Il rend possible l'affichage et le contrôle des éléments en ligne tant sur la forme que sur le fond. Il permet de distinguer les opérations de maintenance des opérations éditoriales. 69,84% des sites paroissiaux et 50,38% des sites diocésains utilisant un CMS ont majoritairement adopté la configuration SPIP, le standard français gratuit le plus développé. Joomla, un standard américain et Wordpress, un standard international en pleine croissance, apparaissent respectivement en deuxième et troisième position⁶¹. Ces technologies, auxquelles il faut être formé pour un usage courant, ne requièrent cependant pas de connaissances en informatique et sont relativement souples à utiliser. Ce sont là les nouveautés qu'elles apportent. Les acteurs de l'Internet catholique sont ainsi plus disponibles pour penser la communication du site et sa mise à jour. 62,39% des sites paroissiaux et 84,85 % des sites diocésains sont mis à jour quotidiennement.

⁶⁰ Les pourcentages figurant dans ce paragraphe sont établis sur cent dix-sept observations pour les sites paroissiaux et sur trente-trois observations pour les sites diocésains.

⁶¹ Divers types de CMS sont disponibles sur le marché, en accès gratuit ou vendus par un prestataire de services informatiques. Le choix d'un CMS est très structurant dans un projet de création d'un site Internet, car il n'y a aucune compatibilité entre eux et ils ne cessent d'évoluer.

Malgré ces bons scores, il convient néanmoins de souligner que près de 45% des sites paroissiaux utilisent encore des techniques informatiques assez archaïques comme le développement à la main qui exige de coder numériquement chaque page du site.

L'adaptation au langage multimédia.

L'apparition des CMS a contribué à améliorer l'adaptation du message de l'Église à l'écriture propre d'Internet, l'écriture multimédia. S'ils veulent faire gagner du crédit à leur site, les responsables éditoriaux savent qu'ils doivent proposer des pages peu chargées en textes combinés à des images visuelles fixes, à des vidéos et à des sons appropriés.

Sur les sites paroissiaux, il apparaît que cette expression multimédia reste assez basique. S'ils ont intégré ce mode d'écriture, elle se limite souvent à l'illustration d'un texte par une image. Le recours aux images est toutefois assez divers selon les sites. Celui de la paroisse de la cathédrale de Vannes⁶², par exemple, ou celui encore de la paroisse de Gazeran⁶³ dans le diocèse de Versailles qui arrivent en tête des sites paroissiaux étudiés les plus visités, affichent chacune plus de mille images visuelles fixes⁶⁴ alors que le site de la paroisse Saint Martin de Jouy-en-Josas⁶⁵, dans les Yvelines, n'en propulse que quatre-vingt-sept. D'une manière générale, le recours aux images est surtout lié à la vétusté du site : les sites les plus récents y recourent plus aisément, pour des raisons techniques probablement. En outre, la vidéo commence à faire son apparition : 38,88%⁶⁶ de sites paroissiaux proposent au moins une vidéo en ligne. Plus rares sont ceux qui relaient des sons seuls.

Les sites diocésains manient mieux le langage multimédia. Selon l'étude réalisée par la CEF en 2011, 73% des sites diocésains⁶⁷ utilisent « les moyens multimédia conventionnels : photos, vidéo et son. 20% a déjà

⁶² <http://cathedrale-vannes.cef.fr/>

⁶³ <http://www.paroissiedegazeran-catholique-yvelines.cef.fr/>

⁶⁴ Comptage effectué à l'aide des outils d'analyse de Google. Cf. https://www.google.fr/?gws_rd=ssl.

⁶⁵ <http://jouysm-catholique-yvelines.cef.fr/>

⁶⁶ Calcul établi sur trente-six observations.

⁶⁷ Calcul établi sur trente-huit observations.

utilisé la TV en direct sur son site pour un événement particulier »⁶⁸. Le recours aux images visuelles fixes est assez homogène, les onze sites diocésains étudiés en affichent entre cinq cent cinquante et huit cent vingt⁶⁹. Du point de vue des propositions en termes de vidéos et de sons, les sites des diocèses de Cayenne⁷⁰ et de Paris⁷¹ sont très riches.

Diversement mis en œuvre selon les moyens techniques et humains dont disposent les paroisses et les diocèses, le langage multimédia est de mieux en mieux maîtrisé par les acteurs de l'Internet catholique.

Interactivité des sites et adaptation au Web 2.0.

L'écriture Internet ne se limite cependant pas au langage multimédia. Elle se caractérise aussi par l'interactivité interne du site qui permet à l'internaute d'y naviguer mais aussi par celle du Web 2.0 apparu au milieu des années 2000.

a) L'interactivité interne au site.

Le niveau d'interactivité interne du site se mesure au nombre des liens hypertextes sur chaque page. Plus ils sont nombreux, plus de chemins sont proposés à l'internaute pour naviguer d'une page à une autre, voire d'un site à un autre. L'internaute construit ainsi son propre texte, il est actif et interfère dans le déroulement en cours sous ses yeux, il n'est pas un simple spectateur et devient co-auteur de l'objet proposé.

Les sites paroissiaux et diocésains disposent, dans l'ensemble, d'une ergonomie de bonne qualité, il est relativement aisé d'y naviguer sans se perdre. Cependant, tous ne permettent pas à l'internaute de construire son propre cheminement, ne disposant pas ou peu de liens hypertextes à

⁶⁸ CONFERENCE DES ÉVÊQUES DE FRANCE, *Étude sur les besoins et les attentes des diocèses sur l'utilisation d'internet en France en 2011*, document à usage interne, Paris : CEF, 2012, p. 16.

⁶⁹ Comptage effectué à l'aide des outils d'analyse de Google. Cf. https://www.google.fr/?gws_rd=ssl.

⁷⁰ <http://www.guyane.catholique.fr/>

⁷¹ <http://www.paris.catholique.fr/>

l'intérieur des articles. Une majorité de sites exige de repasser par le menu général ou un sous-menu pour changer de page.

L'interactivité interne des sites Web paroissiaux et diocésains est donc assez moyenne.

b) L'interactivité du Web 2.0.

- ***Qu'est-ce que le Web 2.0⁷² ?***

Le Web 2.0 est l'évolution de la Toile en plateforme qui rend possible la communication et la collaboration des internautes, de manière individuelle ou collective, faisant émerger des réseaux sous différentes formes. Plus simple et plus interactif, ce nouveau paradigme d'Internet apparu au cours des années 2000, n'exige plus des *webmasters* qu'ils maîtrisent le langage HTML⁷³ pour publier sur le Web. Ils utilisent pour cela les CMS, ci-dessus évoqués.

Ce nouveau paradigme a aussi rendu possible une utilisation plus souple et plus fréquente de la *newsletter*, un courriel envoyé régulièrement aux abonnés d'un site pour les tenir informés des nouveautés mises en ligne. Sur un principe identique, il existe aussi le flux RSS, *Really Simple Syndication*. La syndication consiste à mettre automatiquement à disposition des abonnés au système, sur leur adresse courriel, un flux de données comportant l'en-tête du contenu récemment ajouté au site Web, le dernier article mis en ligne par exemple⁷⁴. En outre, c'est ce paradigme qui permet le dépôt de commentaires en ligne à la suite d'un article et de proposer sur un site un espace forum où les internautes peuvent interagir.

Mais l'apport fondamental du Web 2.0, ce sont les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou Google +1. L'internaute, le groupe ou

⁷² Cf. http://fr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0.

⁷³ *Hypertext Markup Language*, généralement abrégé HTML, est le format de données conçu pour représenter les pages Web. Il permet également de structurer sémantiquement et de mettre en forme le contenu des pages, d'inclure des ressources multimédias et des programmes informatiques. Il permet de créer des documents interopérables conformes aux exigences de l'accessibilité du Web.

Cf. http://fr.wikipedia.org/wiki/Hypertext_Markup_Language.

⁷⁴ Cf. <http://fr.wikipedia.org/wiki/RSS>

l'institution disposant d'un profil, d'une page ou d'un compte sur l'un ou l'autre de ces réseaux, publie son actualité, peut réagir à celle des internautes auxquels il est relié et relayer des informations disponibles sur les sites. En outre, ces derniers peuvent afficher, en marge de chaque article, des icônes vers ces réseaux pour que les internautes les partagent sur leur profil, c'est un moyen de toucher un public plus large que celui des habitués. Aujourd'hui, le lien qu'établit un site avec les réseaux sociaux, est pour l'internaute un gage de crédibilité.

Ces nouveaux outils de communication offerts par le Web 2.0 enrichissent les sites et contribuent à fidéliser l'internaute, à créer des relations en ligne autour d'intérêts communs et à faire émerger une communauté numérique.

- ***Des sites diversement ouverts au Web 2.0⁷⁵.***

Les sites paroissiaux ne semblent pas avoir encore intégré les nouveautés qu'apporte le Web 2.0. En effet, 60,68% d'entre eux ne laissent aucune place à l'internaute qui ne peut ni commenter les articles, ni poser une question à un prêtre, ni dialoguer en ligne avec d'autres visiteurs ou avec un interlocuteur du site. Près de 90% ne sont pas reliés à un réseau social du type Facebook ou Twitter. En outre, 64,96% d'entre eux n'offrent à l'internaute aucun système d'abonnement que ce soit via une *newsletter* ou le flux RSS et près de 75% n'ont pas d'intranet. L'interactivité de ces sites est donc très faible.

À la différence des sites paroissiaux, les sites Web diocésains sont relativement interactifs. Près de 76% disposent d'une *newsletter* et 48,48% offrent aussi un abonnement au flux RSS. 69,70% ont une page Facebook et 42,42% ont un compte Twitter. En outre, 54,55% disposent d'un système intranet pour diffuser des informations à un public ciblé de fidèles, souvent en responsabilité dans le diocèse. D'autre part, si 51,52% ne laissent aucun espace d'expression en ligne à l'internaute, les fonctionnalités du Web 2.0 qui le permettent, pénètrent petit à petit ces sites.

⁷⁵ Les pourcentages figurant dans ce paragraphe sont établis sur cent dix-sept observations pour les sites paroissiaux et sur trente-trois observations pour les sites diocésains.

D'une manière générale, sur le plan de l'interactivité, deux types de sites sont identifiables :

- les sites les plus interactifs permettent de déposer un commentaire à la suite d'un article (21,21%), de poser une question à un prêtre (33,33%) et de dialoguer en ligne (12,12%). Ceux des diocèses de Cayenne⁷⁶ et de Gap et d'Embrun⁷⁷ sont les plus développés de ce point de vue et laissent une grande place à l'internaute. Ceci justifie que 63,64% d'entre eux recourent à la vigilance d'un modérateur. Ces sites offrent aux internautes de partager, s'ils le désirent, un article apprécié sur les réseaux sociaux qui, par viralisation, peut atteindre tous les contacts de l'internaute et donc un public qui n'est pas forcément celui des sites institutionnels catholiques. Ces derniers disposent souvent eux-mêmes d'une page Facebook ou d'un compte Twitter qui leur servent, en complément de leur *newsletter*, à rendre compte des nouveautés mises en ligne sur le site, mais aussi à diffuser de l'information sur un ton moins formel que celui du site diocésain comme le soulignent les Délégués Episcopaux à l'Information (DEI) des diocèses de Tarbes et Lourdes et de Laval⁷⁸. Enfin, Facebook peut être aussi le lieu d'un dialogue avec les internautes qui y déposent un commentaire.
- Les sites les moins interactifs n'offrent qu'une page Facebook ou un compte Twitter essentiellement destinés à l'annonce des nouveautés mises en ligne sur le site diocésain.

- ***Des réticences au développement du Web 2.0.***

Loin d'être aboutie, l'ouverture des sites paroissiaux et diocésains au Web 2.0 rencontre les réticences des acteurs de l'Internet catholique. S'ils sont conscients qu'elle contribuerait à la visibilité de leurs sites, deux raisons président à ce défaut d'adaptation.

⁷⁶ <http://www.guyane.catholique.fr/>

⁷⁷ <http://www.diocesedegap.fr/>

⁷⁸ Entretiens respectivement réalisés à Lourdes et à Laval, les 10 et 16 avril 2014.

D'une part, paroisses et diocèses n'ont pas les moyens humains et financiers de s'offrir les services d'un modérateur voire d'un *community manager* qui animerait les internautes fidèles au site ou la page Facebook. « Personne n'a peur de dialoguer dans l'Église, mais c'est très chronophage »⁷⁹, explique Matthias Terrier, DEI du diocèse de Tarbes et Lourdes. L'expérience du diocèse de Gap et Embrun mérite cependant d'être soulignée. Selon Thierry Paillard, responsable éditorial, M^{gr} di Falco a souhaité que le site diocésain⁸⁰, publiant dans une société du débat et du dialogue, laisse aux internautes la possibilité de réagir en ligne aux articles, au risque sinon de créer de la frustration. Il souligne que le travail de modération ne l'occupe que quelques minutes par semaine. S'il ne diffuse pas les messages injurieux ou racistes, il ne censure pas ceux qui interpellent vigoureusement l'Église. En outre, il signale que les messages excessifs sont naturellement pondérés par d'autres et que, dans l'ensemble, les expressions des internautes sont très favorables à l'Église et à l'Évêque⁸¹.

D'autre part, en 2011, l'étude de la CEF sur les besoins des diocèses concernant Internet relevait déjà que le recours aux réseaux sociaux ne requiert pas seulement de disposer de personnes formées à l'utilisation de ces médias interactifs, il impose aussi de penser un nouveau type de communication et une nouvelle approche éditoriale.

Les divers types d'interactivité des sites paroissiaux et diocésains restent donc assez limités dans leurs développements, essentiellement faute de moyens suffisants pour les mettre en œuvre. Leur optimisation contribuerait davantage encore à la visibilité des catholiques sur la Toile.

Une évaluation du développement technique des sites.

Malgré la détermination de l'Église catholique à se rendre visible sur le Web depuis une quinzaine d'années, il semble que les sites paroissiaux et diocésains n'aient pas encore déployé tout leur potentiel technologique, en

⁷⁹ Entretien réalisé à Lourdes, le 10 avril 2014.

⁸⁰ <http://www.diocesedegap.fr/>

⁸¹ Entretien réalisé à Gap, le 8 avril 2014.

termes de langage multimédia et d'interactivité notamment. Site-analyzer.com⁸² permet de confirmer plus scientifiquement ce constat.

Selon plus de cinquante critères détaillés par catégories – l'accessibilité, la conception, le contenu textuel, le contenu multimédia et le maillage interne et externe ainsi que la popularité du site – Site-analyzer.com scanne les sites qui lui sont soumis et attribue une note à chacun en termes d'optimisation de ses capacités. Cette note peut être immédiatement comparée à la moyenne générale des millions de sites Web, déjà analysés, établie à 61,7%. Pour le dire autrement, actuellement les sites Web dans le monde sont développés à 61,7% de leurs capacités technologiques potentielles. Les 10% de sites paroissiaux et diocésains les plus visités ont été soumis à cette analyse. La moyenne générale des premiers est de 54,57% et celle des seconds est de 53,83%. Les sites paroissiaux et diocésains français, au regard de l'ensemble de la production mondiale, sont donc plutôt bien optimisés, mais ils sont loin d'avoir développé toutes leurs capacités. Ce travail d'optimisation leur offrirait un meilleur référencement, une augmentation du nombre de leurs visiteurs et donc une meilleure visibilité sur la Toile.

Des ressources humaines et financières pour les sites Web.

La stratégie missionnaire de l'Église de France appelle cependant des moyens humains et financiers. Ceux-ci pourraient bien être le talon d'Achille de cette politique de la visibilité des catholiques sur la Toile déjà précédemment évoqué par le positionnement des diocèses et des paroisses à l'endroit du développement du Web 2.0.

Profil des responsables éditoriaux⁸³.

Divers acteurs interviennent sur un site Web paroissial ou diocésain : principalement le responsable éditorial et le *webmaster* qui assure sa mise à jour et veille à son bon fonctionnement. Certains sites diocésains disposent aussi de contributeurs qui accèdent au site, grâce à un code, pour la mise à

⁸² <http://www.site-analyzer.com/fr/#goDown>.

⁸³ Les pourcentages figurant dans ce paragraphe sont établis sur cent dix-sept observations pour les sites paroissiaux et sur trente-trois observations pour les sites diocésains.

jour de pages spécifiques. Au niveau paroissial, ces acteurs sont sous la tutelle du curé et au niveau diocésain sous celle du Délégué Épiscopal à l'Information (DEI).

Les enquêtes se sont plus particulièrement intéressées aux responsables éditoriaux. Le tableau page suivante révèle les points communs et les écarts entre le profil des responsables des sites paroissiaux et celui des responsables des sites diocésains.

Deux points communs soulignent l'intention, pas toujours consciente peut-être, des curés et des évêques de considérer la communication paroissiale ou diocésaine comme lieu d'expression et de prolongement de l'autorité hiérarchique : le genre des acteurs et leur intégration au réseau des Tisserands. Il apparaît en effet que les responsables éditoriaux sont majoritairement des hommes laïcs – 70% environ occupent cette fonction – tous issus de la classe moyenne ou d'une classe sociale privilégiée. Or, au niveau national, la proportion de femmes parmi les professionnels de la communication et de l'information était en 2011 de 58,6%⁸⁴. L'Église, inversement à ce qui s'observe dans la société, confie donc davantage sa communication à des hommes⁸⁵ alors que les femmes sont souvent surreprésentées dans d'autres services. Les responsables éditoriaux rencontrés pensent qu'il s'agit là d'un processus inconscient de la part des évêques qui pourrait s'inverser. Pour l'un d'entre eux cependant, c'est une logique assez humaine. D'autre part, ces responsables éditoriaux sont majoritairement intégrés au réseau des Tisserands qui les relie, dans une culture commune, en plus du lien étroit qu'ils entretiennent avec leur curé ou leur évêque, à la sphère d'influence de l'autorité hiérarchique. Étonnamment cependant, ces responsables éditoriaux sont très peu formés sur le plan ecclésial pour occuper ces postes, relativement stratégiques pourtant au niveau diocésain. Certains responsables éditoriaux déclarent vivre ce défaut de formation comme un handicap, plus sérieux que leur

⁸⁴ Calcul établi sur cent soixante-neuf mille emplois. Cf. Julie ARGOUARC'H, Oana CALAVREZO, « La répartition des hommes et des femmes par métiers », *Dares Analyses*, n°79, décembre 2013, p. 12, [En ligne], URL : <http://travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/2013-079.pdf>, consulté le 2 juin 2014.

⁸⁵ En outre, la CEF confirme que, dans les diocèses de France, deux DEI sur trois sont des hommes.

manque de compétence en informatique, dans la mesure où ils ne maîtrisent pas certaines subtilités théologiques ou ecclésiologiques qui leur seraient précieuses pour la communication de l'Église⁸⁶.

Au-delà des points communs, le tableau ci-dessous révèle que les paroisses et les diocèses ne consacrent pas les mêmes moyens humains et financiers à leur communication en ligne, ce qui semble logique, mais il laisse aussi apparaître que ces moyens sont identiquement limités pour les uns et pour les autres. Les paroisses font appel à des bénévoles (92,16%) souvent retraités et peu formés à la communication qui cumulent cette fonction avec celle de *webmaster*, voire de responsable local de la communication. Un même cumul des fonctions s'observe du côté des diocèses qui cependant rémunèrent la mission de responsable éditorial – 82,76% des responsables éditoriaux diocésains sont salariés – et nomment à ce poste des personnes qualifiées et plus jeunes.

Les responsables éditoriaux :	Calcul établi sur 117 observations		Calcul établi sur 33 observations	
	Les responsables éditoriaux d'un site paroissial		Les responsables éditoriaux d'un site diocésain	
sont des hommes	71,79%		69,70%	
ont un âge moyen de	60 ans		48 ans	
appartiennent à la classe moyenne ou à une classe privilegiée	98,29%		93,94%	
sont des laïcs	76,07%		84,84%	
remplissent cette mission bénévolement	92,16%		17,24%	
sont salariés	7,84%		82,76%	
déclarent une compétence en communication	19,66%		66,67%	
n'ont pas reçu de formation ecclésiale pour cette mission	87,18%		60,61%	
cumulent cette fonction	avec celle de responsable de la communication sur la paroisse ou le doyenné	64,10%	avec celle de DEI	39,39%
	avec celle de <i>webmaster</i>	65,81%	avec celle de <i>webmaster</i>	57,58%
sont membres du réseau des Tisserands	60,68%		93,94%	

⁸⁶ Entretiens réalisés entre le 8 et le 11 avril 2014.

Un écart identique se mesure concernant les *webmasters*. Ceux des sites paroissiaux sont des bénévoles (90,6%) peu qualifiés : 34,19% seulement sont des professionnels de l'informatique. Ceux des diocèses en revanche sont salariés (70%) et 48,48% sont des informaticiens. Néanmoins, si pour 60,6% des sites diocésains, la maintenance est assurée par le *webmaster*, 27,27% des diocèses l'ont confiée à une entreprise spécialisée, une tendance qui pourrait se généraliser à l'avenir. Alexandre Barbe, DEI du diocèse de Laval, explique en effet que cette sous-traitance est l'assurance de pouvoir compter sur des professionnels toujours formés aux dernières technologies du Web, de plus en plus complexes⁸⁷. Enfin, le défaut de formation ecclésiale déjà observé pour les responsables éditoriaux apparaît également puisque 82,05% des *webmasters* paroissiaux et 63,64% des *webmasters* diocésains n'ont pas été formés pour assurer cette mission d'Église.

Les ressources financières.

La présente étude n'a pas entrepris l'analyse des ressources financières engagées par les paroisses et les diocèses pour leur présence sur la Toile, mais les lignes qui précèdent livrent quelques informations.

Faute de moyens financiers suffisants, il apparaît que les paroisses et les diocèses veillent à limiter le plus possible les coûts de leur communication numérique en termes de ressources humaines. Si les diocèses en revanche hésitent moins à investir pour la création et la refonte de leur site, l'étude réalisée en 2011 par la CEF sur les besoins des diocèses à propos d'Internet, relevait toutefois des frais de développement et de maintenance peu élevés en comparaison des sommes engagées par le monde du privé pour les mêmes opérations⁸⁸.

Cependant, sur le plan du financement de la communication, il existe autant de modèles diocésains qu'il y a d'évêques et de réalités pastorales diverses. Dans le diocèse de Gap et d'Embrun par exemple, il n'existe pas de service de la communication. Les personnels administratifs de l'évêché, souvent multitâches, en assurent les fonctions le cas échéant. Actuellement,

⁸⁷ Entretien réalisé à Laval, le 15 avril 2004.

⁸⁸ Cf. CONFERENCE DES ÉVÊQUES DE FRANCE, *Étude sur les besoins et les attentes des diocèses sur l'utilisation d'internet en France en 2011*, op.cit., p. 22.

c'est le secrétaire de M^{gr} di Falco-Léandri qui met à jour du site Web diocésain. En revanche, le diocèse s'est doté d'une structure de production, Agapè Productions, et vient d'investir dans un petit studio qui permet de produire des vidéos en qualité *broadcast* comme les chroniques hebdomadaires de l'évêque diffusées sur le site du diocèse, mais aussi sur celui du journal *Le Point* et sur la chaîne de télévision KTO. Le diocèse d'Agen emploie deux personnes au service de la communication. A Lourdes, elles sont treize, ce qui se justifie avec l'existence sur le territoire d'un sanctuaire marial international.

Si une politique de présence en ligne et de visibilité sur la Toile est menée depuis bientôt quinze ans par la création et la refonte, voire la recréation régulière des sites paroissiaux et diocésains, il semble qu'elle soit cependant dépendante de moyens financiers limités qui ne permettent pas aux paroisses et aux diocèses de développer une communication en ligne à la hauteur de leurs ambitions, pour l'animation des sites notamment. Néanmoins, il n'est pas sûr, à entendre les DEI et les responsables éditoriaux, que les curés et les évêques aient tous pris la mesure de l'importance de ce service d'Église et débloquent les fonds suffisants pour son optimisation.

Des sites Web à la structure et au contenu standardisés.

Après avoir fait état des moyens techniques, humains et financiers mis en œuvre depuis quinze ans pour rendre visible l'Église catholique sur la Toile, il convient à présent d'étudier les contenus et les informations que les sites paroissiaux et diocésains proposent aux internautes.

L'analyse des 10% de sites les plus visités dans chaque catégorie montre qu'au-delà d'une originalité propre à chaque site, la structure et le contenu des sites paroissiaux et diocésains sont relativement standardisés. Ils déclinent, chacun à leur manière, les trois missions d'une paroisse et d'un diocèse dans l'ecclésiologie catholique définies par le concile Vatican II : annoncer la foi, célébrer Dieu et servir son peuple. En outre, l'analyse du contenu des sites diocésains a été menée du point de vue du discours tenu en ligne au cours de l'année 2013 par les évêques d'Agen, de Gap et

d'Embrun, de Nanterre, de Pamiers et de Tarbes et Lourdes retenus pour les raisons évoquées dans l'introduction⁸⁹.

Structure générale et contenu des sites paroissiaux⁹⁰.

Les missions de la paroisse, propres à l'ecclésiologie catholique – annoncer, célébrer, servir – structurent l'arborescence d'un site paroissial, dont le menu type pourrait être le suivant :

- Accueil [*Servir*]
- Présentation de la paroisse (les divers clochers, le curé ou l'équipe pastorale et les conseils, informations pratiques) [*Servir*]
- Actualité de la paroisse (Horaires des messes, agenda, annonce et compte-rendu d'événements) [*Servir/Célébrer/Annoncer*]
- Les étapes de la vie chrétienne (les sacrements, la catéchèse et la formation pour les jeunes et les adultes). [*Annoncer/Servir*]
- Les services (Liturgie, accueil, etc.) [*Servir*]
- Les mouvements de la paroisse [*Annoncer/Servir*]
- Prier (textes de la liturgie du jour, prières diverses) [*Célébrer*]
- Le patrimoine touristique paroissial [*Annoncer/Célébrer*]
- La galerie photos [*Annoncer*]
- Le don en ligne [*Servir*]
- Le bulletin paroissial [*Annoncer*]
- Les liens (Sites du diocèse, de la CEF, du Vatican) [*Servir/Annoncer*]
- Contacter la paroisse (par courriel, courrier et téléphone) [*Servir*]

Au-delà de ce menu idéaltypique, selon les informations qu'ils dispensent, il existe trois types de sites paroissiaux :

- les sites qui n'affichent que les informations relatives à l'organisation paroissiale et qui déclinent sur le Web, ce que propose l'édition imprimée du Guide paroissial,

⁸⁹ Cf. *Supra*, p. 27.

⁹⁰ Les pourcentages de ce paragraphe sont établis sur trente-six observations.

- les sites qui ajoutent à ce premier type d'informations, celles relatives aux actualités paroissiales, principalement les événements à venir ;
- les sites qui ajoutent aux propositions qui précèdent, des articles destinés à la réflexion spirituelle sous forme de catéchèses, de conférences, de textes divers et de prières qui peuvent apparaître aussi sur un support vidéo ou audio. Enfin, grâce aux liens hypertextes, certains de ces sites renvoient, pour la réflexion spirituelle, vers le site diocésain ou vers le tout nouveau site d'évangélisation créé par la CEF, Rencontrer Jésus⁹¹.

Dans l'ensemble, ces sites rendent compte de l'organisation de la pastorale paroissiale en vigueur depuis le dernier concile. Si le curé demeure la figure centrale de la paroisse, la grande majorité de ces sites le présente entouré d'une équipe d'animation pastorale⁹² et des deux conseils requis par le code de droit canonique de 1983 : un conseil pastoral paroissial et un conseil pour les affaires économiques⁹³.

Ces sites sont souvent peu ouverts à la diversité des courants de pensée et des familles spirituelles à l'intérieur de l'Église catholique : 11,11% seulement proposent des liens représentatifs de cette diversité, mais ils orientent toujours vers des sites adossés à une institution reconnue par les évêques de France.

D'une manière générale, les sites paroissiaux sont peu ouverts au monde : ils ne s'expriment pas sur les sujets de société locaux ou nationaux. Quand elle existe, l'ouverture se manifeste essentiellement à travers la publication de liens dirigeant vers les sites des communes du territoire paroissial, ce que 16% seulement des sites proposent. En outre, moins de 5,5% affichent un lien vers les Églises protestantes.

⁹¹ <http://jesus.catholique.fr/>

⁹² Cette équipe n'est pas requise par le code de droit canonique. Il s'agit d'une équipe plus restreinte et qui se réunit plus fréquemment que le conseil pastoral, de manière hebdomadaire ou mensuelle. Elle conseille le curé. Son principe est souvent né des divers synodes diocésains qui ont eu lieu en France depuis la fin des années 1980.

⁹³ Canons 536 et 537.

Structure générale et contenu des sites diocésains.

Comme pour les sites paroissiaux, les missions propres au diocèse structurent le site diocésain, dont le menu type pourrait être le suivant :

- Accueil [*Servir*]
- L'actualité diocésaine [*Servir/Célébrer/Annoncer*]
- Horaires des messes [*Célébrer*]
- Présentation du diocèse (Histoire, géographie, économie) [*Servir/Annoncer*]
- L'évêque (Biographie, Agenda, textes officiels, homélies) [*Servir/Annoncer*]
- Les paroisses du diocèse [*Servir/Célébrer/Annoncer*]
- Les services diocésains (catéchèse, catéchuménat, liturgie, vocations, communication, etc.) [*Servir/Célébrer/Annoncer*]
- Les mouvements (Action catholique, scoutismes, mouvements de spiritualité, etc.) [*Servir/Annoncer*]
- Les étapes de la vie chrétienne (présentation des sacrements) [*Célébrer/Annoncer*]
- Se former, s'informer (Les formations proposées dans le diocèse et les moyens de communication) [*Annoncer*]
- Célébrer et Prier (l'évangile du jour, fêtes chrétiennes, prières diverses, méditations, etc.) [*Célébrer*]
- Le patrimoine religieux touristique [*Servir/Célébrer/Annoncer*]
- Galerie photo [*Annoncer*]
- Donner à l'Église (Denier, offrandes, legs) [*Servir*]
- Accès membres (Intranet) [*Servir*]
- Accès Facebook [*Servir/Annoncer*]
- S'abonner à la newsletter [*Servir/Annoncer*]
- Liens (CEF, Vatican, etc.) [*Servir/Annoncer*]
- Archives [*Servir/Célébrer/Annoncer*]
- Espace Presse (Communiqués, Conférence de presse) [*Annoncer*]
- Contacter le diocèse [*Servir*]

Là encore, au-delà de ce menu idéaltypique, les sites diocésains, pour la plupart, présentent brièvement le diocèse, son histoire, son évêque et ses structures, elles aussi en vigueur depuis le Concile Vatican II. L'internaute à la recherche d'une paroisse du diocèse peut l'identifier et entrer en contact avec elle via une adresse courriel ou postale, un numéro de téléphone, et parfois un site Web. Dans le détail, du point de vue du contenu institutionnel, il existe toutefois deux types de sites diocésains :

- les sites qui déclinent en ligne l'annuaire diocésain et qui ajoutent des informations d'actualité essentiellement diocésaines, en abondance parfois, sur la vie même du diocèse, des paroisses, des services et des mouvements. Le site du diocèse de Langres⁹⁴ illustre bien cette catégorie.
- les sites qui déclinent de manière très élémentaire, voire qui ne déclinent pas, l'annuaire diocésain, mais qui abondent dans l'information d'actualité sur la vie diocésaine. Le site du diocèse du Puy⁹⁵ est assez représentatif de cette tendance.

Du point de vue de l'offre spirituelle, deux types de sites se dégagent :

- les sites qui offrent une réflexion spirituelle diversifiée par leurs articles sur les sacrements, la mise en ligne des homélies de l'évêque, la méditation de textes de l'Écriture, la proposition de catéchèses, de conférences, de témoignages qui peuvent s'afficher non seulement sous forme de textes mais aussi de sons et de vidéos. Certains proposent aussi des prières et des liens vers des sites spécialisés. Le tout nouveau site du diocèse de Tarbes et Lourdes, dans sa rubrique « Proposition spirituelle »⁹⁶, illustre assez bien cette catégorie ;
- les sites qui font une offre spirituelle limitée relayant quelques liens vers le site de l'Association Episcopale Liturgique pour les pays Francophones (AELF)⁹⁷ qui propose les textes liturgiques, ou le tout récent site de la CEF, Rencontrer Jésus.

⁹⁴ <http://catholique-hautemarne.cef.fr/>

⁹⁵ <http://catholique-lepuy.cef.fr/>

⁹⁶ <http://www.catholique65.fr/propositions-spirituelles>

⁹⁷ <http://www.aelf.org/>

La construction d'une stratégie missionnaire en ligne

Les sites des diocèses de Cahors⁹⁸ et de Pamiers⁹⁹ sont assez représentatifs de cette catégorie.

D'une manière générale, les sites diocésains rendent compte de la diversité des mouvements de laïcs reconnus par l'Église, mais comme les sites paroissiaux, ils sont peu ouverts au monde. Certains comme celui du diocèse de Paris¹⁰⁰ offrent une réflexion chrétienne de fond sur les sujets qui animent le débat social en France. Il dispose aussi d'une rubrique dédiée à l'œcuménisme et au dialogue interreligieux¹⁰¹ comme le site du diocèse de Nanterre¹⁰². Pour d'autres, comme ceux des diocèses de Langres et encore de Paris, cette ouverture se manifeste dans la rubrique dédiée aux arts et à la culture, par la critique cinématographique¹⁰³ notamment. Pour tous les sites, cette ouverture quand elle existe, se manifeste essentiellement à travers les associations caritatives du diocèse, le site du diocèse de Nanterre en offre, là encore, un bel exemple¹⁰⁴.

Les responsables éditoriaux évitent de mettre en ligne des liens dirigeant vers des sites qui ne sont pas adossés à une institution de l'Église de France. Selon Matthias Terrier, DEI du diocèse de Tarbes et Lourdes, il s'agit de relayer les sites labellisés pour lesquels un discernement a déjà été fait, « cela peut passer pour un manque d'audace, mais c'est une démarche ecclésiale sécurisante »¹⁰⁵. Et Dorothee Paliard, responsable éditoriale du site du diocèse de Nanterre, d'ajouter : « L'offre sur Internet est importante, comment discerner qu'un site plutôt qu'un autre mérite d'être relayé ? »¹⁰⁶.

Structurellement et sur le fond, les sites paroissiaux et diocésains se présentent comme des vitrines officielles des paroisses et des diocèses. Ils

⁹⁸ <http://www.cahors.catholique.fr/>

⁹⁹ <http://ariege-catholique.cef.fr/dtbfw/current/pages/463.html>

¹⁰⁰ <http://www.paris.catholique.fr/>

¹⁰¹ <http://www.paris.catholique.fr/-27-150-OEcumenisme-Interreligieux-.html>

¹⁰² <http://92.catholique.fr/-Relations-oecumeniques> - et <http://92.catholique.fr/-Relations-interreligieuses->

¹⁰³ <http://www.paris.catholique.fr/-cinema-.html> et <http://catholique-hautemarne.cef.fr/fiche1224085455.php>

¹⁰⁴ <http://92.catholique.fr/-Agir-et-s-engager->

¹⁰⁵ Entretien réalisé à Lourdes, le 10 avril 2014.

¹⁰⁶ Entretien réalisé à Nanterre, le 16 avril 2014.

déclinent essentiellement l'organisation et l'offre d'activités communautaires, de manière standardisée selon les normes de l'institution, dans le langage de l'institution et, en conséquence, pour un public relativement proche de l'institution.

Le discours en ligne des évêques.

Au-delà des considérations générales relatives à la structure et au contenu des sites diocésains notamment, il apparaît que ce contenu n'est pas sans lien avec la figure de l'évêque. Dans l'ensemble, les responsables éditoriaux rencontrés¹⁰⁷ s'accordent à dire que la personnalité de l'évêque et la pastorale qu'il déploie, ont une influence sur la ligne éditoriale du site, ne serait-ce que par la publication de ses textes officiels.

L'étude du discours en ligne des évêques, au cours de l'année 2013 et parfois antérieurement, confirme que les sites diocésains sont d'abord destinés à des catholiques proches de l'institution ecclésiale. Pour l'analyse de leurs textes, deux axes ont été retenus : ce que les évêques évoquent de l'attitude du catholique dans sa relation au monde d'une part et ce qu'ils disent sur la famille d'autre part, deux thématiques récurrentes dans le discours épiscopal depuis le pontificat de Jean-Paul II, très liées au contexte ecclésial et social en France sur cette période. La première est très influencée par la démarche nationale, *Diaconia 2013*¹⁰⁸, la seconde par la polémique autour du projet de loi de mariage pour tous. Les évêques trouvent ici l'occasion de rappeler la nécessité d'une visibilité des catholiques dans la sphère publique et d'une annonce de la foi qui soit conforme à la loi divine-naturelle dont ils sont les garants.

¹⁰⁷ Entretiens réalisés dans les diocèses, entre le 7 et le 16 avril 2014.

¹⁰⁸ Encouragé par les évêques de France, le Conseil National pour la Solidarité de l'Église catholique en France a lancé, en janvier 2011, la démarche *Diaconia 2013 : Servons la fraternité*. L'objectif premier de la démarche était d'appeler les communautés à vivre davantage, *dans la réciprocité*, la fraternité et l'espérance avec les personnes en situation de fragilité, proches ou lointaines. Elle était aussi l'occasion de redire combien le service du frère est une manière de vivre sa foi chrétienne à la suite du Christ. Elle s'est étendue sur trois années au terme desquelles eut lieu à Lourdes un grand rassemblement national les 9, 10 et 11 mai 2013. Cf. <http://diaconia2013.fr/diaconia-cest-quoi/> consulté le 16 mai 2014.

L'expression de la charité, lieu de la visibilité des catholiques.

Le discours des évêques sur la légitimité d'une visibilité des catholiques dans la société est fondé sur la nature missionnaire de l'Église. Selon M^{gr} Mousset, évêque de Pamiers, c'est sa vocation d'être toujours dans une attitude d'évangélisation¹⁰⁹. Dans les propos de M^{gr} Daucourt, jusqu'à peu encore évêque de Nanterre, trois axes pour proposer la foi au monde sont à distinguer¹¹⁰ :

- le témoignage de vie,
- l'annonce explicite de la foi par des propositions comme l'invitation d'un non-croyant dans un groupe de partage d'Évangile ou l'évangélisation de rue,
- l'amour de tous qui se manifeste dans l'action d'organismes caritatifs chrétiens, dans l'engagement associatif ou politique et dans la participation des chrétiens au débat public.

C'est sur ce troisième axe que les évêques ont beaucoup insisté au cours de l'année 2013. L'événement Diaconia 2013 fut en effet pour eux l'occasion de rappeler non seulement le lien indissoluble entre la foi et la charité dans les communautés chrétiennes mais aussi que la pratique de la charité rend particulièrement visible le témoignage de l'Église.

Les évêques ont donc abondamment rappelé l'urgence d'une charité active des catholiques et d'une prise en compte des plus pauvres notamment dans les paroisses parce qu'ils peuvent aussi porter la Bonne Nouvelle. Cet appel, les évêques le fondent scripturairement et théologiquement. Pour M^{gr} Mousset, l'Église ne peut séparer le service de la foi de la diaconie solidaire et sociale, car le lavement des pieds de ses disciples et l'institution de l'eucharistie par le Christ, au soir de la Cène¹¹¹, sont

¹⁰⁹ Cf. M^{gr} Philippe MOUSSET, « Temps du carême », 1^{er} mars 2014, [En ligne], URL : <http://ariege-catholique.ccf.fr/dtbfw/current/pages/160.html>, consulté le 7 juin 2014.

¹¹⁰ Cf. DIOCESE DE NANTERRE, « Les hommes et les femmes du 92 », [En ligne], URL : <http://92.catholique.fr/Les-hommes-et-les-femmes-du-92>, consulté le 7 juin 2014.

¹¹¹ Cf. Jn 13,1-30 pour le lavement des pieds - Cf. Mt 26,26-29, Mc 14,22-25, Lc 22,19-20 pour l'institution de l'eucharistie.

inséparables¹¹². Mais l'évêque de Laval pousse le raisonnement plus loin encore. Selon lui, les trois dimensions de la vie baptismale que sont l'annonce de la Parole (*kerygma*), la célébration des sacrements (*leitourgia*) et le service de la charité (*diaconia*), se fécondent mutuellement et permettent de réconcilier la vie et la foi. La cohérence et l'action conjointe de ces trois dimensions de la vie baptismale sont le cœur de l'activité missionnaire de l'Église : par elles, l'Église révèle Dieu au monde. Et pour M^{gr} Scherrer, « c'est dans la diaconie que se joue la présence des chrétiens à la société »¹¹³. Pour l'évêque de Laval en effet, le témoignage qu'attendent les hommes et les femmes de ce temps passe par la rencontre de l'autre et du plus pauvre notamment. M^{gr} Daucourt affirme que si l'Église veut annoncer l'Évangile, elle doit d'abord se montrer au service de tous sans distinction et sans calcul, dans une totale gratuité¹¹⁴.

Les évêques insistent donc sur ce point : le service de la charité est aujourd'hui un lieu privilégié de la visibilité de l'Église.

Un ordre divinement institué dans l'obéissance à Dieu et au magistère.

Cette visibilité ecclésiale, les catholiques doivent la porter à travers le service de la charité mais dans une obéissance à la loi divine-naturelle et au magistère. Celui-ci encourage en effet les chrétiens à promouvoir l'avènement d'un ordre du monde divinement institué auquel chaque individu et la société tout entière sont appelés à se conformer en vue du bien commun.

L'obéissance à Dieu, en effet, relève d'abord de la conscience individuelle et ne s'impose pas seulement aux catholiques. Ainsi, dans

¹¹² Cf. M^{gr} Philippe MOUSSET, « Le mot de l'évêque. Diaconia 2013, un signe, un appel qui nous invite à la fraternité » 1^{er} juin 2013, [En ligne], URL : <http://ariege-catholique.ccf.fr/dtbfw/current/pages/160.html>, consulté le 7 juin 2014.

¹¹³ M^{gr} Thierry SCHERRER, « Vœux aux catholiques de la Mayenne », 5 janvier 2013, [En ligne], URL : <http://www.diocese-laval.fr/le-diocese/l-eveque/autres-textes/4918-voeux-2013-de-mgr-scherrer.html>, consulté le 7 juin 2014.

¹¹⁴ Cf. M^{gr} Gérard DAUCOURT « Homélie pour la messe du pèlerinage à Reims » 14 octobre 2012, [En ligne], URL : <http://92.catholique.fr/Pelerinage-diocesain-a-Reims-14719>, consulté le 7 juin 2014.

plusieurs de ses textes, l'évêque de Laval, M^{gr} Scherrer, dénonce l'esprit du temps, l'hypertrophie de la subjectivité individuelle, « la revendication orgueilleuse »¹¹⁵ du Moi. Dans sa lettre pastorale, il affirme que la première conséquence du péché, c'est la propension de l'homme à vouloir diriger sa vie sans Dieu et à se considérer comme le maître de son existence. Or, cette tendance égoïste fausse la capacité d'aimer de l'homme¹¹⁶.

C'est bien cette capacité d'aimer, qui fait la volonté de Dieu, que les évêques désirent voir émerger dans sa dimension individuelle mais aussi dans sa dimension sociale. M^{gr} Brouwet, dans une catéchèse donnée à l'occasion des Journées Mondiales de la Jeunesse (JMJ), et reprenant Jean-Paul II, appelle les jeunes à construire la civilisation de l'amour¹¹⁷. Celle-ci n'est pas seulement à construire à l'intérieur de l'Église, c'est toute la société qui doit se convertir, être convertie à la civilisation de l'amour. Pour le dire autrement, construire la civilisation de l'amour, c'est vouloir refixer toute la société dans un ordre divinement institué, car l'évêque de Tarbes et Lourdes le rappelle, l'amour dont il est ici question procède de Dieu. Et l'amour de Dieu est un amour qui veut le bien de l'autre et plus généralement le bien commun. Or, la notion de « bien commun » est pour les évêques étroitement liée à la loi divine-naturelle : le bien commun de l'humanité, c'est ce que Dieu veut pour l'homme tel qu'Il l'a manifesté dans l'Écriture, à travers la personne du Christ et tel que le formule la doctrine

¹¹⁵ M^{gr} Thierry SCHERRER, « Fête de Marie Immaculée conception. Homélie », 9 décembre 2013, [En ligne], URL : <http://www.diocese-laval.fr/se-former-s-informer/projets-diocesains/annee-de-la-conversion/5858-fete-de-l-immaculee-conception-et-ouverture-annee-de-la-conversion.html>, consulté le 7 juin 2014.

¹¹⁶ Cf. M^{gr} Thierry SCHERRER, *Laissez-vous réconcilier avec Dieu. Lettre pastorale*, Laval : Association Diocésaine de Laval, 2 février 2014, p. 5, [En ligne], URL : <http://www.diocese-laval.fr/le-diocese/l-eveque/lettres-pastorales/>, consulté le 7 juin 2014.

¹¹⁷ Cf. Nicolas BROUWET « Soif d'espérance, soif de Dieu », 24 juillet 2013, [En ligne], URL : <http://www.catholique65.fr/propositions-spirituelles/catecheses/catechese-jmj-brouwet-lourdes>, consulté le 7 juin 2014. C'est le jour de Noël 1975, dans l'homélie de clôture de l'Année sainte, que Paul VI évoque pour la première fois en termes explicites la « Civilisation de l'amour ». L'expression est reprise par Jean-Paul II dans son encyclique *Evangelium Vitae* au n°6. Cf. <http://www.france-catholique.fr/La-civilisation-de-l-amour-selon,14453.html>, consulté le 16 mai 2014.

sociale de l'Église¹¹⁸. Toutefois, l'invitation faite aux chrétiens de changer la société diverge dans ses modalités d'application selon les évêques. Deux tendances s'observent : la première envisage le dialogue et l'accompagnement de la société sans forcément adhérer à ses évolutions, l'autre s'inscrit davantage dans la confrontation avec elle.

M^{gr} Herbreteau pourrait bien être assez représentatif de la première de ces deux tendances. Pour lui, l'Église ne peut être entendue dans le monde au moyen d'une Église triomphante, il lui préfère une Église servante et pauvre « une Église qui n'a pas peur d'aller “aux périphéries existentielles” »¹¹⁹ de l'humanité, comme le dit le pape François, une Église aussi qui renoue le dialogue avec un monde incroyant et pluri-religieux. Selon l'évêque d'Agen, l'Église a à recevoir du monde, elle participe pour cela aux grands débats de société même si elle garde « une distance critique par rapport à certains choix de société qui ne respectent pas la dignité de l'homme et qui ne sont pas en accord avec la Bonne Nouvelle du Christ »¹²⁰.

Si M^{gr} Brouwet défend lui aussi le dialogue avec la société, son positionnement semble plus offensif et relève de la seconde tendance précédemment décrite. Selon l'évêque de Tarbes et Lourdes, construire la civilisation de l'amour exige parfois de résister à la société. Cette résistance sait écouter et débattre dans un respect mutuel et s'engage dans les institutions pour faire entendre une autre voix. Cette résistance est donc une résistance de l'âme en conscience avec Dieu, une âme qui choisit de ne pas forcément suivre la pensée commune et qui choisit de discerner des choix respectueux de la dignité humaine au bénéfice de la société. Cette résistance

¹¹⁸ Cf. CONCILE ŒCUMENIQUE VATICAN II, « *Gaudium et Spes*, Constitution pastorale sur l'Église dans le monde de ce temps », 7 décembre 1965, n°26-30, *Constitutions - Décrets - Déclarations*, Paris : Editions du Cerf, 1967, pp. 241-247.

¹¹⁹ M^{gr} Hubert HERBRETEAU, « Homélie pour le rassemblement régional de l'Action des Crétiens pour l'Abolition de la Torture (ACAT) », 24 novembre 2013 », [En ligne] URL : <https://catholique-agen.cef.fr/site/2701.html>, consulté le 7 juin 2014.

¹²⁰ M^{gr} Hubert HERBRETEAU, « Vivante Église en Lot et Garonne. Des communautés fraternelles et missionnaires. Septième lettre pastorale », Septembre 2012, [En ligne], URL : <https://catholique-agen.cef.fr/site/2300.html>, consulté le 7 juin 2014.

peut donc aller jusqu'à refuser des lois de la République non-conformes à la loi morale, c'est-à-dire pour le chrétien, non-conformes à l'Évangile¹²¹.

Telles sont donc les deux grandes tendances proposant aux chrétiens les modalités de transformation de la société, et son inscription dans un ordre divinément institué. Chacune d'elles trouve néanmoins des nuances selon la personnalité des évêques.

Le discours épiscopal sur la famille.

Les deux tendances précédemment décrites, vont trouver à s'exprimer très concrètement, tout au long de l'année 2013 dans le discours épiscopal sur la famille marqué par le débat et la polémique sur le mariage pour tous.

L'argumentaire épiscopal contre le mariage pour tous.

Contre le projet de loi autorisant le mariage pour tous et l'adoption pour les couples de même sexe, le discours épiscopal développe trois axes argumentatifs : le rappel de la loi divine-naturelle sur la différence sexuelle d'abord, le rôle social de la famille ensuite et enfin le bouleversement anthropologique et culturel que l'adoption de la loi risque d'entraîner.

Les évêques le rappellent avec autorité : la famille est fondée sur l'union dans le mariage d'un homme et d'une femme. En fondant scripturairement son propos sur le chapitre premier du *livre de la Genèse*¹²², le site du diocèse de Nanterre rappelle d'une part la « relation de complémentarité biologique et sociale »¹²³ voulue par Dieu à la création et d'autre part que la différence sexuelle de l'homme et de la femme est structurant de tout le devenir humain.

Les époux élèvent donc des enfants, fruits de leur amour, si cela leur est donné. Cette responsabilité d'ordre privé, mais assignée par la loi divine, a aussi une dimension sociale : la famille est la cellule de base de la

¹²¹ Cf. M^{gr} Nicolas BROUWET, « Apprenons à résister ! », 17 mars 2013, 8 p., [En ligne], URL : <http://fr.lourdes-france.org/evenement/brouwet-appel-resister>, consulté le 7 juin 2014.

¹²² Cf. Gn 1,26-31.

¹²³ DIOCESE DE NANTERRE, « La famille », [En ligne], URL : <http://92.catholique.fr/La-famille>, consulté le 7 juin 2014.

communauté humaine, « la société politique n'est pas première ; ce qui est premier, c'est la famille. Et ce sont des familles assemblées qui fondent la société politique »¹²⁴. Aussi selon M^{gr} Scherrer, évêque de Laval, faisant siens les propos du pape François, tout dommage fait au mariage et à la famille, fondement de la vie sociale, vient blesser la convivialité humaine¹²⁵. Selon M^{gr} Daucourt, évêque émérite de Nanterre, le projet de loi « touche à la dimension sociale du mariage et de la famille et au bien commun »¹²⁶. Mais l'évêque de Pamiers, M^{gr} Mousset va plus loin. En fragilisant les fondements de la société, en modifiant le contenu du mariage civil au point de le dénaturer, ce projet de loi va entraîner des souffrances, des fragilités et va provoquer un bouleversement culturel et anthropologique. Les arguments en faveur de ce bouleversement ne portent pas uniquement sur le mariage homosexuel lui-même, ceux relatifs aux droits des enfants sont aussi convoqués. M^{gr} Mousset souligne que la connaissance de ses origines est un droit de l'enfant et les droits de l'enfant priment sur le droit à l'enfant¹²⁷.

Les modalités de la mobilisation contre le projet de loi.

Selon la Conférence des Évêques de France, « la famille, fondée sur l'union de l'homme et de la femme doit être aidée économiquement et défendue socialement car à travers les enfants qu'elle porte et qu'elle éduque, c'est l'avenir et la stabilité de la société qui sont en jeu »¹²⁸. Pour lutter contre une déstabilisation de la société que le projet de loi menace de provoquer et qu'ils redoutent, les évêques invitent donc les catholiques à la mobilisation, mais ils le font diversement.

¹²⁴ M^{gr} Nicolas BROUWET, « Apprenons à résister ! », *op.cit.*

¹²⁵ Cf. M^{gr} Thierry SCHERRER, « Vœux aux catholiques de la Mayenne », 5 janvier 2013, *op.cit.*

¹²⁶ M^{gr} Gérard DAUCOURT, « Message de l'Évêque de Nanterre aux Catholiques des Hauts-de-Seine », 17 septembre 2012, [En ligne], URL : <http://92.catholique.fr/Le-mariage-entre-personnes-du-meme-14571>, consulté le 7 juin 2014.

¹²⁷ Cf. M^{gr} Philippe MOUSSET, « Le mot de l'évêque. A propos du mariage pour tous », 1^{er} décembre 2012, [En ligne], URL : <http://ariege-catholique.cef.fr/dtbfw/current/pages/160.html>, consulté le 7 juin 2014.

¹²⁸ CONFERENCE DES ÉVÊQUES DE FRANCE, « Élections : un vote pour quelle société ? », 3 octobre 2011, DIOCESE DE NANTERRE, « La Famille », *op.cit.*

L'évêque d'Agen, M^{gr} Herbreteau, n'a pas lancé d'appel à manifester dans les rues¹²⁹. De son côté, M^{gr} Daucourt a encouragé les catholiques du diocèse de Nanterre à demander un débat pour défendre les convictions chrétiennes au service de l'homme et de la société¹³⁰. M^{gr} Mousset, évêque de Pamiers, déplore lui aussi un débat public insuffisant et invite les catholiques à se mobiliser en se formant, en écrivant aux élus, en s'exprimant légalement publiquement dans le respect des personnes et en priant¹³¹. Enfin, le projet de loi a suscité la publication par l'évêque de Tarbes et Lourdes, M^{gr} Brouwet, d'un document assez long, disponible en ligne, intitulé *Apprenons à résister* dans lequel il encourage les catholiques, à résister aux lois de la République si celles-ci ne sont pas conformes à la morale chrétienne¹³².

Lors de la cérémonie des vœux, le 11 janvier 2014, M^{gr} Scherrer se félicitait du témoignage non violent que portent les « veilleurs ». C'est la mission du chrétien de rester mobilisé contre toute forme d'idéologie visant à détruire la famille¹³³.

La famille, pauvre parmi les pauvres.

Au-delà des prises de positions épiscopales sur le mariage pour tous, la réflexion des évêques sur la famille s'inscrit dans un discours plus large concernant l'engagement des chrétiens sur les questions économiques et bioéthiques au nom de la recherche du bien commun. Selon M^{gr} Pontier, évêque de Marseille et président de la Conférence des Évêques de France, « ne pas faire place à l'enfant à naître, ne pas accompagner la vie jusqu'au bout, ne pas offrir un avenir professionnel à des milliers de jeunes et adultes,

¹²⁹ Entretien réalisé avec Sylvie Giuseppi, DEI du diocèse d'Agen, le 9 avril 2014.

¹³⁰ Cf. M^{gr} Gérard DAUCOURT, « Message de l'Évêque de Nanterre aux Catholiques des Hauts-de-Seine », *op.cit.*

¹³¹ Cf. M^{gr} Philippe MOUSSET, « Le mot de l'évêque. A propos du mariage pour tous », *op.cit.*

¹³² Cf. M^{gr} Nicolas BROUWET, « Apprenons à résister ! », *op.cit.*

¹³³ Cf. M^{gr} Thierry SCHERRER, « Vœux », 11 janvier 2014, [En ligne], URL : <http://www.diocese-laval.fr/le-diocese/l-eveque/autres-textes/5926-voeux-2014-de-mgr-scherrer.html>, consulté le 7 juin 2014.

ne pas regarder la vie à partir des plus fragiles est un déni de fraternité et d'humanité »¹³⁴.

Regarder la vie à partir des plus fragiles : tel est bien le choix de M^{gr} Daucourt, l'évêque émérite de Nanterre. Il développe une conception très large de la pauvreté et de l'option préférentielle pour les pauvres. Celle-ci doit pousser les catholiques à lutter pour défendre toute vie humaine : celle du fœtus, de la personne âgée, de la personne handicapée, celle du clandestin, celle SDF. Ainsi, toute personne vulnérable est, pour l'évêque émérite de Nanterre, en situation de pauvreté¹³⁵. Cette vision est partagée par ses confrères. M^{gr} Scherrer, sur la même ligne argumentative, soutient que la famille, aujourd'hui menacée, est à compter parmi les pauvres de notre société, la première des pauvres selon lui et que dans son combat pour un monde meilleur, le chrétien doit se porter à son secours comme au secours des plus faibles : l'embryon, l'enfant à qui on ne garantit pas le droit d'avoir un père et une mère, les personnes menacées d'euthanasie¹³⁶. Il s'agit donc pour le chrétien de défendre la dignité inaliénable de l'être humain de la naissance à la mort.

Exclusivement à l'adresse des catholiques de leur diocèse, par le registre de langage et les images théologiques qu'il emploie, le discours des évêques en ligne, relatif à la recherche du bien commun et à la construction d'un monde meilleur gouverné par la loi divine-naturelle s'actualise et se résume dans l'invitation que M^{gr} Scherrer fait aux chrétiens d'être les promoteurs d'une « "écologie humaine", respectueuse de la personne dans toutes les dimensions de son être et à toutes les étapes de la vie »¹³⁷.

¹³⁴ M^{gr} Georges PONTIER, « Message de M^{gr} Georges Pontier pour les fêtes de Noël et du Nouvel An », 24 décembre 2013, DIOCESE DE NANTERRE, « L'IVG en France », 28 janvier 2014, [En ligne], URL : <http://92.catholique.fr/L-IVG-en-France>, consulté le 7 juin 2014.

¹³⁵ Cf. M^{gr} Gérard DAUCOURT, *Orientations pour la mission des catholiques du diocèse de Nanterre*, Nanterre : Diocèse de Nanterre, 11 octobre 2009, p. 19, [En ligne], URL : <http://92.catholique.fr/Orientations-pour-la-mission-des>, consulté le 7 juin 2014.

¹³⁶ Cf. M^{gr} Thierry SCHERRER, « Vœux », 11 janvier 2014, *op.cit.*

¹³⁷ *Ibid.*

Des sites d'évangélisation ?

Les lignes qui précèdent l'attestent : depuis le début des années 2000, l'Église catholique a mis en œuvre une stratégie missionnaire de visibilité de ses sites Web paroissiaux et diocésains qui semblent paradoxalement destinés à un public de catholiques proches de l'institution. Pour autant, 68,66%¹³⁸ des responsables éditoriaux de ces sites, déclarent animer un site d'évangélisation, qu'en est-il exactement ? Pour répondre à cette question, une comparaison des sites paroissiaux et diocésains avec deux sites d'évangélisation, le site catholique Rencontrer Jésus¹³⁹ et le site évangélique Connaître Dieu.com¹⁴⁰, s'impose.

Technologiquement développés à 54% environ de leurs capacités, il apparaît que les sites paroissiaux et diocésains affichent un langage multimédia et une interactivité qui pourraient progresser encore pour impliquer et attirer davantage l'internaute. Les sites d'évangélisation sont, quant à eux, développés à plus de 75% environ de leurs capacités technologiques. Ils dépassent très largement la moyenne internationale établie à 61,7% par le site Analyzer.com. Aussi se sont-ils donné les moyens de leur visibilité en ligne.

Au-delà de ces considérations technologiques, le contenu des sites d'évangélisation est directement destiné à des internautes éloignés de la foi et en recherche. Dès son entrée sur le site Connaître Dieu.com, l'internaute peut lire : « Nous vous invitons à découvrir l'amour de Dieu et un résumé du message de la Bible au travers de ce parcours interactif de 5 étapes ». Ce parcours propose de lire la lettre d'amour que Dieu adresse à chaque homme, des témoignages de convertis, un entretien avec Dieu sur la question du mal et de la souffrance dans le monde. A chaque étape, des textes très courts, de vingt-cinq à cinquante mots, présentent une ou plusieurs vidéos de trois à cinq minutes, une prière est également proposée et la possibilité d'aller plus loin : recevoir une bible gratuite, rejoindre une Église à proximité de chez soi ou un groupe de réflexion chrétienne. Divers

¹³⁸ Calcul établi sur cent cinquante observations.

¹³⁹ <http://jesus.catholique.fr/>

¹⁴⁰ <http://www.connaittedieu.com/>

liens permettent à l'internaute de se mouvoir à l'intérieur de chaque étape du site selon ses désirs. Ce site essaie de répondre aux questions essentielles sur la foi : qui est Dieu, quel est son projet pour l'humanité et pour l'internaute ?

Rencontrer Jésus, lancé par la CEF en novembre 2013, propose lui aussi de répondre aux questions de l'internaute. Dès la page d'accueil quelques-unes s'affichent : « Comment Jésus est-il présent à la communion ? », « Qu'est-ce que la résurrection ? », « Comment Jésus nous sauve-t-il ? »¹⁴¹. Le site catholique propose un menu à cinq entrées : « Questions », « Œuvres d'art », « Prières », « Vidéo », « Témoignages ». Si l'internaute clique sur la première entrée, un mur de vingt-cinq questions apparaît. Pour chaque question sélectionnée, cinq éclairages sont offerts : la réponse à lire d'un chrétien qualifié, la lecture d'un court extrait d'un des quatre évangiles, l'analyse d'une œuvre d'art, une courte prière à dire et une petite vidéo qui diffuse la réponse d'un autre spécialiste sur la question. En outre, il est aussi possible de visionner un témoignage. Si le site ne rend pas possible de déposer un commentaire, les internautes peuvent envoyer un mail à l'auteur de telle ou telle page et peuvent suggérer de nouvelles questions à traiter. Le site propose aussi des livres, et la possibilité d'identifier une communauté catholique près de chez soi, ou encore de se connecter à divers sites ressources hébergés par la CEF.

D'autre part, chaque page de ces deux sites peut être partagée par l'internaute sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter et Google +.

Si certains sites paroissiaux et diocésains tentent de se rendre accessibles à un cercle d'internautes plus éloignés de l'Église en ménageant des entrées qui s'affranchissent d'une terminologie trop ecclésiale – c'est le cas par exemple des sites des diocèses d'Agen¹⁴² et de Laval¹⁴³ – d'une manière générale, ils ne proposent pas de première annonce de la foi, ils affichent seulement des informations sur les services en charge de cette

¹⁴¹ <http://jesus.catholique.fr/> Attention, ces questions de la page d'accueil varient selon les périodes liturgiques.

¹⁴² <http://catholique-agen.cef.fr/>

¹⁴³ <http://www.diocese-laval.fr/prier-celebrer/le-bapteme/questions-et-temoignages-autour-du-bapteme/>

annonce. Quelques uns proposent un lien vers Rencontrer Jésus. Mais parmi les 10% de sites diocésains les plus visités, seul celui du diocèse de Laval¹⁴⁴ tente de le mettre réellement en valeur. Sur les sites paroissiaux et diocésains, les mots de la foi y sont même assez peu présents. Sur l'ensemble des pages des 10% de sites les plus visités dans chaque catégorie, le mot « saint » comptabilise le plus d'occurrences, mais ne représente que 8,26% de la totalité de celles-ci. Il doit sa première position au calendrier que les sites proposent chaque jour et probablement aussi à la présentation des paroisses liées aux nombreux villages de France commençant par lui. Il est suivi des mots « paroisse », « diocèse », « dame » et « église ». Loin derrière, en dixième position, apparaît le mot « dieu » qui représente 1,15% de la totalité des occurrences relevées. Le mot « jésus » en seizième position, représente 0,80% de ces occurrences, le mot « évangile » en trois cent soixante-dix-septième position, 0,03% des occurrences et le mot « résurrection », en quatre cent soixante-seizième position, 0,02%.

En outre, au-delà de la question du langage employé, les sites paroissiaux et diocésains ne développent pas de stratégie de communication propre à toucher un public éloigné de l'Église. Les animateurs de ces sites médiatisent le mieux possible l'actualité des communautés chrétiennes et renouvellent le plus souvent le contenu des sites. Pour les responsables éditoriaux diocésains rencontrés, la première mission du site diocésain est d'offrir, au plus grand nombre, une présence officielle de l'Église catholique sur la Toile, d'informer, le plus instantanément possible, sur la vie diocésaine et d'être la voix de l'évêque. Selon Matthias Terrier, DEI du diocèse de Tarbes et Lourdes, le site ne peut pas être à l'avant-garde d'une pédagogie de la foi ou de l'Évangélisation en raison de son caractère officiel¹⁴⁵.

Essentiellement informatifs, les sites paroissiaux et diocésains affichent donc une structure et un discours qui s'adressent à des catholiques pratiquants en recherche d'informations de base (actualité, agenda, horaires des messes, mouvements et services...) et d'informations d'ordre spirituel.

¹⁴⁴ <http://www.diocese-laval.fr/>

¹⁴⁵ Entretien réalisé à Lourdes, le 10 avril 2014.

D'ailleurs, si 68,66%¹⁴⁶ des responsables éditoriaux considèrent que le site dont ils ont la charge, qu'il soit paroissial ou diocésain, est un site d'évangélisation, ils sont aussi 63,33% à penser qu'il contribue également au renforcement de l'appartenance communautaire. Assez logiquement donc, 86% d'entre eux déclarent vouloir s'adresser à tous les publics. Néanmoins, le détail est éloquent, 56% signalent vouloir rejoindre les croyants, qu'ils soient ou qu'ils ne soient pas pratiquants, et 27,33% seulement entendent toucher les personnes éloignées de l'Église et les non-croyants.

Cette étude confirme donc les propos tenus en 2009 par M^{gr} di Falco¹⁴⁷, évêque de Gap et d'Embrun, lors d'une session des acteurs de l'Internet catholique organisée par la Commission des Évêques Européens pour les Médias : « les sites catholiques sont des extensions ou des duplicata de nos feuilles paroissiales, de nos bulletins diocésains. Ils sont à usage interne. Ils parlent la langue des initiés à l'usage exclusif des initiés »¹⁴⁸. En 2011, l'étude menée par la CEF sur les besoins des diocèses concernant Internet pointait aussi cette réalité¹⁴⁹.

En fait, l'Église catholique a bien mis en œuvre une stratégie missionnaire visant à la rendre visible sur la Toile. Mais cette stratégie, n'est-elle pas demeurée, consciemment ou inconsciemment, dépendante de la volonté de l'institution de tenir dans l'unité et dans l'obéissance, grâce au Web, des fidèles divisés, autonomisés, mais aussi dispersés et isolés sur les territoires, se limitant à se trouver d'abord destinée aux catholiques

¹⁴⁶ Ce calcul et les suivants jusqu'à la fin de la partie sont établis sur cent cinquante observations.

¹⁴⁷ Au sein de la CEF, M^{gr} di Falco-Léandri, évêque de Gap et d'Embrun, a présidé le Conseil épiscopal pour la communication jusqu'en 2010. Il a également présidé la Commission des Évêques d'Europe pour les Médias (CEEM) et il a été consultant du Conseil pontifical pour les communications sociales à Rome.

¹⁴⁸ Jean-Michel DI FALCO-LEANDRI, « La culture de l'Internet et la communication de l'Église », Rome : CEEM, 2009, [En ligne] URL : <http://www.presse-catholique.org/rubriques/gauche/textes-de-references/discours-de-mgr-di-falco-leandri-a-l2019assemblee-pleniere-de-la-commission-episcopale-deurope-pour-les-medias-ceem>, consulté le 16 juin 2013.

¹⁴⁹ CONFERENCE DES ÉVÊQUES DE FRANCE, *Étude sur les besoins et les attentes des diocèses sur l'utilisation d'internet en France en 2011*, op.cit, p. 9.

La construction d'une stratégie missionnaire en ligne

pratiquants ? *In fine*, l'Église ne s'annonce-t-elle pas plus elle-même qu'elle n'annonce le message du Christ qu'elle est sensée porter au monde ? Sans chercher à répondre davantage à cette question, il s'agit à présent d'analyser qui sont les internautes qui visitent effectivement ces sites.

II.- La réception par un auditoire catholique ?

Depuis le milieu des années 1990, l'Église de France a développé une stratégie pour rendre visibles, sur la Toile, ses sites paroissiaux et diocésains dont il paraît opportun de rappeler pour mémoire le profil moyen.

Le site paroissial moyen a été créé au cours de l'année 2005 par une personne bénévole non-professionnelle de l'informatique. Pour mieux capter l'internaute, il a été refondu en 2009 et en 2012 par un informaticien bénévole, salarié du diocèse ou employé d'une entreprise spécialisée dans la communication sur le Web. Propulsé en ligne par le CMS français SPIP, ce site est mis à jour quotidiennement. Son niveau d'interactivité est faible, il ne laisse aucun espace d'expression à l'internaute, ne dispose d'aucun système d'abonnement et n'est pas relié à un réseau social. Dans la catégorie des sites paroissiaux les plus visités, le profil moyen est sensiblement plus en relation avec l'internaute grâce au système d'abonnement au flux RSS notamment.

De son côté, le site diocésain moyen a été créé au cours de l'année 2002 par un professionnel de l'informatique et refondu, pour mieux capter l'internaute également, une première fois en 2008 et une seconde fois en 2012 par une entreprise spécialisée en communication sur la Toile. Propulsé lui aussi par le CMS français SPIP, il est actualisé tous les jours. Relativement interactif, il dispose d'une *newsletter* et d'une page Facebook qui informent l'abonné de toute nouveauté mise en ligne. En outre, l'internaute peut commenter les articles ou poser une question à un prêtre. Pour gérer cette interactivité, le site dispose d'un modérateur. Enfin, il est équipé d'un intranet destiné aux acteurs pastoraux diocésains. Dans la catégorie des sites diocésains les plus visités, le profil moyen est un site plus récent, créé en 2005, qui laisse plus de place encore au visiteur et cherche davantage à le fidéliser.

Peu enclins à faire une première annonce de la foi, ces sites paroissiaux et diocésains déclinent essentiellement des informations destinées à des catholiques proches de l'Église. Toutefois, qu'en est-il exactement de

La réception par un auditoire catholique ?

l'auditoire de ces sites ? Pour répondre à cette question, il s'agit à présent d'étudier leur fréquentation et la relation que les internautes entretiennent avec eux. A partir de ces données, au regard de la sociologie des catholiques en France, mais grâce aussi à ce que les internautes disent d'eux-mêmes, il s'agira de préciser le profil moyen du visiteur d'un site Web paroissial ou diocésain et de vérifier, du point de vue de cet auditoire, si ces sites sont des outils d'évangélisation ou de renforcement de l'appartenance communautaire des catholiques.

La fréquentation des sites Web paroissiaux et diocésains.

Une majorité de responsables éditoriaux des sites paroissiaux et diocésains, interrogés en ligne à la fin de l'année 2013, signalent avoir observé, entre 2010 et 2012, une hausse de la fréquentation du site dont ils ont la charge. Quelles sont les raisons de cette hausse ? D'autre part, comment expliquer que des sites soient plus visités que d'autres ?

Une fréquentation en hausse¹⁵⁰.

Entre 2010 et 2012, les sites paroissiaux ont effectivement connu une hausse de visites de 25,49%. En 2012, ils ont reçu en moyenne douze mille cent quatre-vingt-dix-huit visites. Sur cette période, le nombre de pages vues a augmenté de 49,89% et cinquante-quatre mille cinq cent vingt-six pages ont été consultées en moyenne en 2012. Les 10% de sites paroissiaux les plus visités ont connu eux aussi une hausse de leur fréquentation qui s'élève à 33,19% sur la période. Ils ont reçu vingt-deux mille cinq cent soixante-neuf visites en moyenne en 2012. Leurs pages vues ont augmenté de 52,25% pour atteindre cette année-là quatre-vingt-treize mille huit cent quatre-vingt-neuf pages parcourues. A chaque visite sur un site paroissial, l'internaute consulte donc en moyenne entre quatre et cinq pages.

¹⁵⁰ Sauf avis contraire, les pourcentages figurant dans ce paragraphe sont établis pour les sites paroissiaux sur cent dix-sept observations et pour les sites diocésains sur trente trois observations.

De la même manière, entre 2010 et 2012, le nombre de visites des sites diocésains a augmenté de 36,98%. En moyenne, ils ont reçu cent quatre-vingt-onze mille trois cent soixante-quatre visites en 2012. Le nombre de pages vues a également connu une hausse de 63,28% sur la période et un million deux cent sept mille cent quarante-trois pages ont été consultées en 2012, soit six à sept pages parcourues par visite. Les sites diocésains les plus visités, quant à eux, ont vu leur fréquentation augmenter de 133,50% sur ces deux années. Ils ont reçu, en moyenne, cent quarante-trois mille sept cent cinquante visites en 2012. Le nombre de pages vues a augmenté de 335,48%, pour atteindre un million six cent quatre-vingt-sept mille cinq cents pages consultées en 2012. Sur ces sites, l'internaute parcourt, en moyenne, entre onze et douze pages par visite.

Si cette hausse de la fréquentation des sites paroissiaux et diocésains a été observée par les responsables éditoriaux entre 2010 et 2012, de leur côté, 47,56% des internautes reconnaissent que leur fréquentation de ces sites a effectivement augmenté sur cette période. Ils attribuent cette hausse à plusieurs facteurs :

- 56,47% reconnaissent que la consultation d'Internet pour chercher une information est devenue pour eux habituelle,
- 36,17% soulignent que depuis 2010, le site paroissial ou diocésain qu'ils visitent est devenu plus attractif, plus performant et mieux renseigné,
- 33,13% conviennent que la consultation de ces sites est plus commode que l'imprimé pour leur recherche,
- 28,45% déclarent avoir des engagements paroissiaux ou diocésains qui leur imposent de se connecter plus régulièrement à l'intranet du site pour télécharger des documents nécessaires à leur responsabilité.

Les responsables éditoriaux rencontrés attribuent eux aussi la hausse de la fréquentation de l'ensemble des sites paroissiaux et diocésains, non à l'émergence d'un intérêt soudain des internautes pour la foi catholique, mais parce que de plus en plus d'individus sont connectés à la Toile et que le Web est devenu un outil d'usage courant. Ceci s'observe même pour les fidèles de plus de 50 ans résidant dans le rural, ce qui n'était pas le cas il y a une dizaine d'années, selon Sylvie Giuseppi, Déléguée Épiscopale à

La réception par un auditoire catholique ?

l'Information (DEI) du diocèse d'Agen¹⁵¹ et responsable éditoriale du site Web. « Les gens ont de plus en plus besoin d'information », ajoute Dorothee Paliard, responsable éditoriale du site Internet du diocèse de Nanterre¹⁵². Pour Michel Carayol, qui anime celui du diocèse de Pamiers, l'amélioration de la qualité graphique des sites contribue à capter l'internaute. Enfin, les responsables éditoriaux soulignent de concert le succès rencontré par les reportages photos des rassemblements diocésains et paroissiaux. Les internautes viennent se voir, revivre l'événement, ou le vivre par la médiation des images, s'ils n'ont pu y participer.

Aux raisons de cette hausse, d'autres, plus propres aux sites paroissiaux et diocésains les plus visités, sont à mentionner. Il a déjà été précisé dans la première partie que ces sites ont développé, plus que les autres, une stratégie de fidélisation des internautes grâce à la *newsletter* notamment : 57,07%¹⁵³ des internautes y sont abonnés et 83,37%¹⁵⁴ déclarent qu'elle les incite à se connecter. D'ailleurs, les responsables éditoriaux remarquent que les visiteurs abonnés à la *newsletter* se connectent au site dans les heures qui suivent sa réception. Le *webmaster* du site du diocèse de Nanterre¹⁵⁵ explique qu'en moyenne, sur un mois, le site reçoit dix-sept mille visites dont huit mille sont celles d'abonnés à la *newsletter*. Alexandre Barbe, DEI et responsable éditorial du site Web du diocèse de Laval, remarque qu'autrefois, il diffusait cette *newsletter* tous les quinze jours et qu'il le fait à présent chaque semaine¹⁵⁶. Un autre responsable éditorial évoque une véritable politique d'inscription à la *newsletter* : il inscrit systématiquement les fidèles figurant sur les diverses listes du diocèse et tous les internautes qui prennent contact avec l'évêché par courriel. Il reconnaît leur forcer un peu la main, mais cela ne semble pas poser de problème et tous gardent évidemment la possibilité de se désinscrire. Enfin, Thierry Paillard, responsable éditorial du diocèse de Gap et d'Embrun

¹⁵¹ Entretien réalisé à Agen, le 8 avril 2014.

¹⁵² Entretien réalisé à Nanterre, le 16 avril 2014.

¹⁵³ Calcul établi sur six cent soixante-quatre observations.

¹⁵⁴ Calcul établi sur trois cent soixante-sept observations.

¹⁵⁵ Ce site ne figure pas dans les 10% de sites diocésains les plus visités, mais il en est proche.

¹⁵⁶ Entretien réalisé à Laval, le 15 avril 2014.

explique que le recours à la vidéo génère aussi du trafic sur le site. Celui-ci en diffuse une par semaine en moyenne.

Au-delà de la hausse constatée des visites sur l'ensemble des sites paroissiaux et diocésains, pourquoi certains sont-ils, de manière constante, plus consultés ?

Des sites paroissiaux et diocésains plus consultés que d'autres.

Pour tenter d'expliquer que certains sites sont plus visités que d'autres, il convient de compléter le profil moyen des sites paroissiaux et diocésains en termes de fréquentation par habitant. Pour ce faire, il est nécessaire de définir le profil moyen de la paroisse et du diocèse dont ils dépendent, sur la base des données apportées par les responsables éditoriaux.

***Le profil moyen des sites paroissiaux en termes de fréquentation*¹⁵⁷.**

39,32% des paroisses dont dépendent les sites étudiés sont rurales, 37,61% sont urbaines et 23,08% sont des paroisses périurbaines qui se situent dans la périphérie d'une ville de plus de trente mille habitants. 56,41% d'entre elles comptent entre quinze et trente mille habitants et 36% en comptent moins de quinze mille. Pour 55,56% de ces paroisses, le taux de pratique dominicale se situe entre 1 et 5% et, pour 26,5% d'entre elles, il s'établit entre 5 et 10%. Aussi, le profil moyen des paroisses dont dépendent les sites Web étudiés est une paroisse plutôt rurale qui compte environ vingt-quatre mille six cent vingt et un habitants et dont le taux de pratique dominicale s'élève à 5,19%. En conséquence, pour cette paroisse moyenne, le site Web qui a reçu douze mille cent quatre-vingt-dix-huit visites en 2012, ne reçoit que quarante et une visites par mois, soit entre une et deux visites par jour pour mille habitants.

Le profil moyen des paroisses dont dépendent les 10% de sites les plus visités, ne compte que quinze mille huit cent soixante et un habitants pour un taux de pratique dominicale de 5,46%. En conséquence, le site Web de cette paroisse moyenne qui a reçu vingt-deux mille cinq cent soixante-neuf

¹⁵⁷ Les pourcentages figurant dans ce paragraphe ont été établis sur cent dix-sept observations.

La réception par un auditoire catholique ?

visites en 2012, reçoit cent dix-neuf visites par mois, soit quatre visites par jour environ pour mille habitants. Ce site paroissial moyen le plus visité a donc connu en 2012 une fréquentation supérieure de 187,23% à celle du site moyen général.

Le profil moyen des sites diocésains en termes de fréquentation¹⁵⁸.

Du côté diocésain, 72,73% des diocèses dont dépendent les sites étudiés, sont ruraux. 48,46% comptent entre cent et cinq cent mille habitants, 36,36% en comptent entre cinq cent et huit cent mille et 9% seulement en comptent plus de deux millions. Le taux de pratique dominicale s'établit entre 1 et 5% pour 54,55% de ces diocèses, entre 5 et 10% pour 27,27% et entre 10 et 20% pour 15% d'entre eux. Aussi, le profil moyen des diocèses dont dépendent les sites étudiés, est un diocèse rural qui compte six cent dix-huit mille sept cent cinquante habitants et dont la pratique dominicale s'élève à 6,72%. En conséquence, pour ce diocèse moyen, le site Web qui a reçu cent quatre-vingt-onze mille trois cent soixante-quatre visites en 2012, ne reçoit que vingt-six visites par mois, soit moins d'une visite par jour pour mille habitants.

Le profil moyen des 10% de diocèses¹⁵⁹ dont les sites Web sont les plus visités, ne compte que deux cent mille habitants, et son taux de pratique dominicale est de 6%¹⁶⁰. Aussi, pour ce diocèse moyen, le site Web qui a reçu, en 2012, cent quarante-trois mille sept cent cinquante visites, ne reçoit en moyenne que soixante visites par mois et deux visites par jour, pour mille habitants. Ce site diocésain moyen le plus visité a donc connu, en 2012, une fréquentation supérieure de 132,40% à celle du site moyen général.

¹⁵⁸ Les pourcentages figurant dans ce paragraphe ont été établis sur trente trois observations.

¹⁵⁹ Le diocèse de Paris qui figure parmi les neuf sites les plus visités, n'a pas été pris en compte dans ce calcul pour ne pas le fausser.

¹⁶⁰ Ce calcul ne tient pas compte du taux de pratique dominicale du diocèse de Cayenne qui, s'élevant à plus de 20%, fausse le taux moyen en le faisant grimper à 8,37% pour les 10% de sites diocésains les plus visités.

Pourquoi des sites plus consultés ?

La sélection des 10% de sites les plus visités, dans chaque catégorie, devait permettre de vérifier d'abord si la consultation plus importante de ces sites était liée au taux de pratique dominicale et au bassin de population¹⁶¹.

Il apparaît d'abord que les taux de pratique dominicale attachés aux paroisses et aux diocèses dont dépendent les sites les plus visités, respectivement établis à 5,46% et 6% ne sont pas très éloignés de ceux des profils moyens des paroisses et des diocèses dont dépend l'ensemble des sites, établis, quant à eux, à 5,19% et 6,72%¹⁶². La pratique religieuse des territoires dont ils dépendent, ne semble donc pas être une explication à la fréquentation plus élevée de ces sites.

Il n'en va pas de même du bassin de population. Pour les deux catégories de sites les plus visités, les territoires dont ils dépendent sont moins peuplés que ceux dont dépend l'ensemble des sites. D'une manière générale, les sites paroissiaux sont attachés à un territoire de vingt-quatre mille six cent vingt et un habitants tandis que les sites les plus visités dans cette catégorie sont attachés à une paroisse de quinze mille huit cent soixante et un habitants. De la même manière, les sites diocésains dépendent d'un territoire de six cent dix-huit mille sept cent cinquante habitants alors que les sites les plus visités dans cette catégorie dépendent, eux, d'un diocèse qui n'en compte que deux cent mille. Dans le cadre de ce master, seule l'analyse de la fréquentation des sites diocésains sous l'angle de leur bassin de population a pu être menée. Les conclusions de celle-ci peuvent apporter un éclairage à la question de la fréquentation des sites paroissiaux les plus visités.

Il apparaît que les sites diocésains les plus visités – Cahors, Cayenne, Gap et Embrun, Le Puy, Lourdes, Pamiers, Paris, Tarbes et Lourdes, Langres et Laval – sont tous des diocèses ruraux peu peuplés, à l'exception

¹⁶¹ Cf. *Supra*, p. 24.

¹⁶² Philippe Portier annonce un taux de pratique dominicale de 4,5% sur l'ensemble du territoire national. Cf. Philippe PORTIER, « Pluralité et unité dans le catholicisme français », *op.cit.*, p. 22. Il n'est pas impossible ici que les données transmises par les responsables éditoriaux, sensiblement supérieures à ce chiffre, soient approximatives. Certains ont signalé, en effet, leur difficulté, voire leur impossibilité à obtenir cette information.

La réception par un auditoire catholique ?

de celui de Paris. En outre, une majorité d'entre eux s'étend sur un territoire de montagne ou de moyenne montagne qui rend difficile les communications. Pour le diocèse de Cayenne, ce n'est pas la montagne qui fait obstacle, mais la forêt. Dès lors, une question se pose : la dispersion et l'isolement des catholiques sur un territoire rural et accidenté encouragerait-il une fréquentation plus importante du site diocésain ? Les responsables éditoriaux de ces sites le concèdent volontiers. Selon Michel Carayol responsable du site Web du diocèse de Pamiers, dans certaines vallées isolées de l'Ariège, les catholiques n'ont que le site pour entrer dans la communion ecclésiale¹⁶³. Mais l'ensemble des responsables éditoriaux reconnaît qu'il ne s'agit pas là de l'unique facteur expliquant la meilleure fréquentation du site, il faut aussi tenir compte des particularismes locaux.

Ainsi, Michel Carayol, qui fut de nombreuses années rédacteur en chef à l'hebdomadaire *La Croix du midi*, soutient que l'anticléricisme qui traverse une partie de l'Aquitaine, du Midi-Pyrénées et du Languedoc-Roussillon, alimenté par le fort ancrage de la *Dépêche du midi* très offensive sur ce thème, a contribué et contribue encore à réactiver le sentiment communautaire catholique. Celui-ci s'exprimait autrefois dans le succès que rencontrait *La Croix du midi* diffusée, dans les années 1980, à huit mille exemplaires en Ariège et à onze mille sur l'ensemble de la zone de diffusion du journal. Pour le responsable éditorial du site Web du diocèse de Pamiers, le site diocésain a pris le relais de *La Croix du Midi* comme lieu d'expression de l'appartenance à l'Église catholique. En outre, fort de son expérience dans la presse locale, Michel Carayol a créé un réseau de contributeurs locaux qui mettent à jour les pages concernant les paroisses, les services et les mouvements et qui tentent de proposer le plus possible une information de proximité pour capter les internautes. Mais le service diocésain de la communication a aussi fait le choix, au moment du renouvellement du site Web, de passer d'un site essentiellement informatif à un site plus collaboratif. L'intranet a été abandonné au profit de l'extranet, interface de travail fonctionnant à la manière d'un forum, auquel les internautes, membres des groupes ou des diverses institutions diocésaines, se connectent grâce à un mot de passe et sur lequel ils peuvent travailler ensemble, à distance. Aujourd'hui, cent cinquante groupes y collaborent et

¹⁶³ Entretien réalisé à Pamiers, le 10 avril 2014.

contribuent donc à la bonne fréquentation du site. Si le facteur géographique n'est pas négligeable, la fréquentation du site Web est liée aussi à l'histoire locale et à l'implication très active et très professionnelle de l'actuel responsable éditorial.

Pour le diocèse de Gap et d'Embrun, la personnalité de M^{gr} Di Falco est probablement un facteur de fréquentation du site. Selon Henri Tincq, M^{gr} Di Falco, comme Guy Gilbert et Jean-Paul II, a su mettre sa personne au service de l'Évangile en intégrant parfaitement la logique de personnalisation propre aux médias modernes¹⁶⁴. Il est très présent sur le site Web de son diocèse notamment à travers les chroniques vidéo qu'il publie chaque semaine. En outre, comme le souligne Thierry Paillard, responsable éditorial, il a su créer aussi des relations avec les médias non-confessionnels locaux qu'ils soient de presse écrite, de radio ou de télévision. Les informations circulent des médias non-confessionnels aux médias diocésains et inversement, chacun livrant ses sources. Thierry Paillard note aussi le rôle que joue le tourisme dans la fréquentation du site Web diocésain. Les Hautes-Alpes multiplient par dix leur population durant la période hivernale et, selon lui, les horaires des messes pour les grandes fêtes chrétiennes sont très consultés par des catholiques en vacances, étrangers au diocèse, à la recherche d'un lieu de culte pour Pâques ou Noël. D'autre part, deux à trois cents fêtes patronales ont lieu chaque année de fin mai à septembre et drainent, vers le site, des internautes en quêtes d'informations. Enfin, il ne faut pas non plus négliger le projet du trio des prêtres chanteurs, aujourd'hui d'envergure nationale, porté par l'évêque ces dernières années et qui conduit des internautes vers le site Web diocésain¹⁶⁵. En outre, selon Thierry Paillard, la possibilité offerte au visiteur de commenter les articles en ligne est aussi un élément qui contribue au succès du site¹⁶⁶.

¹⁶⁴ Cf. Henri TINCQ, « Église-médias : la double méprise », *Médias et religions en miroir*, sous la direction de Pierre BRECHON et Jean-Paul WILLAIME, Paris : Presses Universitaires de France, 2000, Coll. Politique d'aujourd'hui, p. 173.

¹⁶⁵ Pour en savoir plus cf. <http://www.les-pretres.fr/>

¹⁶⁶ Entretien réalisé à Gap, le 8 avril 2014.

La réception par un auditoire catholique ?

Matthias Terrier, DEI du diocèse de Tarbes et Lourdes, explique, quant à lui, que la présence, sur le territoire diocésain, d'un sanctuaire marial de renommée mondiale influence évidemment la fréquentation du site¹⁶⁷.

Au caractère rural et accidenté des territoires sur lesquels les fidèles sont isolés et dispersés, d'autres raisons s'ajoutent pour expliquer une fréquentation de ces sites diocésains plus élevée que la moyenne : l'histoire locale, la personnalité de l'évêque, celle du responsable éditorial du site, les particularismes pastoraux diocésains, les choix éditoriaux, etc.

Au regard des données qui viennent d'être exposées, il semble déjà que les internautes en visite sur les sites, qu'ils comptent ou ne comptent pas parmi les plus visités, soient avant tout des catholiques, vraisemblablement pratiquants : ils sont dispersés sur le territoire rural, ils sont fidélisés au site par la *newsletter*, ils recherchent des informations culturelles, ils s'intéressent aux événements paroissiaux ou diocésains et certains sont pèlerins. Pour confirmer l'appartenance de ces internautes au catholicisme, il convient à présent d'étudier la relation qu'ils entretiennent avec les sites paroissiaux ou diocésains.

La relation des internautes aux sites paroissiaux et diocésains.

Les autres données recueillies auprès des responsables éditoriaux et les enquêtes menées auprès des internautes eux-mêmes complètent les observations qui précèdent, relatives à la fréquentation des sites étudiés, selon lesquelles leur auditoire serait plutôt catholique pratiquant. En effet, 93,94% des internautes ayant répondu aux enquêtes sont des catholiques, dont 86,67% se déclarent pratiquants. 82,61% consultent les sites paroissiaux et 73,39% consultent les sites diocésains¹⁶⁸.

¹⁶⁷ Entretien réalisé à Lourdes, le 10 avril 2014.

¹⁶⁸ Les internautes qui ne fréquentent pas ces sites annoncent avoir accès à l'information par d'autres canaux et ne pas avoir d'attente religieuse sur le Web. En outre, il faut souligner que 12,99% de catholiques ignorent l'existence des sites paroissiaux et 22,24% ignorent celle des sites diocésains.

Avant de livrer le détail de ces enquêtes, il convient cependant de préciser que, d'une manière générale, elles ont collecté les réponses de deux types d'internautes catholiques.

En effet, il apparaît que les internautes qui ont répondu aux enquêtes par viralisation sont plutôt des urbains tandis que ceux qui s'y sont connectés par les sites paroissiaux et diocésains sont plutôt des ruraux. Ce qui fonde à le penser, ce sont d'abord les déclarations des internautes : ceux qui ont répondu à l'enquête par viralisation sont 58,56% d'urbains et 41,44% de ruraux. En revanche, ceux qui ont répondu à l'enquête, en s'y connectant par un site paroissial ou diocésain, sont 44,56% d'urbains et 55,43% de ruraux¹⁶⁹. D'autre part, la proximité entre les données recueillies sur l'ensemble des sites paroissiaux et diocésains et celles recueillies par le collecteur affecté aux seuls sites diocésains les plus visités, incite également à penser que les sites ayant relayés les enquêtes sont davantage dépendants de communautés catholiques ancrées en zone rurale. Les sites diocésains les plus visités, en effet, sont tous des diocèses ruraux de moins de trois cent mille habitants, comme l'ont déjà évoqué les lignes qui précèdent. En outre, mis à part les diocèses de Lyon, de Strasbourg et de Nanterre, aucun des grands diocèses à dominante urbaine, ceux d'Ile de France, ou encore de Lille, Marseille, Bordeaux, Nantes ou Rennes, n'ont relayé les enquêtes. Aussi, les sites diocésains et paroissiaux qui l'ont fait, sont, semble-t-il, essentiellement dépendant de territoires ruraux¹⁷⁰.

Néanmoins, qu'ils soient urbains ou ruraux, cette appartenance déclarée des internautes au catholicisme se voit-elle confirmée dans les usages qu'ils font des sites paroissiaux et diocésains ? Comment s'y connectent-ils, quelle est leur fréquence de consultation et que viennent-ils y chercher ?

¹⁶⁹ Du point de vue pastoral, le rural et le périurbain sont assez proches et ont été considérés ensemble dans ce calcul.

¹⁷⁰ Il n'a pas été établi de listes des paroisses et des diocèses dont les sites ont relayé ces enquêtes. Il n'a pas été demandé aux paroisses qui l'on fait de se manifester et une recherche en ligne était impossible à mener. Ces listes auraient sans doute permis d'être plus précis sur le rapport urbain/rural. C'est sans doute une limite de l'étude.

Un auditoire de fidèles très connectés aux sites.

Selon les responsables éditoriaux des sites paroissiaux et diocésains, dont la plupart dépendent de territoires ruraux, 43,37%¹⁷¹ des internautes accèdent au site directement par un lien, dans leurs favoris par exemple. 39,75% s'y connectent par un moteur de recherche et, 16,87% par un autre site. Le taux élevé d'accès direct au site est l'indicateur d'un public d'habitues.

Les enquêtes menées auprès des internautes complètent ces données. Si 40,70% des enquêtés plutôt urbains accèdent au site, qu'il soit paroissial ou diocésain, par un accès direct, il apparaît que 60,70% le font par un moteur de recherche. En revanche, en zone rurale, les données sont inversées et rejoignent celles apportées par les responsables éditoriaux mais elles sont plus tranchées : 61,38% des internautes déclarent se connecter par un accès direct et 33,74% par un moteur de recherche.

En outre, la fréquence des visites diffère également selon que les internautes sont plutôt urbains ou plutôt ruraux. Si les urbains sont 39,95% à se connecter au site chaque fois que nécessaire sans avoir relevé de régularité, ils ne sont que 27,68% chez les ruraux, et seulement 21,30% si ces derniers sont attachés à l'un des sites diocésains les plus visités. D'autre part, 23,73% des ruraux déclarent se rendre sur les sites une fois par semaine contre 9,48% des urbains. Enfin, les internautes plutôt ruraux des sites diocésains les plus visités sont 27,42% à se rendre sur le site plus d'une fois par semaine contre seulement 7,74% des urbains.

¹⁷¹ Ce calcul et les deux à suivre sont établis sur cent cinquante observations.

Église et Internet

Fréquence de consultation des sites paroissiaux ou diocésains	<i>Calcul établi sur 4247 observations</i> Internauts catholiques plutôt urbains ayant reçu l'enquête par viralisation	<i>Calcul établi sur 1824 observations</i> Internauts catholiques plutôt ruraux connectés à l'enquête par un site paroissial ou diocésain	<i>Calcul établi sur 507 observations</i> Internauts catholiques plutôt ruraux connectés à l'enquête par un des sites diocésains les plus visités
Une fois par semaine	9,48%	23,73%	32,74%
Plus d'une fois par semaine	7,74%	19,62%	27,42%
Une fois par mois	17,16%	11,56%	6,31%
Chaque fois que nécessaire sans régularité relevée	39,95%	27,68%	21,30%

D'autres éléments viennent compléter ces premières remarques. 43,14% des internautes plutôt urbains, contre 58,06% des internautes plutôt ruraux, ont remarqué une augmentation de leur fréquentation des sites Web paroissiaux ou diocésains depuis 2010, comme les lignes qui précèdent l'ont déjà évoqué. Malgré un écart de dix points, probablement dû à un rapport différencié aux nouvelles technologies, les uns et les autres, admettent majoritairement que les raisons de cette augmentation sont essentiellement dues à un usage plus habituel d'Internet depuis 2010. Néanmoins, pour 23,10% des internautes plutôt ruraux, contre 12,10% des internautes plutôt urbains, il semble que l'abonnement à la *newsletter*, au flux RSS ou à la page Facebook du site soit un facteur important de sa fréquentation.

La réception par un auditoire catholique ?

Causes de l'augmentation de la fréquentation des sites Web paroissiaux et diocésains :	<i>Calcul établi sur 1751 observations</i> Internauts catholiques plutôt urbains ayant reçu l'enquête par viralisation	<i>Calcul établi sur 983 observations</i> Internauts catholiques plutôt ruraux connectés à l'enquête par un site paroissial ou diocésain
un usage plus fréquent du Web depuis 2010	60,13%	50,35%
une plus grande attractivité du site depuis 2010	38,09%	32,75%
le site est plus facile à consulter que les documents imprimés	33,98%	31,63%
la nécessité de se connecter à l'intranet pour les catholiques engagés bénévolement	29,06%	27,35%
l'abonnement à la <i>newsletter</i> , au flux RSS ou à la page Facebook qui encourage la connexion	12,10%	23,80%

Voilà qui confirme ce qui a déjà été évoqué. En milieu rural, les internautes semblent ménager un lien plus particulier avec les sites paroissiaux et diocésains :

- ils y accèdent par un lien dans leurs favoris qui leur évite le passage par un moteur de recherche, pourtant très souple à utiliser aujourd'hui ;
- ils sont informés des nouveautés mises en lignes par les moyens qu'offre le Web 2.0 : la *newsletter* principalement et dans une moindre mesure le flux RSS et la page Facebook.

En conséquence de quoi, les ruraux fréquentent plus régulièrement ces sites, au moins une fois par semaine en moyenne. Toutefois, qu'ils soient urbains ou ruraux que viennent chercher les internautes catholiques sur les sites Web paroissiaux et diocésains ?

Un type de recherche très ciblé.

Les recherches des internautes selon les responsables éditoriaux.

Qu'il s'agisse d'un site paroissial ou diocésain, les données relatives aux pages les plus visitées, recueillies auprès des responsables éditoriaux, montrent que les internautes viennent y chercher des informations très ciblées.

En 2011 et 2012, sur les sites paroissiaux, les internautes se sont prioritairement intéressés aux horaires des messes et au calendrier des activités paroissiales. Sur ces deux années, les pages affichant ce type d'informations représentent respectivement 25,52% et 23,61%¹⁷² de l'ensemble des pages les plus vues, devançant même la page d'accueil. En outre, les pages relatives à la présentation de la paroisse occupaient la troisième place en 2011 et la deuxième en 2012.

Du côté des sites diocésains, en 2011, les internautes sont d'abord venus chercher des informations relatives à l'organisation du diocèse. En 2012, c'est la vie et l'actualité diocésaines qui ont davantage retenu leur attention. Toutefois, pour ces deux années, les pages afférentes aux paroisses arrivent en deuxième position et celles consacrées à l'évêque ne figurent qu'en quatrième position et ne représentent qu'environ 10% des pages les plus parcourues. En revanche en 2011 et 2012, sur les sites diocésains les plus visités, les pages les plus vues sont, presque à égalité, celles relatives à l'évêque, aux paroisses, et à l'actualité diocésaine. Dans ces diocèses ruraux, la figure de l'évêque semble avoir une place prépondérante.

Dans l'ensemble, les internautes viennent donc chercher sur les sites paroissiaux et diocésains des informations pratiques relatives au culte et à l'organisation de la paroisse ou du diocèse, mais ils se tiennent aussi informés des activités de l'évêque et de l'actualité de la communauté catholique. Ces données expriment la présence, sur ces sites, de catholiques pratiquants.

¹⁷² Ces deux calculs sont établis sur cent dix-sept observations.

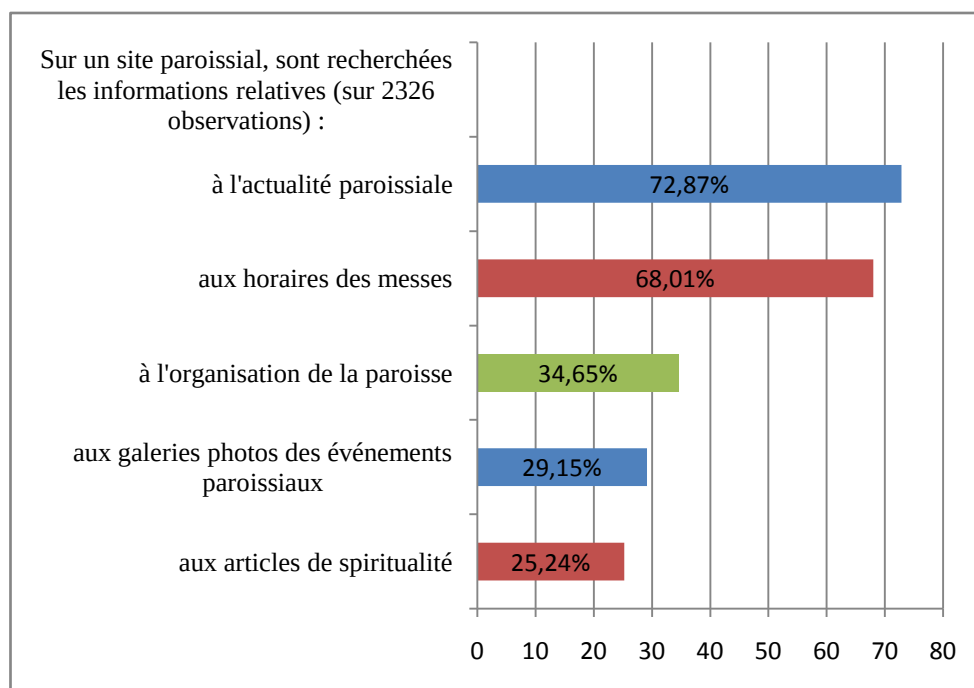
La réception par un auditoire catholique ?

Les recherches en ligne selon les internautes.

Les réponses aux enquêtes menées auprès des internautes, et relatives à leurs recherches sur les sites paroissiaux et diocésains, révèlent une cohérence avec les observations des responsables éditoriaux.

a) Les recherches des internautes sur les sites paroissiaux.

Comme l'indique le graphique ci-dessous, les recherches des internautes sur les sites paroissiaux sont très ciblées.



Le sexe semble peu influencer la recherche des internautes. En revanche, assez logiquement, comme le montre le tableau ci-après, il existe un intérêt plus particulier pour l'actualité paroissiale chez les 35-50 ans (59,85%) et chez les 51-75 ans (48% environ) les plus investis dans la vie des paroisses. En outre, les 18-35 ans sont les plus en recherche des horaires

Église et Internet

de messe (54,19%) : est-ce l'indicateur d'un décrochage de cette génération avec la pratique, ne sont-ils pas suffisamment fidèles pour les connaître de mémoire ?

<i>Calcul établi sur 3736 observations</i>						
Vous avez :	entre 18-35 ans	entre 35-50 ans	entre 51-65 ans	entre 66-75 ans	entre 76-90 ans	Non réponse
Sur ce site paroissial vous allez chercher les informations relatives :						
à l'actualité paroissiale	42,58%	59,85%	48,49%	48,74%	25,57%	5,88%
à l'organisation de la paroisse	21,89%	25,08%	22,42%	19,79%	11,93%	4,41%
à la pastorale des jeunes	19,14%	16,28%	8,03%	5,47%	0,85%	0,00%
aux horaires des messes	54,19%	47,30%	42,13%	48,89%	17,05%	11,76%
aux procédures administratives	8,85%	5,28%	4,17%	2,81%	1,70%	1,47%
à la catéchèse à tous les âges de la vie	4,43%	8,58%	6,05%	4,73%	2,56%	0,00%
à la préparation des sacrements	7,78%	6,60%	4,28%	4,28%	1,70%	0,00%
à la spiritualité	12,20%	15,40%	19,81%	17,28%	8,52%	2,94%
aux coordonnées du presbytère	16,63%	12,65%	10,43%	7,53%	1,99%	1,47%
au contact avec le curé	10,89%	7,48%	4,48%	2,66%	2,84%	0,00%
aux galeries photos	16,87	20,35	22,11	16,10	6,82	2,94%
à la préparation de la liturgie	3,71%	6,82%	6,78%	6,35%	4,83%	1,47
aux textes de la liturgie du jour	3,59%	5,72%	6,47%	5,76%	1,14%	0,00%
aux textes de la liturgie du dimanche	5,02%	7,26%	8,34%	7,53%	5,11%	1,47%
au patrimoine religieux sur la paroisse	4,19%	4,07%	5,01%	5,17%	3,98%	0,00%
à l'intranet	0,48%	3,52%	3,96%	3,69%	0,85%	0,00%
ne se prononce pas	0,96%	0,88%	1,46%	2,66%	2,56%	0,00%

La réception par un auditoire catholique ?

Au regard des données qui précèdent, il n'est pas étonnant que les internautes catholiques soient 80,32% à déclarer que le site paroissial est avant tout pour eux un outil d'information comme la feuille dominicale. Toutefois, il apparaît que les internautes plutôt ruraux consultent plus que les internautes urbains, les informations relatives à l'actualité de la paroisse (79,58% contre 72,87% des urbains) et les galeries photos des événements paroissiaux (34,64% contre 29,15% des urbains).

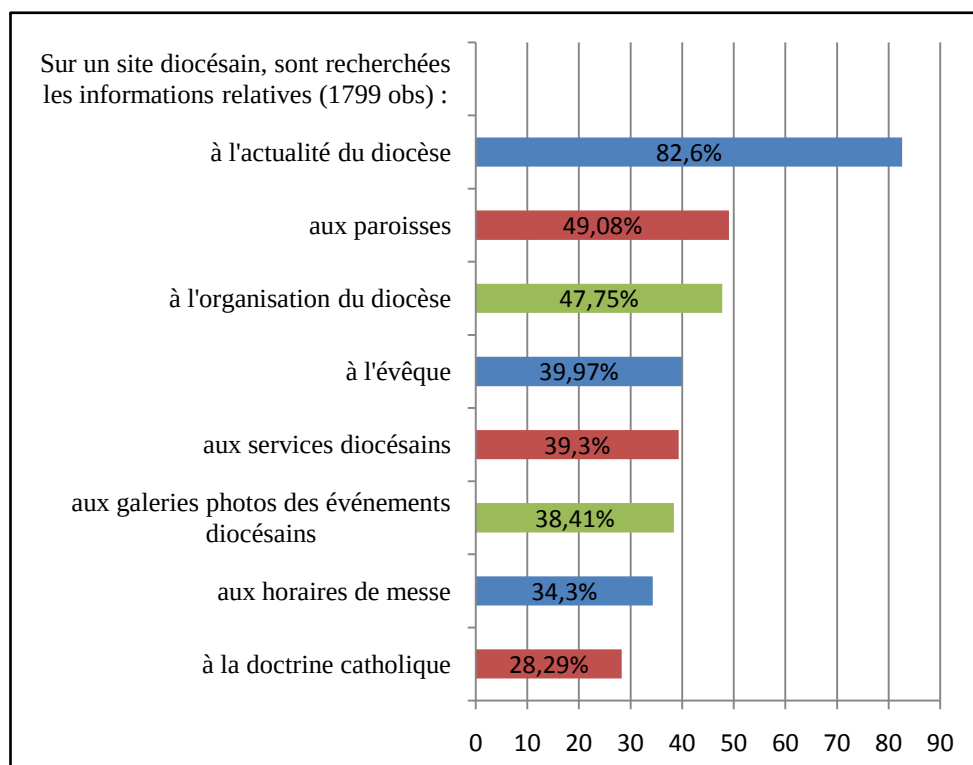
Sur un site paroissial vous allez chercher les informations relatives :	<i>Calcul établi sur 2326 observations</i> Internauts plutôt urbains ayant reçu l'enquête par viralisation	<i>Calcul établi sur 583 observations</i> Internauts plutôt ruraux connectés à l'enquête par un site paroissial
à l'actualité de la paroisse	72,87%	79,58%
aux horaires des messes	68,01%	61,23%
à l'organisation de la paroisse	34,65%	34,30%
aux galeries photos des événements	29,15%	34,64%
à la spiritualité	25,24%	28,30%

La relation particulière des internautes ruraux avec le site paroissial, précédemment évoquée, comme lieu d'un lien plus étroit avec la communauté, s'observe encore ici. D'autre part, le type de recherche des internautes sur les sites paroissiaux, et l'intérêt qu'ils portent à la vie de la communauté locale, montrent qu'il s'agit-là d'un auditoire de catholiques pratiquants. Qu'en est-il de sites diocésains ?

b) Les recherches des internautes sur les sites diocésains.

Le graphique ci-dessous, montre que sur les sites diocésains comme sur les sites paroissiaux, les recherches des internautes sont également très ciblées.

Église et Internet



Néanmoins, là encore, l'actualité du diocèse mobilise plus particulièrement les 35-50 ans (43,23%) et les 51-65 ans (45,88%) les plus engagés dans l'Église. D'ailleurs, 28,93% des premiers et 23,98% des seconds s'intéressent à son organisation et près de 24% des uns et des autres consultent les informations relatives aux services diocésains. Mais ils sont aussi ceux qui s'informent le plus sur les activités de l'évêque, et qui parcourent plus volontiers les galeries photos des événements diocésains.

La réception par un auditoire catholique ?

<i>Calcul établi sur 3669 observations</i>						
Vous avez :	moins de	entre	entre	entre	entre	Non
Sur un site diocésain vous allez chercher les informations relatives:	35 ans	35-50 ans	51-65 ans	65-75 ans	75-90 ans	réponse
à l'actualité du diocèse	34,09%	43,23%	45,88%	40,47%	28,47%	10,34%
à l'organisation du diocèse	22,97%	28,93%	23,98%	20,2%	10,76%	3,44%
aux paroisses du diocèse	23,68%	27,50%	25,13%	21,12%	15,28%	6,89%
à l'évêque du diocèse	16,75%	24,53%	20,33%	17,43%	10,07%	31,03%
aux horaires de messes paroissiales	21,17%	24,97%	22,84%	17,73%	10,76%	0%
aux procédures administratives	10,05%	12,32%	8,76%	5,47%	1,74%	0%
aux prêtres et aux diacres du diocèse	11,48%	17,82%	15,22%	13,00%	9,38%	1%
à la pastorale des jeunes	18,42%	20,02%	14,81%	4,14%	7,29%	0%
aux galeries photos	16,87%	23,76%	20,96%	15,66%	6,94%	6,89%
aux services diocésains	14,47%	23,98%	23,57%	16,40%	11,81%	0%
aux mouvements de laïcs	11,48%	17,16%	16,58%	14,92%	11,46%	0%
à la spiritualité et/ou à la doctrine catholique	12,08%	16,39%	15,64%	12,11%	7,64%	0%
aux sacrements	8,01%	10,01%	7,82%	3,40%	2,43%	3,44%
au patrimoine religieux et au tourisme	6,82%	8,25%	6,67%	5,47%	3,82%	0%
aux textes de la liturgie du jour	5,50%	7,37%	5,94%	3,25%	1,04%	0%
aux textes de la liturgie du dimanche	5,38%	8,03%	5,74%	4,87%	3,82%	0%
aux textes de la CEF ¹⁷³	9,45%	15,07%	14,60%	13,74%	9,72%	6,89%
aux textes du pape et du magistère romain	9,45%	14,30%	14,18%	11,82%	13,19%	3,44%
au denier de l'Église et au don en ligne	7,54%	10,34%	7,92%	3,69%	2,08%	0%
à l'intranet	1,32%	3,19%	4,69%	2,51%	1,39%	0%
Ne se prononce pas	1,79%	1,54%	1,15%	2,66%	4,51%	24,13%

¹⁷³ Conférence des Évêques de France.

Église et Internet

D'autre part, ici encore, un écart se mesure entre les internautes plutôt urbains et les internautes plutôt ruraux. Ces derniers s'intéressent moins à l'organisation du diocèse (28,83% contre 47,75% des urbains) et sont plus tournés vers les galeries photos des événements du diocèse (48,03% contre 38,41% des urbains). Enfin les ruraux semblent plus que les autres attachés à la figure de l'évêque (47,95% contre 39,24% des urbains), à la doctrine catholique (36,48% contre 28,29% dans urbains) et à la parole du pape (29,30% contre 25,51% des urbains).

	<i>Calcul établi sur 1799 observations</i>	<i>Calcul établi sur observations 1172</i>	<i>Calcul établi sur 488 observations</i>
Sur un site diocésain, consultation des informations relatives:	Internauts plutôt urbains ayant reçu l'enquête par viralisation	Internauts plutôt ruraux connectés à l'enquête par un site diocésain	Internauts plutôt ruraux connectés à l'enquête par un des sites diocésains les plus visités
à l'actualité du diocèse	82,60%	82,76%	79,71%
aux paroisses	49,08%	44,96%	42,62%
à l'organisation du diocèse	47,75%	28,83%	24,39%
aux horaires de messe	43,30%	30,97%	30,74%
à l'évêque	39,97%	39,24%	47,95%
aux services diocésains	39,80%	31,82%	24,80%
aux galeries photos	38,41%	48,03%	48,72%
à la doctrine catholique	28,29%	31,56%	36,48%
aux textes de la CEF	26,90%	20,64%	23,36%
aux textes du pape et du magistère romain	25,51%	23,03%	29,30%

La réception par un auditoire catholique ?

Les tableaux qui précèdent ont montré ce que les internautes catholiques déclarent eux-mêmes : ils sont entre 90,23% des urbains et 94,91% des ruraux à considérer le site diocésain d'abord et avant tout comme un outil d'information sur l'actualité et la vie du diocèse. Toutefois, si les internautes plutôt ruraux utilisent moins le site diocésain comme un annuaire (23,06% contre 37,79% des urbains), ils le considèrent, plus que les autres, comme un moyen de se sentir rattachés à l'Église catholique (42,18% contre 27,23% des urbains), ce qui se manifestait déjà ci-dessus dans leur attachement plus marqué à la figure de l'évêque, à la doctrine catholique et à la parole du magistère.

	<i>Calcul établi sur 1781 observations</i>	<i>Calcul établi sur 1062 observations</i>
Pour vous-même, ce site diocésain est :	Internautes plutôt urbains ayant reçu à l'enquête par viralisation	Internautes plutôt ruraux connectés à l'enquête par un site diocésain
un outil d'information	90,23%	94,91%
un annuaire rendant compte de l'organisation du diocèse	37,79%	23,06%
un moyen de vous sentir rattaché à l'Église catholique	27,23%	42,18%
un outil pour approfondir sa foi	13,59%	19,49%
ne se prononce pas	2,92%	3,86%

Le lien plus étroit des internautes plutôt ruraux avec les sites diocésains, déjà observé avec les sites paroissiaux, apparaît ici également. En outre, là aussi, le type de recherche des internautes et l'intérêt qu'ils portent à la vie de l'Église diocésaine confirment, s'il le fallait encore, la présence en ligne d'un auditoire de catholiques pratiquants.

Deux types d'usage des sites paroissiaux et diocésains.

Des observations qui précèdent, deux profils types d'usage des sites paroissiaux et diocésains par les internautes catholiques pratiquants, semblent émerger :

- le profil d'usage d'un internaute plutôt urbain qui fréquente le site paroissial ou diocésain essentiellement dans le but de s'informer sur la vie et le fonctionnement de la paroisse ou du diocèse. Il s'y connecte par un moteur de recherche chaque fois qu'il a besoin sans être en mesure d'établir une régularité. Sa relation au site est plus distendue, opportuniste.
- Le profil d'usage d'un internaute plutôt rural, plus isolé, qui entretient un lien particulier avec le site : relié à lui par un lien dans ses favoris et par la *newsletter*, il est enclin à le consulter au moins une fois par semaine. S'il s'en sert lui aussi comme un moyen d'information sur la vie et sur le fonctionnement de la paroisse ou du diocèse, son attention plus forte à l'actualité et aux photos publiées sur les événements de la communauté paroissiale ou diocésaine, mais aussi son plus fort attachement à la figure de l'évêque et à la parole du magistère, fonde à penser, comme il le déclare d'ailleurs, que le site est davantage pour lui un moyen de renforcement de l'appartenance communautaire.

Au-delà de ces deux figures idéaltypiques d'usagers, qu'en est-il du profil socioreligieux moyen de ces internautes catholiques pratiquants ?

Le profil socioreligieux des catholiques pratiquants en ligne.

Le public des sites paroissiaux et diocésains est essentiellement constitué de catholiques pratiquants, les analyses qui précèdent l'ont montré. Or, la sociologie du catholicisme l'atteste, la population pratiquante n'est pas homogène. Avant de préciser le profil socioreligieux moyen des internautes qui visitent les sites institutionnels, il convient ici de comprendre plus en profondeur de quoi se compose ce groupe des pratiquants.

Les catholiques pratiquants en France.

Parmi les fidèles pratiquants, il est nécessaire de distinguer ceux dont l'implication dans l'Église se limite à la fréquentation plus ou moins régulière du culte dominical et ceux plus impliqués, bénévolement souvent, dans le travail religieux. Certains de ces derniers sont des militants que la sociologie religieuse différencie en deux groupes : d'un côté les catholiques d'ouverture et de l'autre les catholiques d'identité. Entre ces deux pôles, une tension s'observe¹⁷⁴.

Les catholiques d'ouverture.

Nourris par des revues comme *Témoignage chrétien*, ou *Lumière et vie* mais aussi par leur appartenance à des mouvements de spiritualité comme Vie chrétienne, à des groupes de réflexion comme Les Semaines sociales de France ou le groupe Confrontation qui réunit des intellectuels catholiques, nourris également des travaux théologiques d'un Maurice Bellet, d'un Paul Valadier ou d'un Joseph Moingt, les catholiques d'ouverture sont souvent issus des mouvements d'Action Catholique. Socialement, ils sont ancrés dans les couches salariées, moyennes et populaires. Ils se sont affirmés après la seconde guerre mondiale avec la volonté de réconcilier la gauche et le christianisme.

Comme le souligne Philippe Portier, devenu dominant dans les années 1960, le catholicisme d'ouverture a défendu les options les plus novatrices du concile Vatican II : la réforme liturgique, la participation des laïcs à l'animation interne de l'Église, la reconnaissance de l'œcuménisme et du dialogue interreligieux, l'ouverture à l'autonomie des réalités terrestres¹⁷⁵.
Ce catholicisme d'ouverture développe « une

¹⁷⁴ Il faudrait ajouter le pôle des catholiques intransigeants qui rassemble les fidèles de sensibilité intégral-traditionnaliste. Il sera cependant tenu à l'écart de cette étude, les catholiques qui le constituent, ne se reconnaissant pas vraiment dans l'Église conciliaire dont dépendent les sites Web étudiés.

¹⁷⁵ Cf. Céline BERAUD, Denis PELLETIER, Philippe PORTIER, « Portrait du catholicisme en France », *Portraits du catholicisme. Une comparaison européenne*, sous la direction de Alfonso PEREZ-AGOTE, Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2012, Coll. Sciences des religions, p. 156.

conception “communicationnelle” de la société »¹⁷⁶, considérée comme un espace de pluralité qui se construit « dans l’échange des paroles et le souci de la dignité d’autrui »¹⁷⁷. Héritier de Kant et de Mounier, ce personnalisme, politiquement à gauche, se fonde sur la notion de solidarité qui ne s’articule plus avec celle de lutte des classes. Il développe aussi « une conception “démocratique” de l’Église »¹⁷⁸ adossée à la notion de « peuple de Dieu » qui prime sur l’organisation hiérarchique de l’Église défendue par le concile Vatican II dans la constitution dogmatique *Lumen Gentium* promulguée en 1964. Aussi, selon les catholiques d’ouverture, les décrets de l’institution qui concernent l’ordre interne de l’Église – les rapports entre laïcs et clercs et entre hommes et femmes – ou l’ordre externe – la proposition de sens, notamment dans l’ordre de l’intime – ne peuvent être acceptés sans inventaire.

Ce catholicisme est aujourd’hui très affaibli, les militants et les prêtres qui en partagent les options sont âgés et de moins en moins nombreux. Cet affaiblissement s’explique par deux facteurs qui ont à l’inverse contribué à renforcer le catholicisme d’identité. D’une part, ces catholiques d’ouverture, pour lesquels le catholicisme ne doit pas englober le monde mais l’accompagner, ont été désavoués par Jean-Paul II et par les évêques de France. D’autre part, ils sont apparus en discordance avec les attentes de la société : il était sans doute plus aisé de défendre l’accueil du monde tel qu’il se donne, en période de modernité triomphante. Quand celle-ci devient hésitante, il semble plus logique d’attendre des solutions au mal-être ambiant. Mais il y a aussi une raison sociologique à cette perte d’influence du catholicisme d’ouverture : la posture anti-institutionnelle de ses militants a contribué à l’éloignement de la foi de leurs enfants et à tout engagement de leur part au sein de l’Église.

Les catholiques d’identité.

Parmi les catholiques d’identité, les sociologues du religieux en France distinguent les « charismatiques » et les « restitutionnistes ». Les premiers

¹⁷⁶ *Ibid.*, p. 157.

¹⁷⁷ *Ibid.*

¹⁷⁸ *Ibid.*

La réception par un auditoire catholique ?

sont attachés aux mouvements comme la communauté de l'Emmanuel, du chemin neuf ou encore des Béatitudes, fondées dans les années 1970. Ces communautés connaissent depuis quelques années un phénomène de « routinisation », mais elles expriment « une foi d'effervescence et de sentiment, nourrie de "l'effusion de l'esprit" »¹⁷⁹. Les seconds se rencontrent parmi les membres de *l'Opus Dei*, des légionnaires du Christ, et de la communauté Saint Jean. Leur pratique cultuelle de la liturgie conciliaire est moins émotionnelle et plus disciplinée. Dans l'ensemble, ces catholiques d'identité qui manifestent précisément un attachement à l'identité traditionnelle de l'Église, sont eux aussi travaillés par « la liberté de choisir » qui caractérise l'être humain postmoderne : en témoigne, comme le souligne Philippe Portier, leur adhésion volontaire « à une communauté, souvent placée en dehors de l'emprise diocésaine, en faisant prévaloir dans ce cheminement leur désir d'autoréalisation »¹⁸⁰.

Ces deux tendances du catholicisme d'identité se rencontrent dans les grands rassemblements, les associations de défense de la famille comme les Associations Familiales Catholiques (AFC) mais aussi dans les mouvements de spiritualité conjugale comme les Equipes Notre-Dame et les associations charitables, comme La Conférence Saint Vincent de Paul. Elles s'informent grâce à des magazines comme *Famille Chrétienne*, et *France Catholique*, et à des revues comme *Képhas* et *Communio*.

Ces catholiques d'identité travaillent à une rechristianisation du monde. Leur théologie nourrie des travaux de théologiens comme Urs von Balthazar, Marie-Dominique Philippe et Joseph Ratzinger, repose sur deux principes forts : les principes d'opposition et de théonomie. Ils se situent en effet en opposition à la société contemporaine qu'ils critiquent vivement et qui s'enferme, selon eux, « dans un malaise dont témoignent la déliquescence de la famille, la crise de l'économie et la rupture du lien social. La question du vivant qu'on détruit (avortement) ou manipule (biotechnique), constitue, dans cet ensemble, un sujet primordial de

¹⁷⁹ *Ibid.*, p. 154.

¹⁸⁰ Philippe PORTIER, « Pluralité et unité dans le catholicisme français », *op.cit.*, p. 28.

préoccupation »¹⁸¹. Selon les catholiques d'identité, la cause de ce déclin réside essentiellement dans un monde qui a fait de l'amour de soi le principe de toute chose et qui a chassé de son horizon de sens la figure de Dieu et la norme de l'Église.

Sur cette critique de la société, les catholiques d'identité fondent le principe de théonomie : le mal venant de ce monde qui s'est affranchi de Dieu, l'harmonie sociale ne sera recouvrée qu'en rejetant le subjectivisme contemporain et en s'engageant dans la foi de manière certes individuelle, mais aussi collective « en remplaçant les significations chrétiennes au cœur des mœurs et des lois ». Néanmoins, ces fidèles n'ont pas la nostalgie de l'Etat catholique, ils ont fait leurs valeurs de la démocratie constitutionnelle, mais ils souhaitent que celle-ci mette le droit positif sous la tutelle du droit naturel divin. Situés plutôt à droite de l'échiquier politique, les catholiques d'identité défendent la liberté religieuse et le pluralisme des opinions. « La “nouvelle évangélisation” repose, essentiellement, sur ce groupe-là de militants, dont Paul VI disait déjà, en 1976, qu'il était le “printemps de l'Église” »¹⁸².

L'univers catholique engendre aujourd'hui encore des engagements intenses et durables. Toutefois, ils ne se vivent plus comme dans la période 1930-1960 à la suite d'une cause définie par le siège romain, mais dans une dispersion des modes de penser et d'agir, polarisés sur un régime de certitude d'un côté et sur un régime de témoignage de l'autre, deux tendances qui pourraient bien apparaître de manière plus ou moins marquées parmi les fidèles qui visitent les sites paroissiaux et diocésains.

Le profil socioreligieux des internautes.

Au regard de la sociologie des catholiques militants en France, quel peut donc être le profil socioreligieux des pratiquants qui fréquentent les sites Web paroissiaux et diocésains ? Une étude des mille trente-neuf commentaires déposés à la suite des sept cent sept articles d'actualité postés sur le site du diocèse de Gap et d'Embrun entre le 1^{er} juillet 2011, date de la

¹⁸¹ Céline BERAUD, Denis PELLETIER, Philippe PORTIER, « Portrait du catholicisme en France », *op.cit.*, p. 155.

¹⁸² *Ibid.*, p. 156.

La réception par un auditoire catholique ?

recréation du site, et le 30 décembre 2013, a permis d'esquisser le profil moyen des visiteurs en ligne. Il s'agirait d'une femme catholique, dont on peut supposer au gré des indications laissées dans les commentaires qu'elle a plus de cinquante ans. Elle est attachée au rite eucharistique, à la personne de M^{gr} di Falco, à la parole du magistère, elle est aussi sensible à la présence de l'Église dans la sphère publique, à ses prises de positions sur les questions de biopolitique et à ses appels au respect des catholiques par la société. Les enquêtes réalisées auprès des internautes confirment-elles ce profil moyen ?

Une majorité de femmes de la classe moyenne.

37,8% des internautes qui ont répondu à l'enquête sont des hommes et 60,1% sont des femmes. Dans ce groupe féminin, toutes les tranches d'âge sont représentées puisque l'âge moyen s'établit à 51,13 ans. Si ces femmes résident à la campagne, elles sont sensiblement plus âgées (54,65 ans).

Surdiplômés, les internautes catholiques sont au moins titulaires du baccalauréat (90,45%) et d'un diplôme bac +2 (78,56%)¹⁸³. S'ils ne sont pas à la retraite (26,79%), ils exercent une profession libérale ou occupent un emploi d'enseignant, de cadre ou d'employé dans l'entreprise ou l'administration (40,6%). Aussi, 60,85% déclarent appartenir à la classe moyenne et 32,74% à une classe privilégiée.

Des internautes engagés dans l'Église et attachés à leur identité religieuse.

86,54% des internautes catholiques se déclarent pratiquants et 59,48% sont bénévoles dans l'Église. Une majorité des internautes ayant répondu aux enquêtes se trouve donc très intégrée à l'institution ecclésiale. Dans cette majorité, les deux polarités présentées précédemment, celle des catholiques d'identité et celle des catholiques d'ouverture, sont-elles identifiables ? L'enquête n'a pas prévu de demander aux internautes de déclarer leur appartenance à tel groupe ou telle mouvance du catholicisme. Ceci aurait sans doute permis une analyse plus fine et c'est, à n'en pas

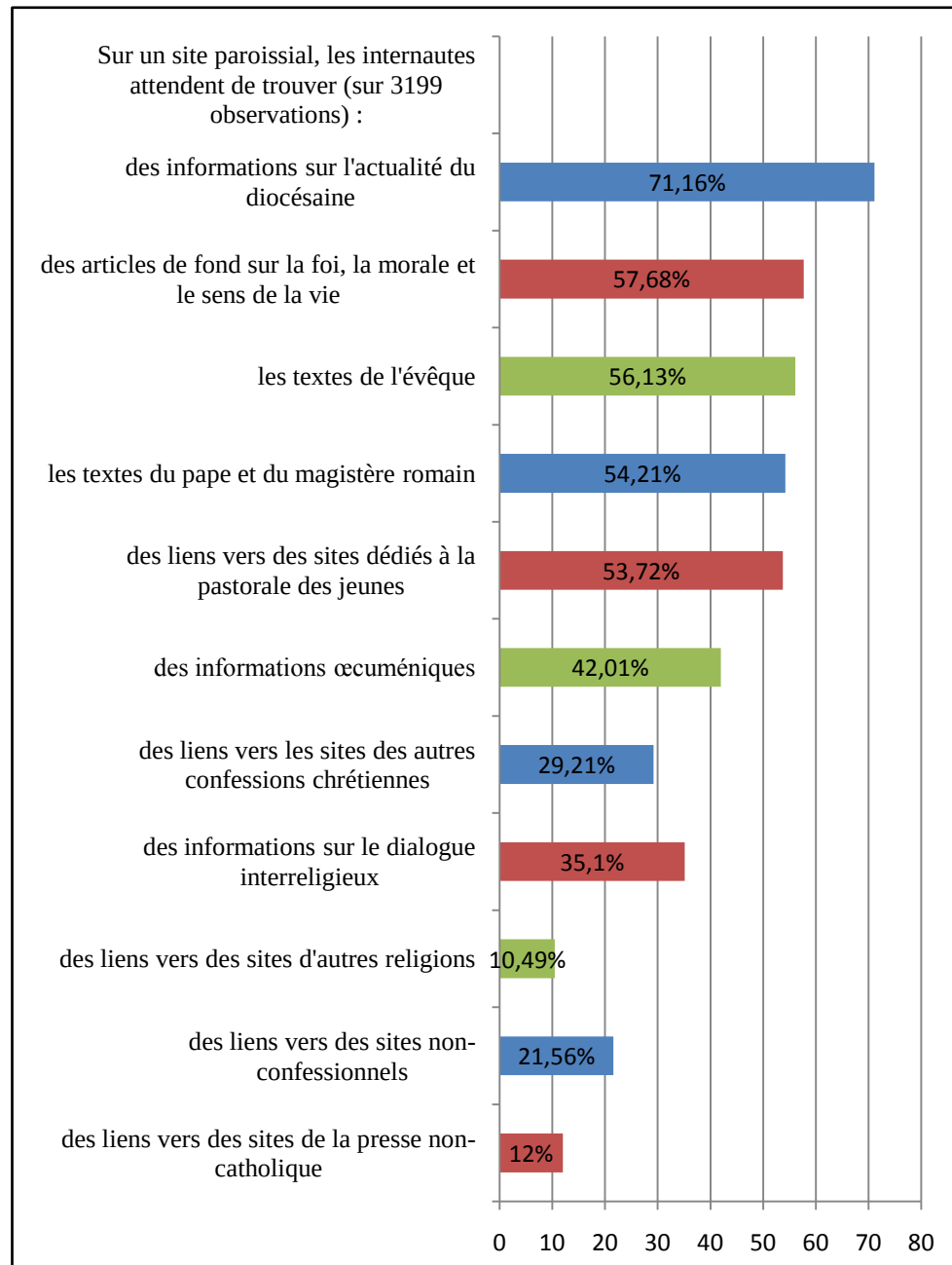
¹⁸³ Les internautes plutôt ruraux sont sensiblement moins diplômés.

douter, une des limites de l'étude. Pour autant, grâce à l'analyse de certaines questions, notamment celles relatives à leurs attentes en termes de contenu des sites et à leur positionnement à l'endroit de la « nouvelle évangélisation » et des questions de société, il n'est pas impossible de cerner le type majoritaire de catholiques ayant répondu à l'enquête.

a) Ce qu'attendent les internautes des sites Web paroissiaux et diocésains.

La lecture des attentes des internautes en termes de contenu d'un site paroissial ou diocésain permet, en effet, de préciser davantage les contours du profil esquissé, comme l'indique le graphique à la page suivante.

La réception par un auditoire catholique ?



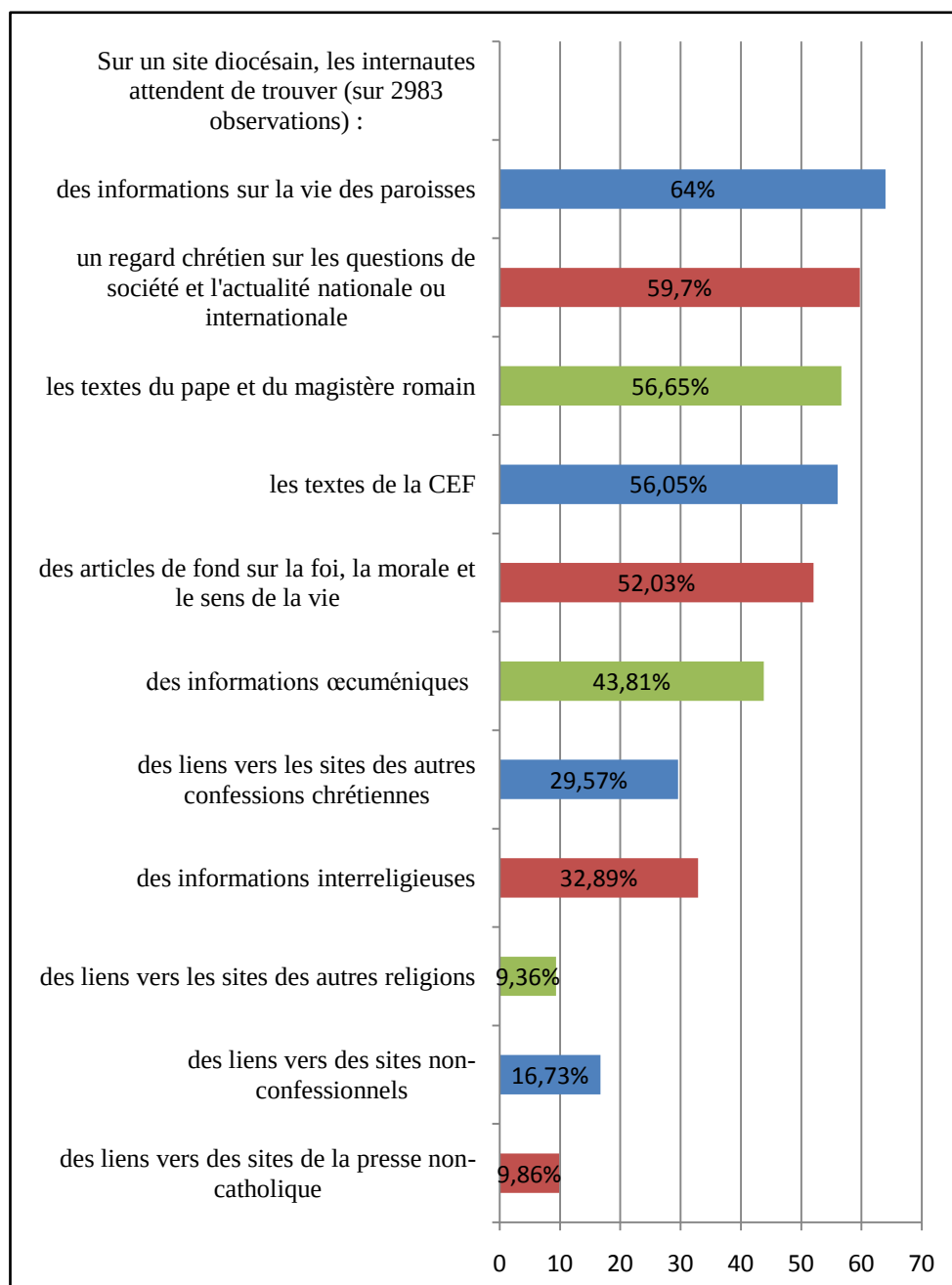
Les propositions relatives à l'ouverture du catholicisme sur les autres religions et sur le monde ne semblent pas rejoindre une majorité d'internautes. En effet, les attentes en termes d'œcuménisme et de dialogue interreligieux sont faibles et chutent encore concernant les liens vers les sites des autres confessions chrétiennes ou des autres religions. D'autre part, les internautes ne semblent pas désirer que le site paroissial soit ouvert à des sites non-confessionnels dont les valeurs ne seraient pas en contradiction avec celles de l'Église, ni qu'il propose des liens vers des sites de la presse non-catholique. Ces statistiques confirment au contraire l'attachement des internautes à l'Église diocésaine et à la parole de l'autorité magistérielle. Elles manifestent une forte demande de repères, d'ailleurs très marquée chez les plus jeunes. En effet, les plus en demande d'articles de fond sur la foi, la morale et le sens de la vie sont les moins de 35 ans (56,22%) et les 35-50 ans (54,02%). Si les plus en attente des textes de l'évêque sont les 75-90 ans (66,32%), ils sont suivis par les moins de 35 ans (55,14%) et les 35-50 ans (54,35%). Enfin, les catholiques de moins de 35 ans sont les plus demandeurs des textes du pape et du magistère romain (55,98%) suivis des 35-50 ans (51,82%). Avec l'âge cependant, les attentes en termes de repères décroissent comme en témoigne le tableau de la page suivante.

La réception par un auditoire catholique ?

Calcul établi sur 3736 observations						
Vous avez :	Moins de	Entre	Entre	Entre	Entre	Non
Selon vous un site paroissial	35 ans	35-50 ans	50-65 ans	65-75 ans	75-90 ans	réponse
doit ou devrait :						
annoncer les funérailles	30,62%	35,64%	35,56%	26,44%	25,00%	8,82%
annoncer les messes à l'intention de tel défunt	31,22%	30,80%	23,88%	18,61%	13,54%	4,41%
relayer les informations sur l'actualité du diocèse	66,75%	66,89%	62,57%	54,65%	47,57%	11,76%
relayer les textes de l'évêque	55,14%	54,35%	48,18%	41,21%	66,32%	13,24%
relayer les textes de la CEF	41,63%	39,05%	39,42%	33,83%	31,60%	7,35%
relayer les textes du Pape et du magistère romain.	55,98%	51,82%	44,00%	40,03%	37,15%	7,35%
proposer des liens vers des sites dédiés à la pastorale jeunes	59,69%	58,86%	46,40%	26,88%	20,14%	7,35%
proposer des liens vers des sites non-catholiques dédiés aux jeunes eux-mêmes	18,30%	18,92%	17,62%	11,37%	11,81%	2,94%
relayer des articles de fond sur la foi, la morale, le sens de la vie	56,22%	54,02%	51,20%	44,31%	34,72%	5,88%
relayer des informations œcuméniques	34,45%	35,53%	43,38%	33,53%	32,29%	5,88%
proposer des liens vers des sites des autres confessions chrétiennes	20,45%	21,56%	31,28%	27,18%	28,13%	7,35%
relayer les informations interreligieuses	30,14%	27,94%	34,31%	30,72%	27,78%	7,35%
proposer des liens vers des sites de la religion juive	8,85%	7,48%	12,10%	12,56%	15,97%	1,47%
proposer des liens vers des sites de la religion musulmane	8,97%	6,27%	10,01%	10,19%	14,58%	1,47%
proposer des liens vers des sites bouddhistes	7,54%	5,28%	8,45%	7,68%	8,68%	2,94%
proposer des liens vers des sites de la presse catholique.	40,91%	39,38%	35,77%	27,92%	22,92%	5,88%
proposer des liens vers des sites de la presse non-catholique	13,88%	10,56%	10,11%	7,98%	7,99%	2,94%
proposer des liens vers des sites non-confessionnels	21,89%	16,83%	19,81%	17,43%	15,63%	2,94%
Ne se prononce pas	7,78%	8,36%	9,07%	12,70%	12,85%	0,00%

Cette demande forte de repères qui ne s'accompagne que faiblement d'un désir d'ouverture du catholicisme sur le monde, s'observe identiquement à propos des attentes des internautes en termes d'information sur les sites diocésains comme l'atteste le graphique ci-dessous.

Église et Internet



La réception par un auditoire catholique ?

L'effet d'âge, précédemment observé, apparaît ici aussi : les internautes de moins de 50 ans, plus encore que les autres, attendent des sites diocésains comme des sites paroissiaux, qu'ils proposent les textes du magistère épiscopal (52,48%), un regard chrétien sur les questions de société (54,90%) et des repères sur la foi, la morale et le sens de la vie (48,95%). Toutefois, comme le tableau ci-après en témoigne, les attentes des moins de 35 ans sur ces mêmes points sont ici moins marquées.

<i>Calcul établi sur 3725 observations</i>	Vous avez :					
Selon vous, un site diocésain doit ou devrait :	moins de 35 ans	entre 35-50 ans	entre 50-65 ans	entre 65-75 ans	entre 75-90 ans	Non réponse
ne relayer que les informations purement diocésaines	9,81%	10,45%	10,01%	9,16%	7,99%	0%
relayer ce qui se vit dans les paroisses du diocèse	53,11%	58,97%	54,12%	44,90%	32,64%	12,5%
relayer les textes de la CEF	48,21%	52,48%	45,88%	37,96%	29,51%	7,14%
relayer les textes du pape et du magistère romain	50,00%	52,37%	46,72%	37,08%	29,51%	7,14%
relayer des articles de fond sur la foi, la morale et le sens de la vie	46,05%	48,95%	43,90%	32,05%	25,35%	10,71%
proposer un regard chrétien sur les questions de société	50,72%	54,90%	49,32%	39,14%	37,50%	10,71%
relayer les informations œcuméniques	31,34%	37,07%	40,46%	33,97%	62,50%	8,92%
proposer des liens vers des sites des autres confessions chrétiennes	19,62%	23,32%	27,32%	24,52%	23,61%	7,14%
relayer les informations interreligieuses	25,72%	23,98%	29,61%	25,26%	21,18%	8,92%
proposer des liens vers des sites de la religion juive	6,70%	7,04%	9,59%	11,37%	11,46%	3,57%
proposer des liens vers des sites de la religion musulmane	6,46%	5,83%	8,34%	9,60%	10,07%	3,57%
proposer des liens vers des sites bouddhistes	5,38%	4,73%	6,57%	6,94%	5,21%	3,57%
proposer des liens vers des sites de la presse catholique	24,28%	28,27%	24,71%	19,50%	15,63%	5,35%
proposer des liens vers des sites de la presse non-catholique	9,81%	8,14%	7,72%	5,91%	6,25%	1,78%
proposer des liens vers des sites non-confessionnels	14,95%	14,30%	13,35%	11,67%	10,42%	3,57%
proposer des liens vers des sites non-catholiques dédiés aux jeunes	10,17%	9,68%	7,19%	5,47%	5,56%	1,78%
être relié aux autres médias diocésains	38,76%	33,77%	31,18%	24,08%	15,63%	3,57%
Ne se prononce pas	14,35%	11,44%	10,11%	12,11%	13,89%	0%

Église et Internet

La forte demande de repères d'origine magistérielle par les internautes, comme en témoignent déjà les données ci-dessus, signe de leur attachement à l'institution romaine, se mesurent aussi à leur fréquentation d'autres sites institutionnels de l'Église : ils sont 69,83% à en visiter parmi lesquels il y a plus particulièrement les sites du Vatican (34,41%) et de la Conférence des Évêques de France (28,05%). Un écart s'observe entre les internautes plutôt urbains et les internautes plutôt ruraux. Ces derniers sont 82,46% à fréquenter d'autres sites institutionnels catholiques, mais cet écart apparaît également sur chacun des sites institutionnels précités.

Fréquentation des sites institutionnels catholiques	<i>Calcul établi sur 2979 observations</i> Internautes catholiques plutôt urbains ayant reçu l'enquête par viralisation	<i>Calcul établi sur 1653 observations</i> Internautes catholiques plutôt ruraux connectés à l'enquête par un site paroissial ou diocésain
Le site du Vatican	34,41%	37,18%
Le site de la CEF	28,05%	35,82%
Les sites des monastères	30,34%	29,95%
Les sites des mouvements catholiques	28,62%	20,72%
Les sites d'autres paroisses	25,22%	35,93%
Les sites d'autres diocèses	23,30%	34,81%

La forte relation des internautes à l'Église et à la parole de l'autorité inclinent à considérer que les internautes catholiques les plus représentés dans cette enquête sont des fidèles relativement attachés à leur identité religieuse. Sont-ils pour autant des catholiques d'identité au sens militant où l'entend la sociologie du catholicisme ? L'analyse de leur rapport à la « nouvelle évangélisation » et aux questions de société devrait permettre de le préciser.

b) Les internautes catholiques et la « nouvelle évangélisation ».

Ce positionnement des internautes catholiques du côté de l'identité apparaît dans les données relatives aux modalités d'exercice de la « nouvelle évangélisation ». A prime abord, ils semblent assez partagés sur cette question :

- 8,77% considèrent qu'elle ne doit passer que par une réaffirmation de l'identité traditionnelle de l'Église,
- 44,31% qu'elle doit se faire par l'ouverture d'un dialogue entre les valeurs de l'Église et celle de la société actuelle,
- 40,81% qu'elle doit passer par la conjonction des deux propositions qui précèdent.

S'ils sont en effet légèrement majoritaires du côté de l'ouverture, il est sans doute important de souligner que la formulation de l'item pouvait permettre à des catholiques d'identité d'y adhérer et à des catholiques d'ouverture de ne pas s'y retrouver car il ne s'agit pas d'une ouverture de l'Église *aux* valeurs de la société.

Ces remarques fondent à penser que, pour une majorité des internautes, la « nouvelle évangélisation » voulue par les papes Jean-Paul II, Benoît XVI et François passe certes par l'ouverture d'un dialogue entre les valeurs de l'Église et celle de la société actuelle, mais sans que l'Église renonce à son identité traditionnelle. D'autre part, l'analyse de ces modalités par tranches d'âge met en relief le rapport de l'âge à l'identité, précédemment évoqué. La tendance des internautes les plus jeunes à verser du côté de l'identité s'observe aussi sur cette question : les moins de 35 ans semblent assez en attente d'une réaffirmation de l'identité traditionnelle du catholicisme. Dans la catégorie des internautes pour qui la « nouvelle évangélisation » ne passe que par une réaffirmation de l'identité traditionnelle de l'Église, un internaute sur trois est un jeune de moins de 35 ans. 40% des jeunes catholiques de 18-35 ans et 41,5% des 36-50 ans considèrent que la « nouvelle évangélisation » passe conjointement par l'ouverture d'un dialogue avec la société *et* une réaffirmation identitaire. Inversement, il apparaît que les plus âgés sont les plus ouverts : 51,7% des 65-75 ans et 47,9% des 75-90 ans ne se positionnent sur la question de la « nouvelle évangélisation » qu'en faveur de l'ouverture d'un dialogue entre les valeurs de l'Église et celles de la société.

Église et Internet

Calcul établi sur 3736 observations Selon vous, la nouvelle évangélisation passe : Vous avez :	par l'ouverture d'un dialogue entre les valeurs de l'Église et celles de la société actuelle	par une réaffirmation de l'identité traditionnelle de l'Église	par la conjonction des deux propositions qui précèdent	Vous ne savez pas.	TOTAL
entre 18 et 35 ans,	33,0% (276)	12,1% (101)	40,0% (334)	7,7% (64)	100% (775)
entre 36 et 50 ans,	35,4% (322)	9,8% (89)	41,5% (377)	7,0% (64)	100% (852)
entre 51 et 65 ans,	45,4% (435)	6,1% (58)	38,2% (366)	4,9% (47)	100% (906)
entre 65 et 75 ans,	51,7% (350)	6,7% (45)	32,9% (223)	3,4% (23)	100% (641)
entre 75 et 90 ans.	47,9% (138)	3,5% (10)	36,5% (105)	4,2% (12)	100% (265)
TOTAL	41,0% (1521)	8,1% (303)	37,7% (1405)	5,7% (210)	100% (3439)

L'attachement à l'identité semble donc s'atténuer avec l'âge, néanmoins s'agit-il d'un effet d'âge ou de génération ?

c) Les internautes catholiques et les questions de société.

L'attachement à l'identité des internautes catholiques n'est pas sans lien à leur rapport à la société. En effet, l'analyse des données relatives au positionnement des enquêtés sur les grandes questions qui ont agité le débat public en France au cours des années 2013 et 2014 révèle que les internautes les plus attachés à cette identité sont les moins ouverts aux questions de la société actuelle. Pour le dire autrement, l'identité prime sur l'ouverture.

Ce positionnement est assez net sur la question du mariage pour tous¹⁸⁴. Les catholiques les plus identitaires sont les plus enclins à vouloir poursuivre le mouvement contre la loi Taubira, ce sont en effet les 86,08%

¹⁸⁴ Sur cette question, les réponses en valeurs absolues révèlent plus particulièrement la part importante des internautes qui n'ont pas répondu aux questions ou qui ne désirent pas se prononcer. Ces internautes ne savent-ils pas se situer ou n'ont-ils pas trouvé d'item correspondant à leur positionnement ? La question reste entière.

La réception par un auditoire catholique ?

de fidèles qui n'envisagent la « nouvelle évangélisation » que sous l'angle de la réaffirmation de l'identité catholique et les 68,66% de ceux qui adjoignent à cette réaffirmation l'ouverture d'un dialogue avec la société. Néanmoins, 43,88% des plus ouverts sont prêts à accepter la loi mais sans extension de celle-ci à la Procréation Médicalement Assistée (PMA) pour les couples de même sexe.

<i>Calcul établi sur 3629 observations</i> Vous considérez qu'il faut : Selon vous, la nouvelle évangélisation passe :	poursuivre le mouvement contre la loi autorisant le mariage pour tous et l'adoption pour les couples de même sexe	accepter le mariage pour tous et l'adoption sans autoriser la PMA pour les couples de même sexe	accepter le mariage pour tous et l'adoption et autoriser la PMA pour les couples de même sexe	Ne se prononce pas	Non réponse	Ensemble
par une réaffirmation de l'identité traditionnelle de l'Église	86,08% (266)	7,77% (24)	2,27% (7)	3,56% (11)	0,32% (1)	100% (309)
par l'ouverture d'un dialogue entre les valeurs de l'Église et celles de la société actuelle	29,93% (457)	43,88% (670)	14,80% (226)	10,74% (164)	0,65% (10)	100% (1527)
par la conjonction des deux propositions qui précèdent	68,66% (896)	25,06% (327)	3,52% (46)	1,92% (25)	0,84% (11)	100% (1305)
Ne se prononce pas	39,61% (82)	26,57% (55)	16,91% (35)	16,43% (34)	0,48% (1)	100% (207)
Non réponse	3,91% (11)	2,14% (6)	1,07% (3)	0,36% (1)	92,53% (260)	100% (281)
TOTAL	47,18% (1712)	29,82% (1882)	8,74% (317)	6,48% (235)	7,80% (283)	100% (3629)

Église et Internet

Ce positionnement social s'observe également sur la question de l'accueil des migrants. 43,2% des internautes les plus identitaires sont ouverts à un accueil des migrants mais avec des conditions restrictives et 25,7% sont même en faveur d'un durcissement de la politique migratoire. 47% des internautes pour lesquels la « nouvelle évangélisation » passe conjointement par l'ouverture d'un dialogue avec la société et une réaffirmation identitaire sont ouverts à l'accueil des migrants mais sous conditions. Enfin 52,5% des fidèles partisans d'une « nouvelle évangélisation » qui se fasse sous le seul angle de l'ouverture d'un dialogue avec la société sont les plus enclins à suivre les évêques sur la politique migratoire.

<i>Calcul établi sur 3736 observations</i> Concernant l'accueil des migrants, pensez-vous qu'il faille : Selon vous, la nouvelle évangélisation passe :	aller dans le sens de l'accueil des migrants demandé par les évêques	aller dans le sens de l'accueil des migrants mais avec des conditions restrictives	légiférer davantage contre l'accueil des migrants	Ne se prononce pas.	TOTAL
par une réaffirmation de l'identité traditionnelle de l'Église	19,1%	43,2%	25,7%	11,2%	100%
par l'ouverture d'un dialogue entre les valeurs de l'Église et celles de la société actuelle	52,5%	37,3%	3,1%	6,4%	100%
par la conjonction des deux propositions qui précèdent	38,7%	47,0%	6,3%	7,4%	100%
Vous ne savez pas.	30,3%	34,6%	12,8%	21,8%	100%
TOTAL	39,7%	38,7%	6,5%	7,6%	100%

Néanmoins, ces catholiques sont résolument postmodernes, quel que soit leur âge d'ailleurs. Pour eux, en effet, la question de l'identité n'est pas forcément adossée à une obéissance à l'autorité magistérielle. Pour le dire

La réception par un auditoire catholique ?

autrement, s'ils semblent attachés à l'institution catholique, ils demeurent gouvernés par leur subjectivité propre, comme l'a montré Philippe Portier. En outre, plus ils sont jeunes, plus ce positionnement d'autonomie du sujet semble manifeste comme l'atteste le tableau à suivre : 40,6% des 60-75 ans et 44,4% des 75-90 ans sont les plus enclins à suivre les évêques. Ils ne sont que 36,4% des 18-35 ans.

<i>Calcul établi sur 3736 observations</i> Concernant l'accueil des migrants, pensez-vous qu'il faille : Vous avez :	aller dans le sens de l'accueil des migrants demandé par les évêques,	aller dans le sens de l'accueil des migrants mais avec des conditions restrictives,	légiférer davantage contre l'accueil des migrants,	Ne se pronon ce pas.	TOT AL
entre 18 et 35 ans,	36,4%	37,9%	7,1%	11,2%	100 %
entre 36 et 50 ans,	38,1%	36,9%	8,8%	10,0%	100 %
entre 51 et 65 ans,	43,9%	38,6%	5,7%	6,4%	100 %
entre 65 et 75 ans,	40,6%	44,0%	4,9%	4,4%	100 %
entre 75 et 90 ans.	44,4%	39,6%	4,9%	2,1%	100 %
TOTAL	39,7%	38,7%	6,5%	7,6%	100 %

Néanmoins, il serait excessif de considérer que la majorité des internautes ayant répondu aux enquêtes soient tous des catholiques d'identité au sens où l'entend la sociologie du catholicisme en France aujourd'hui. Les données relatives à l'Interruption Volontaire de Grossesse (IVG) permettent effectivement de nuancer le propos. Il apparaît certes toujours que les catholiques les moins ouverts sont les plus opposés à

Église et Internet

l'IVG : 66,7% des fidèles les plus identitaires lui sont totalement défavorables. Ceux qui envisagent la « nouvelle évangélisation » en conjuguant, à la réaffirmation identitaire, l'ouverture d'un dialogue avec la société sont 47,2% à être favorables à l'IVG mais avec des conditions restrictives et 39,2% y sont totalement défavorables. Mais au-delà de ces remarques, il faut souligner que 68,1% des internautes ne contestent pas le droit à l'IVG, même si 49,49% sont opposés à une libéralisation de la loi en vigueur. Enfin, l'autonomie de la pensée des fidèles vis-à-vis des normes de l'institution, précédemment évoquée, s'exprime ici aussi.

<i>Calcul établi sur 3736 observations</i> Concernant l'IVG, vous êtes : Selon vous, la nouvelle évangélisation passe :	favorable au droit à l'IVG sans condition d'accès	favorable au droit à l'IVG mais avec des conditions d'accès	totalement défavorable au droit à l'IVG	Ne se prononce pas.	TOTAL
par l'ouverture d'un dialogue entre les valeurs de l'Église et celles de la société actuelle	27,6%	57,2%	11,2%	3,7%	100%
par une réaffirmation de l'identité traditionnelle de l'Église	5,3%	25,4%	66,7%	2,3%	100%
par la conjonction des deux propositions qui précèdent	8,8%	47,2%	39,2%	4,1%	100%
Vous ne savez pas.	37,9%	42,2%	13,7%	6,2%	100%
TOTAL	17,3%	45,9%	25,9%	3,7%	100%

La réception par un auditoire catholique ?

Au terme de ces analyses, il semble possible de considérer que le profil socioreligieux moyen des internautes qui s'impose dans les enquêtes est principalement celui d'une femme de la classe moyenne, âgée d'une cinquantaine d'années, catholique pratiquante et bénévole dans l'Église qui, sans militer aux côtés des catholiques d'identité, se révèle assez attachée à son identité religieuse. Paradoxalement toutefois, si elle apparaît relativement légitimiste, elle est aussi résolument postmoderne dans le rapport subjectif qu'elle entretient avec la parole de l'autorité. Ce profil correspond quasi identiquement à celui observé sur le site Web du diocèse de Gap et d'Embrun.

Des sites reflets du catholicisme en France.

Même s'ils semblent peu visités, les sites paroissiaux et diocésains français sont bien classés dans le palmarès mondial. Selon le site anglais Netcraft¹⁸⁵, spécialisé dans les technologies de l'Internet et recommandé par divers sites de presse informatique, il y avait près de six cent quatre-vingt-dix-neuf millions de sites Web dans le monde en juillet 2013. Selon Site-analyzer.com, les sites paroissiaux et diocésains français évoluent entre la cinquante-quatre mille deux cent seizième et la soixante-dix-sept mille soixante-quinzième place parmi les sites Web dans le monde. En France, les résultats sont également encourageants, selon le magazine en ligne *Challenges*, il y avait au 31 décembre 2013, plus de deux millions sept cent mille noms de domaines en .fr¹⁸⁶. Les sites paroissiaux et diocésains évoluent entre la deux mille cent soixante-quinzième et la trois mille trois cent sixième places parmi les sites français.

¹⁸⁵ Cf. "July 2013 Web Server Survey", [En ligne], URL : <http://news.netcraft.com/archives/2013/07/02/july-2013-web-server-survey.html>, consulté le 5 mai 2014.

¹⁸⁶ Cf. Paul LOUBIERE, « Le nombre de sites internet augmente en France, un indice de reprise économique », 17 janvier 2014, [En ligne], URL: <http://www.challenges.fr/high-tech/20140117.CHA9348/le-nombre-de-sites-internet-augmente-en-france-un-indice-de-reprise-economique.html>, consulté le 19 juin 2014.

Malgré ces bons scores, ces sites, massivement consultés par des catholiques pratiquants, ne se révèlent pas être des outils d'évangélisation car ils ne rejoignent pas les internautes éloignés de l'Église ou en recherche. D'ailleurs, l'enquête menée en ligne auprès des internautes non-croyants le confirme. Ceux-ci n'ont été que 6% à répondre à l'enquête qui leur était destinée : 5,41% l'ont reçue par viralisation et 0,57% s'y sont connectés par un site paroissial ou diocésain. Les données à suivre, établies sur moins de quatre cent quatre observations, sont donc à considérer avec prudence.

Le profil sociologique de ces internautes non-croyants est assez proche de celui des catholiques enquêtés : 54,02% sont des femmes, majoritairement urbaines (57,58%) dont la moyenne d'âge de 40,64 ans est cependant inférieure à celle des internautes catholiques. 78,88% de ces internautes sont au moins titulaires d'un diplôme bac +2. 46,81% exercent une profession libérale ou occupent un emploi de cadre, d'enseignant ou d'employé dans l'administration ou l'entreprise. En conséquence, 66,85% déclarent appartenir à la classe moyenne et 21,45% à une classe sociale privilégiée.

Sur le plan religieux, 70,83% de ces internautes sont issus d'une famille ou un seul au moins des parents est catholique. Et 30,56% sont issus d'une famille catholique croyante et pratiquante. S'ils ne sont pas croyants, 49,69% reconnaissent néanmoins se poser des questions sur le sens de la vie, et 22,05% sur la foi chrétienne, mais 39,44% déclarent ne pas être en recherche spirituelle ou religieuse. D'autre part, s'ils sont 44,51% à se sentir attachés aux valeurs humaines de l'évangile, ils sont aussi 42,32% à considérer que la religion ne doit s'exprimer que dans la sphère privée. Ces internautes sont plus ouverts que les catholiques sur les questions de société : 75,26% se déclarent ouverts à l'accueil des migrants, même si la moitié souhaite qu'il soit soumis à des conditions restrictives ; 73,74% approuvent la loi Taubira et 44,51% sont même en faveur d'une ouverture de la PMA aux couples de même sexe ; enfin, 89,02% ne sont pas opposés à l'avortement et 61,13% se déclarent même ouverts à une libéralisation de l'actuelle loi sur l'IVG.

Concernant leur relation à l'Internet catholique, 63,13% déclarent ne s'être jamais connectés à un site de cette obédience et, s'ils sont 45,78% à ne pas ignorer l'existence des sites paroissiaux et diocésains, ils sont

La réception par un auditoire catholique ?

52,44% à concéder n'avoir aucune raison de les visiter, et 48,22% ne les fréquentent pas car ils n'y trouvent pas d'intérêt.

66,44% déclarent avoir visité au moins une fois tel ou tel de ces sites pour y chercher une information relative à l'actualité ou l'organisation d'une paroisse (45,21%), parce qu'ils s'intéressent à la vie des chrétiens près de chez eux ou dans le département (31,91%), par curiosité (22,97%) et, enfin, pour lire ce que disaient les catholiques sur une actualité du moment (21,80%). Les recherches relatives à la foi ou au sens n'ont qu'assez faiblement recueilli le suffrage de ces internautes non-croyants : 15,42% se sont connectés à un site paroissial ou diocésain parce qu'ils se posent des questions sur la foi chrétienne, 10,63% parce qu'ils s'en posent sur le sens de la vie, et 8,51% seulement pour s'informer sur ce qu'il faut penser ou croire.

À la question leur demandant s'ils retourneront sur un de ces sites, moins de cent internautes ont répondu et 63,90% de ceux-ci ne se prononcent pas. Enfin, pour qu'un site paroissial ou diocésain les capte, les non-croyants attendent :

- qu'il ne s'en tienne pas seulement à la parole de l'autorité, mais qu'il pose des questions (38,26%),
- qu'il traite des questions d'actualité (36,66%),
- qu'il ne traite pas uniquement de sujets qui intéressent les catholiques (31,19%),
- qu'il les surprenne par une parole qu'ils ne supposent pas être celle des catholiques (27,97%),
- qu'il rende compte des implications dans la vie locale de l'évêque, des prêtres et des chrétiens (24,44%).

En outre, pour une part, ces internautes souhaitent d'un site paroissial ou diocésain qu'il soit relativement interactif :

- en laissant place au débat en ligne (32,80%),
- en rendant possible le dialogue avec un prêtre sur la foi, la morale et le sens de la vie (25,77%)
- en permettant de commenter les articles en ligne (24,36%).

Ces chiffres montrent que les non-croyants attendent des sites Web paroissiaux et diocésains qu'ils soient autant, et sans doute plus, des lieux

d'échange et de débat que d'information sur la foi et sur le sens de la vie : des attentes qui ne caractérisent pas vraiment la majorité des sites étudiés.

En fait, au terme de cette analyse de la fréquentation des sites Web paroissiaux et diocésain, il semble que ces sites soient d'assez bons reflets de la vie de l'Église catholique en France qui repose pour une part non négligeable sur l'engagement de femmes ancrées dans une foi assumée, mais qui est aussi marquée par l'écart entre les catholiques urbains et ruraux. Comme l'ont montré les pages qui précèdent, le visiteur le plus assidu des sites paroissiaux et diocésains est en effet une catholique de la classe moyenne, pratiquante, engagée bénévolement dans l'Église et relativement attachée à son identité de baptisée. Toutefois, selon son lieu de résidence, elle négocie différemment son rapport au site : si celui-ci s'impose prioritairement à elle comme un outil d'information sur la vie de la communauté paroissiale ou diocésaine, l'internaute résidant en milieu rural, plus isolée, le percevra, plus que l'internaute urbaine, comme un moyen de renforcement de l'appartenance communautaire.

Voilà pourquoi 35,21% seulement des internautes plutôt urbains considèrent que la fréquentation du site Web est une bonne chose pour vivre sa foi quotidiennement tandis qu'ils sont 45,25% de ruraux à le déclarer, et même 50% s'ils se sont connectés à l'enquête par un des sites diocésains les plus visités¹⁸⁷. En conséquence, si la fréquentation du site Web paroissial ou diocésain joue, pour ces derniers, un rôle dans leur vie spirituelle, ce pourrait bien être parce qu'il leur permet, plus qu'aux internautes urbains, de se sentir rattachés à l'Église comme lieu de validation de leur croire et d'inscription dans une lignée croyante.

¹⁸⁷ Calcul établi sur quatre cent soixante-deux observations.

III.- Des stratégies d'installation dans l'espace public.

Les deux premières parties de ce mémoire ont établi que les sites paroissiaux et diocésains ne sont pas des sites d'évangélisation mais bien plutôt des outils qui contribuent au renforcement de l'appartenance communautaire des catholiques et plus encore en territoires ruraux qu'urbains. Ces sites s'adressent aux catholiques et parlent le langage des catholiques, comme le soulignait déjà en 2009, M^{gr} Di Falco, l'évêque de Gap et d'Embrun alors président de la Commission des Évêques d'Europe pour les Médias (CEEM). En outre, les pages qui précèdent l'ont montré, l'auditoire de ces sites est essentiellement constitué de catholiques pratiquants, avec un important contingent de femmes de la classe moyenne plutôt légitimistes, très engagées bénévolement dans le travail religieux et très attachées à leur identité chrétienne, sans pour autant verser dans la militance identitaire. Ce profil correspond de près à l'actuelle sociologie d'une Église qui compte sur l'engagement de ces femmes pour durer dans ses structures et maintenir, autant que possible, le maillage territorial et une relative proximité de l'Église avec les populations, dans les paroisses rurales notamment.

Néanmoins, les acteurs de l'Internet catholique peuvent-ils en rester là ? Portés par une éthique missionnaire de transmission de la parole de l'évangile et de l'Église, ils pourraient ne pas se satisfaire d'une communication seulement destinée aux fidèles les plus proches de l'institution. En effet, comme vont le montrer les pages qui suivent, si les Délégués Episcopaux à l'Information (DEI) et les responsables éditoriaux des sites Web paroissiaux et diocésains sont conscients des limites de leur communication sur la Toile, les évêques de France semblent vouloir en prendre également la mesure. Aussi, les uns et les autres envisagent de nouvelles stratégies d'installation de l'Église dans l'espace public qui se déclinent d'une part dans la mutualisation, la rationalisation, la modernisation et *in fine* l'optimisation de la communication destinée aux catholiques eux-mêmes, et d'autre part dans le déploiement d'une nouvelle

évangélisation de la Toile menée hors des réseaux de l'Église, même s'il existe aujourd'hui dans le catholicisme des différences de point de vue sur les modalités en ligne de cette évangélisation.

La prise de conscience des acteurs de l'Internet catholique.

Dans l'ensemble, les responsables de l'Internet catholique en France concèdent que les sites paroissiaux et diocésains qu'ils animent sont d'abord des outils de renforcement de l'appartenance communautaire. Pour ne pas en rester là, les évêques guidés par M^{gr} Giraud qui préside, au sein de la Conférence des Évêques de France (CEF), le Conseil pour la communication, envisagent de nouvelles orientations pour la communication ecclésiale.

Les responsables éditoriaux.

Les rédacteurs du document de la CEF, *Étude sur les besoins et les attentes des diocèses sur l'utilisation d'internet en France en 2011*, observaient déjà que les internautes qui fréquentent les sites diocésains sont des catholiques d'une cinquantaine d'années à la recherche d'informations de base sur l'actualité et l'agenda diocésains, les horaires des messes, les services et les mouvements, mais à la recherche également d'informations d'ordre spirituel. Ils relevaient encore qu'il existe aussi un public d'internautes, plus éloignés de l'Église qui vient y chercher des informations administratives très concrètes concernant le baptême, le mariage, ou les funérailles, voire des informations touristiques¹⁸⁸.

Selon l'étude de la CEF, les objectifs de communication des diocèses sont au nombre de quatre¹⁸⁹ :

1. Informer sur la vie du diocèse en rendant compte des événements importants, des activités de l'évêque et de sa

¹⁸⁸ Cf. CONFERENCE DES ÉVÊQUES DE FRANCE, *Étude sur les besoins et les attentes des diocèses sur l'utilisation d'internet en France en 2011*, op.cit, p. 9.

¹⁸⁹ *Ibid.*

parole pour « renforcer le sentiment d'appartenance à l'Église catholique »¹⁹⁰.

2. Rendre possible un contact avec les services diocésains, les paroisses et les mouvements, pour recevoir des informations pratiques.
3. Inviter à découvrir la foi et à la faire vivre. Pour ce faire, les diocèses mettent en ligne des articles en lien avec le temps liturgique et les événements locaux, mais ils renvoient aussi, grâce aux hyperliens, vers des sites nationaux spécialisés.
4. Ouvrir le site diocésain à la dimension universelle de l'Église en France, ou ailleurs, grâce encore aux liens vers d'autres sites.

63,33%¹⁹¹ des responsables éditoriaux paroissiaux et diocésains enquêtés dans le cadre de ce mémoire reconnaissent que le site dont ils ont la charge, répond surtout aux deux premiers objectifs de communication précités et contribue donc à renforcer le sentiment d'appartenance à l'Église des internautes. D'ailleurs, les pages qui précèdent l'ont montré, ils affichent très clairement leur intention de s'adresser prioritairement à un public de catholiques très proches de l'institution. Les responsables éditoriaux rencontrés abondent eux aussi dans ce sens et ne s'étonnent pas qu'une majorité de femmes visite plus particulièrement ces sites. En effet, cette situation correspond, selon eux, à l'actuelle sociologie de l'Église catholique dans laquelle les femmes sont plus engagées que les hommes, tant au niveau paroissial que diocésain. Thierry Paillard, responsable éditorial du site de Gap et d'Embrun, a lui-même remarqué que les commentaires déposés sur le site à la suite des articles d'actualité sont souvent signés par des femmes¹⁹². Selon Alexandre Barbe, DEI et responsable éditorial du site Web du diocèse de Laval, ces femmes entretiennent, grâce au site, leur lien à l'Église et le site Internet diocésain tient aujourd'hui le rôle que jouaient autrefois les médias imprimés¹⁹³. Pour Matthias Terrier, DEI du diocèse de Tarbes et Lourdes, « ces femmes

¹⁹⁰ *Ibid.*

¹⁹¹ Calcul établi sur cent cinquante observations.

¹⁹² Entretien réalisé à Gap, le 8 avril 2014.

¹⁹³ Entretien réalisé à Laval, le 15 avril 2014.

viennent y chercher une information fiable pour être ensuite de bonnes ambassadrices de la vie chrétienne dans le diocèse »¹⁹⁴.

Aussi, au regard du profil de ces catholiques, plutôt intégrés à l'appareil ecclésial, qui fréquentent les sites diocésains, ces responsables éditoriaux estiment-ils légitime leur attente de la publication en ligne des textes du magistère épiscopal ou romain. Selon eux, c'est d'ailleurs la vocation du site diocésain de les relayer. Cependant, rares sont les sites qui disposent, comme celui du diocèse d'Agen, d'une rubrique propre aux textes officiels de la CEF ou du Vatican, mais tous les publient dans leurs pages d'actualité. Selon Dorothee Paliard, une présentation du document comprenant un résumé et un visuel, pour guider la lecture de textes souvent très longs, encourage leur consultation¹⁹⁵. Michel Carayol, responsable éditorial du site Web du diocèse de Pamiers, introduit lui aussi ces textes officiels sur le site parce que, selon lui, les catholiques ont besoin de cette nourriture pour se sentir rattachés à l'Église¹⁹⁶. Thierry Paillard, responsable éditorial du site Web du diocèse de Gap et d'Embrun remarque qu'en 2007, à l'occasion des élections présidentielles et législatives, le site a proposé, chaque jour de la campagne, de courts extraits de la doctrine sociale de l'Église qui furent très consultés¹⁹⁷.

En revanche, l'attente des internautes catholiques en termes d'articles de fond sur la foi, la morale et le sens de la vie ou encore sur les questions de société ou sur l'actualité internationale n'emporte pas l'adhésion des responsables éditoriaux rencontrés. Ils soulignent d'abord leur manque de moyens humains pour publier de tels articles. D'autre part, pour Alexandre Barbe, DEI du diocèse de Laval, la vocation du site n'est pas de proposer une information qui dépasse le cadre diocésain. Selon lui, les médias catholiques nationaux le font très bien et relayer leurs publications sur le site du diocèse ne contribuerait pas à sa lisibilité¹⁹⁸.

¹⁹⁴ Entretien réalisé à Lourdes, le 10 avril 2014.

¹⁹⁵ Entretien réalisé à Nanterre, le 16 avril 2014.

¹⁹⁶ Entretien réalisé à Pamiers, le 10 avril 2014.

¹⁹⁷ Entretien réalisé à Gap, le 8 avril 2014.

¹⁹⁸ Entretien réalisé à Laval, le 15 avril 2014.

Les responsables éditoriaux des sites Web paroissiaux et diocésains ne sont pas les seuls à avoir pris la mesure d'une communication ecclésiale essentiellement tournée vers les fidèles les plus proches de l'Église. La réflexion des évêques semble vouloir faire son chemin en ce sens.

L'épiscopat.

Bientôt vingt ans après les premiers pas de l'Église de France sur la Toile, les récents travaux de M^{gr} Giraud, évêque de Soissons et président du Conseil pour la communication au sein de la CEF, entendent encourager l'épiscopat français à prendre conscience d'un nécessaire renouveau de la place de l'Église sur le Web et d'une nécessaire réorganisation des médias ecclésiaux plus ajustée aux enjeux de la communication aujourd'hui.

Cinquante années après le décret conciliaire *Inter mirifica* sur les moyens de communication sociale, plus de trente ans après la promulgation par la CEF, en 1980, des premières orientations pour une pastorale de la communication, reprises en 1997 et 1998 par les évêques pour les évaluer, le moment est venu, selon M^{gr} Giraud, de reprendre ces orientations à frais nouveaux, alors que les deux dernières décennies ont été marquées par l'émergence du numérique et notamment du Web 2.0. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont rendu le monde plus global et plus « horizontal ». En outre, le Web 2.0 a renforcé la dimension participative : « les possibilités d'interagir, de questionner, de dialoguer se sont ancrées dans tous les usages. La communication est ainsi devenue plus rapide, plus décentralisée, moins hiérarchisée, plus démocratisée, moins régulée... Le rapport à l'autorité et aux institutions a lui aussi profondément évolué »¹⁹⁹. Pour M^{gr} Giraud, ce bouleversement du rapport aux institutions touche aussi l'Église et le sens ecclésial des fidèles, dans une société où la culture chrétienne est en recul et dans laquelle la voix de l'Église qui propose du sens et des repères, n'est qu'une parmi d'autres. D'autre part, selon M^{gr} Giraud, ces nouvelles technologies renouvellent aussi le rapport aux médias : non seulement elles ont recomposé l'ensemble du paysage médiatique mais elles ont aussi fait émerger un nouveau langage, celui du multimédia.

¹⁹⁹ M^{gr} Hervé GIRAUD, « Orientations pour les communications sociales », avril 2014.

Aussi, selon le président du Conseil pour la communication, trois points paraissent « structurants pour la communication de l'Église : d'abord, prendre pleinement la mesure des bouleversements passés et à venir ; ensuite, favoriser le dialogue dans une société où chacun peut prendre la parole ; enfin, renforcer une visibilité de la parole de l'Église dans le concert médiatique et orchestrer nos prises de paroles »²⁰⁰.

Son appel à un renouveau de la communication de l'Église, M^{gr} Giraud le fonde théologiquement sur la doctrine de la Révélation portée par la constitution dogmatique conciliaire *Dei Verbum*. Selon la théologie de l'Église et comme l'exprimera, quelques années plus tard, le document romain consacré aux médias *Communio et progressio*, le Christ est le « parfait communicateur »²⁰¹ et l'Église, qui est son corps continué, est le média que Dieu se donne pour se communiquer au monde, pour se révéler et révéler son projet d'Alliance avec l'humanité²⁰². Aussi, l'Église cherche à communiquer avec tous sans discrimination et avec les plus pauvres notamment. Sa mission n'est pas d'abord de faire passer des messages, ni de communiquer pour communiquer, mais d'entrer en dialogue avec les hommes et les femmes de ce temps jusque sur la Toile, à la manière dont en parle le pape François : l'Église cherche « à dialoguer, en pénétrant aussi avec discernement ces espaces créés par les nouvelles technologies, les réseaux sociaux, pour faire émerger une présence, une présence qui écoute, dialogue, encourage »²⁰³. Le but de cette mission de l'Église, le but de ce dialogue engagé avec le monde, c'est d'amener hommes et femmes à une authentique rencontre avec le Christ. Pour M^{gr} Giraud « toute communication ecclésiale n'a de sens que si elle mène au Christ »²⁰⁴.

²⁰⁰ *Ibid.*

²⁰¹ CONSEIL PONTIFICAL POUR LES COMMUNICATIONS SOCIALES, *Communio et progressio*, *op.cit.*, n°11.

²⁰² CONCILE ŒCUMENIQUE VATICAN II, « *Dei verbum*, Constitution dogmatique sur la révélation divine », 18 novembre 1965, *Constitutions - Décrets - Déclarations*, Paris : Editions du Centurion, 1967, pp. 123-146.

²⁰³ PAPE FRANÇOIS, « Discours aux participants à l'assemblée plénière du Conseil Pontifical des Communications Sociales », 21 septembre 2013, cité par M^{gr} Hervé GIRAUD, « Orientations pour les communications sociales », *op.cit.*

²⁰⁴ M^{gr} Hervé GIRAUD, « Orientations pour les communications sociales », *op.cit.*

Aussi, pour aider l'Église à renouveler son positionnement en ligne et, plus globalement, sa pastorale de la communication, M^{gr} Giraud a proposé lors de la dernière assemblée des Évêques de France à Lourdes en 2014 qu'ils réfléchissent à de nouvelles orientations. Au-delà des points structurant la communication de l'Église, déjà évoqués, deux axes de travail plus précis se dégagent :

- la nécessaire réorganisation, plus stratégique, de la communication des diocèses autour de la communication digitale, mais aussi, d'une manière générale, la convergence et la mutualisation des initiatives et des moyens des différents acteurs « qui tissent la communication de l'Église »²⁰⁵ ;
- l'appel de l'Église à communiquer au-delà des médias ecclésiaux : l'Église doit s'inviter en dehors du réseau des médias catholiques, même si le défi est grand de se faire entendre et comprendre dans un environnement que ne pénètre plus du tout la culture chrétienne ;

Pour la mise en œuvre de ce programme, M^{gr} Giraud souligne la nécessité de la formation continue des cadres de l'Église, notamment du clergé, dans les séminaires et les universités catholiques. D'autre part, la question financière semble un défi à relever, car communiquer coûte cher en moyens techniques et humains.

Ce sont ces orientations que M^{gr} Giraud propose à ses confrères de préciser dans les mois qui viennent pour renouveler la mission de l'Église dans ses usages des moyens de communication sociale. Il s'agira définir de nouvelles stratégies d'installation de la parole de l'Église dans l'espace public, notamment sur la Toile, non seulement en direction des catholiques mais aussi des internautes qui vivent, sans la foi, en dehors des réseaux ecclésiaux.

²⁰⁵ *Ibid.*

Les stratégies envisagées pour la communication ecclésiale²⁰⁶.

En fait, la prise de conscience, par l'ensemble des acteurs de la communication de l'Église, que celle-ci est essentiellement tournée vers les catholiques, n'est pas très nouvelle. Ce qui l'est en revanche, c'est leur détermination à vouloir apporter une réponse concrète à cette situation : comment rendre la communication ecclésiale plus efficiente auprès d'un public qui ne soit pas seulement catholique ?

Bien que les évêques réfléchissent actuellement à de nouvelles manières de proposer la foi grâce aux moyens de communication sociales, ces acteurs de la communication institutionnelle de l'Église sont déjà à l'œuvre pour habiter autrement le Web, y assurer une présence catholique d'abord en direction des fidèles, dans le but de les nourrir et de les encourager au témoignage, mais en direction également d'un public en recherche ou qui ne rejoint jamais l'Église. La CEF propose une stratégie globale en ce sens et a suscité divers chantiers pour mettre en œuvre ces deux objectifs de communication.

La stratégie globale de la CEF.

Le principe de visibilité, antérieurement identifié, appliqué à la présence en ligne des sites Web paroissiaux et diocésains, continue d'animer les responsables de la communication de la CEF et les membres du comité d'orientation, créé en 2010, pour arbitrer les projets Internet de l'Église de France. La volonté de ceux-ci est réelle d'encourager la réflexion commune des diocèses, mais aussi des diverses institutions reconnues par l'Église catholique, pour optimiser toujours davantage la visibilité ecclésiale. Des orientations structurent l'action et les travaux du service communication de la CEF :

- intégrer Internet dans une vision globale et stratégique de la communication,
- faire d'Internet un média au service de l'Évangélisation,

²⁰⁶ Les informations contenues dans cette partie ont été recueillies lors de la rencontre des Tisserands de mars 2014 et auprès d'Anne Keller, directrice de la communication digitale à la CEF, lors d'un entretien réalisé le 26 juin 2014.

Des stratégies d'installation dans l'espace public

- « se risquer » au dialogue,
- développer le fonctionnement en réseau et développer la subsidiarité,
- partager et promouvoir un label, garanti pour les internautes, à travers un nom de domaine commun en catholique.fr,
- favoriser la mutualisation des compétences et des moyens techniques et éditoriaux, et susciter des synergies à tous les niveaux, (CEF, provinces, diocèses, paroisses, etc.).

Ces grandes lignes d'actions donnent lieu depuis quelques années, à divers chantiers, commandités par le comité d'orientation :

- l'animation du réseau des Tisserands déjà présenté dans la première partie de ce mémoire²⁰⁷. Celui-ci est envisagé comme un lieu de communion, un lieu possible de partage d'expériences et d'entraide. C'est à ce niveau que peut être mis en œuvre la mutualisation des moyens techniques et éditoriaux et le principe de subsidiarité. Ce dernier, d'ailleurs, apparaît dans la structuration même du réseau national : le réseau des diocèses est animé par la CEF, celui des paroisses par les diocèses. Sont membres du réseau, ceux qui partagent le nom de domaine, mais il n'est pas impossible qu'à l'avenir d'autres intègrent le réseau pour bénéficier de ses services. Les Tisserands réfléchissent actuellement à cette extension du réseau. Celui-ci renforce la relation des acteurs de l'Internet institutionnel catholique à la sphère d'influence de l'autorité hiérarchique, mais permet aussi à ces acteurs de faire entendre leurs voix auprès des évêques.
- La constitution de groupes de travail composés de DEI volontaires sur :
 - o la création de sites d'évangélisation,
 - o l'évolution vers une plus grande coordination des médias diocésains, appelée cross-média,
 - o la création d'un réseau diocésain de présence sur Internet.

²⁰⁷ Cf. *Supra*, p. 38-39.

La politique de mutualisation des moyens pour optimiser et rendre plus visible la communication de l'Église, envisagée par M^{gr} Giraud, anime déjà le service de la communication de la CEF. Dans les travaux qu'il suscite, les deux grands axes que propose l'évêque de Soisson dans son projet d'orientations nouvelles pour la communication de l'Église de France, apparaissent ici clairement : la réorganisation stratégique des diocèses en termes de communication digitale et l'évangélisation hors des réseaux ecclésiaux.

La réorganisation de la communication diocésaine.

La réorganisation de la communication diocésaine, encouragée par la réflexion suscitée au sein du réseau des Tisserands, est déjà en cours dans quelques diocèses. Dans ce nouveau dispositif, plus articulé autour de la communication digitale, le site Web diocésain acquiert, encore plus qu'avant, un rôle central : il se trouve au cœur du réseau Internet diocésain, mais aussi de l'ensemble des moyens de communication sociale du diocèse.

Le rôle central du site Web diocésain.

La conclusion de la première partie de ce mémoire a déjà abordé la question du rôle du site Internet diocésain, mais il paraît important d'y revenir ici. Pour l'ensemble des responsables éditoriaux des sites Web diocésains consultés, ce rôle est central dans la communication diocésaine.

La première mission du site Web est d'informer sur la vie diocésaine, l'actualité des paroisses, des mouvements et des services, mais d'être aussi, comme le souligne Thierry Paillard, responsable éditorial du site Web du diocèse de Gap et d'Embrun, la voix de l'évêque²⁰⁸. Selon Alexandre Barbe, DEI du diocèse de Laval, cette mission d'information du site encourage les diocésains à rejoindre les diverses propositions diocésaines et favorise la communion des catholiques du diocèse²⁰⁹. Pour Michel Carayol, le responsable éditorial du site du diocèse de Pamiers, ce service de la communion diocésaine est aussi porté par l'extranet, faisant du site Web une plateforme de travail pour tous les diocésains en responsabilité. Il précise en

²⁰⁸ Entretien réalisé à Gap, le 8 avril 2014.

²⁰⁹ Entretien réalisé à Laval, le 15 avril 2014.

outre que le site Web a l'avantage d'être un outil de communication instantané, ce que ne peut offrir le bulletin diocésain²¹⁰. Pour Matthias Terrier, le site du diocèse de Tarbes et Lourdes se veut aussi un site portail dont la vocation est de promouvoir d'autres sites institutionnels liés au diocèse comme ceux des paroisses²¹¹.

Mais le rôle du site déborde cependant la seule communication vers les catholiques. Michel Carayol remarque en effet qu'il est un moyen de communication à destination des journalistes. Il souligne qu'aujourd'hui ceux-ci se présentent aux conférences de presse avec des informations recueillies préalablement sur le site et peuvent faire un travail plus précis. Sylvie Giuseppi, DEI du diocèse d'Agen, et Matthias Terrier, son homologue pour le diocèse de Tarbes et Lourdes, ajoutent de concert que, pour toutes ces raisons, le site Web diocésain offre une présence catholique sur le Web au plus grand nombre²¹², qu'il est une vitrine officielle de l'Église catholique diocésaine sur la Toile.

Toutefois, le rôle du site diocésain peut être central pour des raisons plus prosaïques. Beaucoup de diocèses, en effet, ne disposent que de ce site et du bulletin diocésain pour leur communication officielle.

L'animation d'un réseau diocésain de présence sur Internet.

Si le site diocésain est central, au sens de l'importance qu'il tient dans la communication diocésaine, il est appelé aussi à une nouvelle centralité dans la réorganisation en réseau de celle-ci. Quelques diocèses déjà s'y attèlent dans le sillage de la réflexion initiée par le service de la communication de la CEF.

En effet, la nécessité d'une coordination de la communication en réseau sur la Toile a motivé la création d'un groupe de travail auquel ont collaboré sept diocèses et deux membres du service de la communication de la CEF. Les questions que portaient au départ ce groupe étaient les suivantes : comment animer un réseau diocésain de sites Internet ? Comment animer un réseau de sites de paroisses ? Comment animer les

²¹⁰ Entretien réalisé à Pamiers, le 10 avril 2014.

²¹¹ Entretien réalisé à Lourdes, le 10 avril 2014.

²¹² Entretien réalisé à Agen, le 9 avril 2014.

réseaux Internet des sites diocésains et des paroisses ? Quelles contributions et modalités d'animation ?

S'il y a dix ans, le site diocésain était la seule référence institutionnelle et hiérarchique, ce n'est plus vrai aujourd'hui : d'autres sites ont vu le jour, notamment ceux des paroisses et les pages institutionnelles se sont aussi multipliées sur les réseaux sociaux. Or, tous ces médias n'ont pas toujours été développés de manière concertée, le travail en réseau semble donc un enjeu majeur pour les diocésains. Le but de celui-ci, c'est de montrer un diocèse qui vit et qui veut le faire savoir.

Animer un réseau diocésain suppose des compétences, un savoir-faire et un savoir-être. Cela requiert une implication des responsables du diocèse et de l'évêque pour travailler en bonne collaboration avec les équipes du diocèse et des paroisses. Le groupe de travail de la CEF ne s'est cependant pas penché sur ce savoir-être, il s'est limité aux compétences en matière de savoir-faire. Ce travail en réseau soulève diverses questions qui ont chacune fait l'objet de fiches détaillées, regroupées dans un rapport accessible sur l'espace dédié aux Tisserands du site Web de la CEF²¹³. Ces questions, qui donnent une idée de ce que doit être ce réseau diocésain, sont les suivantes :

- Comment motiver les différents acteurs d'un diocèse à une présence commune sur le Web ? Il s'agit de les aider à comprendre les enjeux pastoraux et évangéliques de cette présence.
- Comment articuler un site de diocèse avec des sites paroissiaux, de communautés et de services, etc. ? Les enjeux sont ici de montrer une image cohérente de l'Église tout en valorisant ses offres et sa diversité.
- Qu'est-ce qu'un contributeur ? quel est son rôle ? Comment encourager et animer un réseau de personnes, le plus souvent bénévoles, qui ont de l'information à partager ?

²¹³ Cf. *Animer un réseau diocésain de présence sur internet*, Rapport du groupe de travail, commandité par le comité d'orientation Internet de la CEF, Paris : CEF, document à usage interne, Janvier 2014, 37 p., [En ligne], URL : <http://ec.cef.fr/wp-content/uploads/sites/2/2014/05/140114-animer-un-reseau-diocesain-v2.pdf>, consulté le 27 juin 2014.

Des stratégies d'installation dans l'espace public

- Comment prendre en compte la spécificité de la pastorale des jeunes sur les sites diocésains pour donner sa place à une génération proche d'Internet ?
- Quels intérêts et quelle utilisation pour un intranet ? Il s'agit ici d'encourager au partage des éléments entre plusieurs personnes qui ont des préoccupations communes, dans des lieux différents avec des outils différents.
- Comment être à l'écoute sur des sites diocésains plus interactifs ?
- Facebook, Twitter représentent-ils une valeur ajoutée aux sites diocésains ? Comment rester présents dans les mondes multiples offerts par Internet ?
- Comment partager des photos et des vidéos entre les différents sites associés et le diocèse ? Où récupérer des photos libres de droits ? L'enjeu est ici de savoir développer un site attractif utilisant les moyens modernes.

Sans reprendre dans le détail chacune des questions et des fiches qu'elles suscitent, celles relatives aux réseaux sociaux et à la contribution constituent un bon exemple de ce travail en réseau diocésain et mérite qu'on s'y arrête.

Les rédacteurs du rapport encouragent les diocèses à disposer d'une présence sur les réseaux sociaux parce que les gens eux-mêmes y sont. Néanmoins, chaque réseau social exige un contenu et une ligne éditoriale qui lui soit propre. Il faut utiliser Facebook comme un site d'information plus informel que le site diocésain, le ton peut y être plus « décontracté », d'ailleurs les DEI des diocèses de Tarbes et Lourdes et de Laval expliquent être déjà dans ce type d'usage²¹⁴. D'autre part, Facebook rend possible l'interaction avec les internautes et si ceux-ci « likent »²¹⁵ une information ou un article publiés sur la page du diocèse ou de la paroisse, ils rendent visibles les messages, portés par ces institutions, à tous leurs contacts, c'est

²¹⁴ Entretiens réalisés à Lourdes, le 10 avril 2014 et à Laval, le 15 avril 2014.

²¹⁵ L'anglicisme « liker », passé dans le langage courant, désigne l'action de cliquer sur l'icône « j'aime » pour donner, sous cette forme très limitée, un avis personnel à la suite d'un article, d'une photo ou d'un commentaire posté sur le réseau social Facebook ou sur un site relié à lui.

une manière d'évangéliser par viralisation. Quant à Twitter, dont la spécificité est de faire le *buzz*, il faut y publier pour toucher la presse. Enfin, ces réseaux sociaux peuvent aussi guider jusqu'aux sites paroissiaux et diocésains. Néanmoins, la première partie de ce mémoire a souligné les réticences que pouvait rencontrer le développement d'une présence institutionnelle sur ces réseaux. Les diocèses n'ont pas forcément les moyens de s'offrir les services d'un *community manager* pour y publier et animer la communauté des internautes²¹⁶.

Pour les diocèses qui ont mis en œuvre la contribution, comme ceux de Laval, de Nanterre et de Pamiers, elle est devenue un des piliers de la vie et du renouvellement du site. Ces diocèses s'appuient, en effet, sur l'apport des contributeurs au site. Un contributeur est un internaute qui a reçu mission de publier de l'information sur un site, depuis son poste domestique où qu'il vive sur le territoire diocésain, s'il s'agit d'un paroissien du diocèse, ou depuis son poste de travail, s'il est responsable ou membre d'un service diocésain, par exemple. La terminologie n'est pas fixée et, pour désigner ce travail, les dénominations de « référent », « rédacteur », « correspondant » existent aussi. Il semble néanmoins difficile d'appeler le bon contributeur. Celui-ci doit avoir de nombreuses qualités :

- être motivé, mais aussi reconnu et encouragé par sa hiérarchie,
- être à l'écoute de ce qui se passe,
- avoir des compétences rédactionnelles pour le Web,
- savoir publier autre chose que du texte,
- qu'il soit curieux des pratiques numériques « à la mode »,
- maîtriser l'outil d'intégration des informations sur le site.

Mais avoir des contributeurs riches en qualités ne suffit pas, il faut aussi en animer le réseau qui exige :

- de recruter des bénévoles compétents,
- d'assurer la formation continue des contributeurs,
- de multiplier les moyens techniques en disposant, par exemple, de sites tests pour que le contributeur s'exerce à la publication,
- de fidéliser les contributeurs, les faire travailler en réseau, les rassurer. Il faut pour cela les rassembler, les écouter et

²¹⁶ Cf. *Supra*, p. 46-47.

encourager les initiatives. En outre, il faut les informer de tout ce qui se passe dans le diocèse.

Les diocèses de Laval, Nanterre ou Pamiers, entretiennent un réseau de contributeurs au niveau des paroisses, des services et dans une moindre mesure des mouvements. Ce réseau permet non seulement d'alimenter les pages diocésaines, mais aussi de diffuser des informations relatives aux paroisses, par exemple, qui disposent sur le site de leurs pages propres. Michel Carayol, responsable éditorial du site du diocèse de Pamiers, explique que chaque paroisse a son autonomie sur le site diocésain²¹⁷. Grâce au flux RSS, les responsables éditoriaux des sites sont tenus au courant de toute nouvelle publication, ceci leur permet de vérifier la conformité de celle-ci avec la ligne éditoriale et graphique du site. S'il peut leur arriver de demander à tel contributeur de retravailler la forme de sa publication parce qu'elle dessert la lisibilité du message, d'une manière générale, les responsables éditoriaux disent n'avoir jamais besoin d'intervenir sur le fond. En outre, ce dispositif n'empêche pas aux paroisses d'avoir aussi leur propre site Web. Dans le diocèse d'Agen, la DEI, Sylvie Giuseppi a créé un réseau de blogs paroissiaux. Indépendants – le service diocésain de la communication n'en vérifie pas le contenu et ne leur impose aucune information – ils ont cependant tous le même graphisme et le site Web diocésain propose un lien vers chacun d'eux. Vingt-deux paroisses, sur les vingt-six que compte le diocèse, disposent de ce blog mais aussi les services diocésains et quelques communautés religieuses²¹⁸.

Qu'ils contribuent directement au site diocésain, où qu'ils soient les animateurs d'un site dédié à la paroisse, les acteurs de l'Internet du diocèse sont souvent réunis une fois par an par les responsables diocésains de la communication pour une journée de formation technique et éditoriale, mais aussi d'échange sur leurs pratiques. Michel Carayol, responsable éditorial du site Web du diocèse de Pamiers, reconnaît que son expérience d'animation d'un réseau de correspondants locaux quand il travaillait à la

²¹⁷ Entretien réalisé à Pamiers, le 10 avril 2014.

²¹⁸ Entretien réalisé à Agen, le 9 avril 2014.

rédaction de *La Croix du midi*, lui sert beaucoup pour animer ce réseau des contributeurs au site Web diocésain²¹⁹.

Les contributeurs ne sont pas les seuls à faire remonter l'information locale vers le site diocésain. Alexandre Barbe²²⁰, DEI du diocèse de Laval et Matthias Terrier²²¹, son homologue pour le diocèse de Tarbes et Lourdes, soulignent aussi la nécessité pour eux d'aller consulter les sites des paroisses pour y puiser des informations qu'ils choisissent de mettre en valeur sur le site diocésain. Matthias Terrier dispose même d'un système de veille par mots-clés de manière à être renseigné dès la publication d'un article susceptible d'intéresser le site diocésain. Alexandre Barbe reconnaît pouvoir consacrer un article dans le bulletin diocésain à une information qu'il a trouvée sur un site paroissial.

Néanmoins, le travail en réseau avec des contributeurs n'est pas toujours simple et demande un surcroît de travail à des équipes diocésaines de la communication déjà limitées en ressources humaines. Un des responsables éditoriaux rencontrés, reconnaît y avoir renoncé. Thierry Paillard, responsable éditorial du site Web du diocèse de Gap et d'Embrun, souligne, lui, une réalité qui n'est pas propre au diocèse haut-alpin : la difficulté de recruter des contributeurs soucieux d'une transmission de l'information tant au niveau paroissial qu'au niveau des services et des mouvements²²². Le diocèse du Mans s'y est essayé au cours des années 2005-2010, sans succès. Thierry Paillard explique d'ailleurs que pour les besoins d'une conférence qu'il devait donner, il s'est récemment plongé dans l'étude des bulletins de la semaine religieuse du diocèse à la fin du XIX^e siècle. Ceux-ci portaient le même souci de relayer la voix de l'évêque et d'informer sur la vie du diocèse et des paroisses, mais déjà les rédacteurs regrettaient la difficulté à faire remonter les informations au niveau diocésain. Fort de cette recherche et de son expérience, Thierry Paillard en conclut qu'il s'agit là d'un problème qui traverse l'histoire de tout organe de communication dans l'Église, et hors d'elle sans doute aussi.

²¹⁹ Entretien réalisé à Pamiers, le 10 avril 2014.

²²⁰ Entretien réalisé à Laval, le 15 avril 2014.

²²¹ Entretien réalisé à Loures, le 10 avril 2014.

²²² Entretien réalisé à Gap, le 8 avril 2014.

L'animation d'un réseau diocésain de présence sur la Toile n'a été développée ici que sous l'angle de l'usage des réseaux sociaux et de la relation des responsables éditoriaux des sites avec les contributeurs. Elle dépend d'autres facteurs présentés dans le rapport commandité par la CEF sur ce sujet, mais ceux exposés ici sont sans conteste, dans les diocèses de France, les plus avancés.

Le cross-média.

La mise en réseau des acteurs de l'Internet diocésain en préfigure une autre, celle des différents médias du diocèse selon le principe du « cross-média ». Sur ce sujet, un groupe de travail a été constitué des DEI et/ou responsables Internet de sept diocèses de France et d'Anne Keller, directrice de la communication digitale de la CEF. Au terme d'une année de recherche, ce groupe a produit un document d'environ quatre-vingts pages, intitulé *Communiquer dans les diocèses en associant les différents médias*, proposant une réflexion, un recueil d'initiatives et des fiches pratiques sur le cross-média, lui aussi disponible sur l'espace Tisserands du site de la CEF²²³. La réflexion sur le cross-média a été initiée à la suite des rencontres nationales des Tisserands de ces dernières années, au cours desquelles « le constat fut exprimé d'une nécessité d'avancer dans un travail plus concerté entre les différents médias, avec le sentiment diffus que cette meilleure coordination permettrait d'accompagner sans ruptures brutales le glissement de "l'écrit (imprimé) vers l'écran" »²²⁴.

a) Qu'est-ce que le cross-média ?

L'idée est aujourd'hui communément admise que les médias ne peuvent être utilisés isolément.

²²³ *Communiquer dans les diocèses en associant les différents médias*, Rapport du groupe de travail, commandité par le comité d'orientation Internet de la CEF, Paris : CEF, document à usage interne, Novembre 2013, 82 p., [En ligne], URL : <http://www.eglise.catholique.fr/archives/espace-tisserands/espace-reserve-des-tisserands/dioceses-et-internet/369292-chantiers-dioceses-et-internet-des-reflexions-et-outils-a-votre-disposition/>, consulté le 27 juin 2014.

²²⁴ *Ibid.*, p. 3.

Selon la définition qu'en donnent les rédacteurs du document, le cross-média désigne la mise en réseau des différents supports de diffusion de l'information, dans un projet de communication cohérent, qui tienne compte de leurs spécificités et de leurs complémentarités, dans le but d'améliorer l'impact d'un message. Selon les médias utilisés, le message à diffuser pourra cibler un type de destinataire, en fonction de son âge, de son lieu de résidence, de ses goûts, etc. La radio, par exemple, est écoutée par un public d'hommes et de femmes de plus de 50 ans qui ne sont pas forcément des catholiques pratiquants, proches de l'Église, il faut en tenir compte. En outre, elle se prête aisément à un traitement de l'information par interview. Cette dernière peut être ajustée à une publication papier dans le bulletin diocésain ou dans un bulletin paroissial, tandis qu'Internet, qui touche davantage les jeunes, notamment sur les réseaux sociaux, s'accommode mieux d'un traitement par l'image. Si le bulletin diocésain est destiné à un lectorat essentiellement catholique, les services de la communication veillent à ce que le ton du site Web soit davantage grand public. Le site Web permet aussi des déploiements que n'autorise pas le bulletin diocésain. Et, quand c'est possible, un dossier ouvert dans le bulletin peut se prolonger sur le site Internet.

Au-delà de cette définition, le projet cross-média entend tenir compte des bouleversements induits par l'émergence des médias numériques. Le document souligne en effet que ces derniers démultiplient les modes de fabrication et de diffusion de l'information, mais aussi que tous les formats médiatiques, autrefois cloisonnés, convergent aujourd'hui sur la Toile. En conséquence, il s'agit pour l'Église aussi, de faire glisser progressivement sa communication, traditionnellement portée sur « l'écrit », vers « l'écran ». D'autre part, avec les outils numériques, la communication est devenue interactive et appelle la réponse du récepteur. Ceci remet en cause tous les schémas de la communication antérieurement définis, si bien qu'aujourd'hui, même les médias traditionnels deviennent des espaces de dialogue et développent, chacun à leur manière, une certaine forme d'interactivité. Evidemment, « le dialogue s'établit différemment dans un magazine mensuel, un hebdomadaire, un quotidien, une émission de radio ou de TV, un site Web, une page Facebook ou sur Twitter... »²²⁵.

²²⁵ *Ibid.*, p. 13.

Des stratégies d'installation dans l'espace public

Ce projet cross-média interpelle l'Église dans sa manière d'organiser sa communication et la provoque à la réorganiser justement de manière plus rationnelle. Il suppose en effet la mise en place d'un projet collaboratif entre les différents acteurs de la communication diocésaine, plutôt habitués à travailler indépendamment les uns des autres. Pour faire fonctionner ce projet, il semble impératif qu'il soit coordonné par un organe, du type « conseil pour la communication » à l'autorité reconnue, proche des organes de décision du diocèse, et qui travaille selon des règles adoptées et respectées par tous, pour donner des orientations et réfléchir à leur mise en œuvre. D'autre part, selon les rédacteurs du document, pour son bon fonctionnement, le projet appelle aussi la création d'un comité de rédaction cross-média, constitué d'acteurs aux compétences transversales, et qui travaillent en proximité géographique, pour traiter l'information selon la diversité des médias.

En résumé et pour le dire autrement, les enjeux du cross-média sont les suivants :

- le passage de l'écrit à l'écran,
- le développement d'une logique de dialogue, dans la réciprocité avec un public qui peut enrichir le message diffusé,
- la volonté de faire travailler ensemble les acteurs de la communication diocésaine et de mutualiser les moyens de communication,
- l'orchestration de la communication dans la diversité des médias disponibles au service du même message.

Le cross-média implique donc de repenser toute la communication diocésaine en fonction des différents supports, mais aussi dans son articulation avec celle des paroisses. En conséquence, sans orientations pastorales diocésaines qui permettent de s'entendre sur le message commun à diffuser, il semble difficile de communiquer de manière cohérente. Il s'agit aussi de tenir compte des contraintes humaines et financières qu'impose cette réorganisation.

b) Quelques exemples de mise en œuvre du cross-média.

Cette réorganisation plus rationnelle de leur communication, telle que le cross-média l'envisage, certains diocèses ont commencé à la mettre en œuvre. Elle consiste surtout, pour la plupart de ces diocèses aujourd'hui, à prendre la mesure du peu d'audience du bulletin diocésain et à envisager une nouvelle publication plus largement diffusée et très articulée au site Web.

Le diocèse de Saint Denis a mis un terme à la publication de son bulletin diocésain, coûteux et destiné seulement à quatre cents abonnés. Toutefois, il a été remplacé par un journal de quatre pages tiré six fois par an à treize mille exemplaires et distribué dans les paroisses et les diverses institutions diocésaines. Les paroisses ont accepté de financer le projet. Un comité bi-média a été créé. Il réfléchit à l'articulation entre le nouveau journal, la radio diocésaine et le site. Constitué de dix personnes de sensibilités ecclésiales diverses, il se réunit six fois par an pour établir les thèmes du nouveau bulletin. Celui-ci, équipé d'un *flashcode*, renvoie vers le site qui propose des compléments à l'écrit sur un support vidéo, notamment²²⁶. En trois années d'existence, trois cents personnes ont été associées à la rédaction du bulletin et les responsables de la communication du diocèse se félicitent de ce travail de communion.

Le diocèse de Tarbes et Lourdes est très avancé lui aussi sur le plan du cross-média. Il a choisi également de renoncer au bulletin diocésain sur abonnement, diffusé à huit cents exemplaires, pour lancer un gratuit de six pages tirés à vingt-cinq mille exemplaires, distribué dans les paroisses notamment, et sur lequel celles-ci peuvent avoir une déclinaison locale. Mais les médias du diocèse, ce sont aussi : le site Web, la radio, la page Facebook, le compte Twitter et encore le site Web, la WebTV et le bulletin du sanctuaire. Matthias Terrier, DEI du diocèse, précise que, toutes les semaines, une conférence de rédaction cross-média se réunit et les rédacteurs à l'œuvre pour chacun des médias diocésains sont dans un positionnement éditorial qui va au-delà de leur outil²²⁷.

²²⁶ <http://saint-denis.catholique.fr/>

²²⁷ Entretien réalisé à Lourdes, le 10 avril 2014.

Le diocèse de Bordeaux a revu lui aussi entièrement sa communication pour l'articuler en cross-média dans un projet très ambitieux. Avant cette réorganisation, la communication du diocèse reposait essentiellement sur le site Web, géré par un bénévole, et sur le bulletin *l'Aquitaine*, un mensuel de trente-six pages, destinés à un public de mille trois cents abonnés, principalement les acteurs pastoraux du diocèse et les communautés religieuses. En outre, cette publication nécessitait de salarier, à plein temps, un rédacteur, également directeur de la publication. La revue pesait lourdement sur le budget diocésain et se trouvait en déficit. Dans la nouvelle organisation de la communication du diocèse de Bordeaux, *l'Aquitaine* est devenu *Église catholique en Gironde*, un bulletin diocésain mensuel gratuit de huit pages, tiré à vingt-cinq mille exemplaires, destiné aux fidèles des paroisses. Mais le diocèse a également lancé *Pop up*, un gratuit trimestriel grand public qui ambitionne de s'adresser aussi aux non-croyants, tiré à trente-cinq mille exemplaires distribués, à Bordeaux et en sous-préfectures, dans les tramways, les bus, les gares, sur les marchés, etc. Du côté d'Internet, le site a été totalement refondu pour devenir un « site Web portail multi-publics »²²⁸ qui héberge les sites paroissiaux et qui est en lien avec Facebook et Twitter. Selon le *webmaster* du site, il s'agit aujourd'hui pour le diocèse d'être présent sur Internet non pas en fonction du site mais du *timing* de la communication du diocèse sur les réseaux sociaux. Twitter et Facebook servent à annoncer des événements diocésains ou à en rendre compte en direct. En outre, le diocèse bénéficie d'une plateforme de partage d'images fixes, d'images vidéo et de sons qui permet de poster très rapidement un témoignage ou une ambiance sonore. Puis après l'événement, il est possible de rassembler tout ce contenu dans un article publié sur le site.

L'équipe de communication qui orchestre ces différents médias, est constituée de trois équivalents temps pleins, dont un journaliste multimédias embauché spécialement depuis la réorganisation de la communication dans le diocèse, mais aussi du vicaire général et de bénévoles. Le diocèse annonce avoir réduit ses dépenses de communication et cette nouvelle formule est, selon lui, plus en adéquation avec les modes actuels de consommation de l'information et les nouvelles attentes de la population.

²²⁸ <http://bordeaux.catholique.fr/>

D'ailleurs, depuis la refonte du site, le diocèse annonce une hausse de sa fréquentation de deux cent cinquante à quatre cents visites par jour. Des applications Iphone et Androïd ont été lancées au cours de l'année 2013 et contribuent à guider des internautes vers le site.

Ce ne sont là que quelques exemples parmi les plus aboutis. D'autres diocèses comme ceux de Saint Etienne, Toulouse, Nanterre, Poitiers, Evreux, Rennes, Lyon, Saint-Dié, réfléchissent activement à la mise en place du cross-média pour leur communication diocésaine.

c) Les limites du cross-média et les défis posés à la communication diocésaine.

La mise en place du cross-média n'est cependant pas aisée pour tous les diocèses et la plupart n'ont pas encore intégré cette stratégie encouragée par le service communication de la CEF.

En effet, pour les diocèses peu riches en moyens humains et financiers, comme ceux de Gap et d'Embrun ou d'Agen, le cross-média, s'il apparaît comme une bonne idée, reste difficile à mettre en œuvre faute de temps et de ressources humaines suffisantes pour déployer une telle stratégie sur les différents médias diocésains. En conséquence, ce sont les DEI, souvent seuls au centre de l'information diocésaine, qui décident eux-mêmes d'orchestrer sa publication selon la spécificité de chaque média. Toutefois, comme le remarque un des responsables éditoriaux rencontrés, le développement du service de la communication qui pourrait rendre possible le travail en cross-média, dépend certes des moyens humains et financiers du diocèse, mais aussi de la volonté de l'évêque, de sa personnalité et de sa sensibilité à la question. En outre, le cross-média qui entend orchestrer la communication des différents médias diocésains, concerne moins les diocèses peu équipés médiatiquement.

Néanmoins, la réflexion proposée autour du cross-média par la CEF a le mérite de pointer les défis qui se présentent à la communication diocésaine. Celle-ci va devenir un poste stratégique dans les années qui viennent. Matthias Terrier, DEI du diocèse de Tarbes et Lourdes, souligne que les diocèses de France devront continuer à déployer des outils de communication mais à moyens financiers constants. Or il faudra

probablement opérer d'ici peu des arbitrages dans l'usage de ces moyens. S'ils ne sont pas anticipés, ces arbitrages toucheront les bulletins diocésains et les radios, très coûteux et peu suivis. Matthias Terrier remarque que dans beaucoup de diocèses, les outils de communication sont apparus au gré des besoins et se sont développés selon leur logique propre avec des gens qui se sont spécialisés. Si cette spécialisation a pu être une force, elle apparaît aujourd'hui comme une faiblesse au moment où il s'agit d'arbitrer sur l'avenir de ces moyens et de les redéployer autrement²²⁹.

Cette réalité, un des diocèses étudiés s'y trouve confronté. Il dispose d'une radio très coûteuse. Selon l'évêque, un partenariat avec la radio non-confessionnelle locale, pour quelques heures d'antennes par mois, suffirait aux besoins du diocèse et l'actuelle radio diocésaine pourrait évoluer vers une WebRadio complétée d'une WebTV. Mais l'évêque se heurte aux acteurs de la radio, très attachés à ce média, qu'ils considèrent comme un outil d'évangélisation. En outre, se pose le problème du licenciement des personnels qui n'est pas simple à gérer dans l'Église.

Matthias Terrier se félicite qu'aujourd'hui la radio diocésaine de Tarbes et Lourdes ne soit plus considérée comme un en soi avec sa logique éditoriale et son administration propre. Insérée dans le projet cross-média, elle n'est plus un pré-carré. Sa logique s'intègre à une orchestration qui la dépasse et elle se trouve valorisée dans ses spécificités. Auparavant, elle exigeait toujours plus de moyens humains et financiers. Aujourd'hui, le cross-média la redimensionne à la mesure de ce qu'elle doit être en termes économiques et dans sa spécificité d'outil radio avec sa logique propre, celle d'être en proximité du territoire, à côté d'autres moyens de communication. La seule légitimité de la radio diocésaine, en effet, est d'être proche des gens, car toutes les propositions en termes de pédagogie et de contenus de la foi sont mieux réalisés par les radios chrétiennes nationales. C'est aussi, selon Matthias Terrier, un moyen d'atteindre les périphéries : la radio permet effectivement, par exemple, l'organisation d'un débat à Tarbes avec les acteurs de la vie culturelle ou avec les élus qui se prêtent assez facilement à ce type d'expression, les personnes éloignées de l'Église semblant assez à l'aise pour échanger et débattre à l'antenne. En outre, la

²²⁹ Entretien réalisé à Lourdes, le 10 avril 2014.

radio du diocèse est déjà une WebRadio, car le signal hertzien est systématiquement encodé pour être diffusé sur la Toile²³⁰.

Certains, comme les diocèses de Laval ou d'Agen, ne portent pas le poids d'une radio diocésaine et confessent s'en trouver bien. Ils collaborent avec une radio chrétienne qui n'est pas une propriété du diocèse et qui pèse peu, voire ne pèse pas, dans les budgets diocésains. Sylvie Giuseppi, DEI du diocèse d'Agen, se félicite des bonnes relations qui existent avec Espoir FM, la radio protestante locale²³¹. Alexandre Barbe, DEI du diocèse de Laval, anime un magazine de vingt-cinq minutes chaque semaine sur l'antenne de Radio Fidélité dont il est membre du conseil d'administration²³². Le diocèse de Nanterre, quant à lui, bénéficie d'une émission propre sur la radio du diocèse de Paris, radio Notre-Dame, dans laquelle l'évêque s'exprime systématiquement, il s'enregistre lui-même depuis son bureau personnel.

Les réalités diocésaines sont donc diverses mais les défis s'annoncent lourds pour la communication de l'Église de France. La réorganisation rationnelle, en réseau, de l'Internet et de l'ensemble des moyens médiatiques des diocèses, vise d'une part à réduire les budgets de la communication de l'Église de France et à la moderniser en l'adaptant aux changements de rapport des usagers des médias à l'information qu'induisent les technologies numériques. D'autre part, cette réorganisation entend apporter une meilleure information, une meilleure formation et un meilleur encouragement à des catholiques appelés à leur tour à se faire les porteurs de la parole du Christ à l'extérieur de l'Église. Natalia Troulier, DEI du diocèse de Lyon, l'exprimait en ces termes à la dernière rencontre des Tisserands, fin mars 2014, à Paris : « Je suis à la communication de Lyon depuis peu et j'assume bien d'être à la tête d'un site institutionnel : ceux qui vont aux périphéries, il faut qu'ils s'abreuvent à une source. Le rôle d'un site diocésain, c'est de permettre de nourrir le premier cercle évangélisateur et de le mettre en situation ensuite de porter le message du Christ et de l'Église vers les périphéries. Cet aspect des sites institutionnels est une oasis

²³⁰ Entretien réalisé à Lourdes, le 10 avril 2014.

²³¹ Entretien réalisé à Agen, le 9 avril 2014.

²³² Entretien réalisé à Laval, le 15 avril 2014.

dans un monde déchristianisé et s'ils ne servent qu'à ça, ce n'est pas si mal. »

Les stratégies d'évangélisation.

Les acteurs de la communication de l'Église catholique n'entendent pas seulement optimiser celle-ci à l'endroit des fidèles, fussent-ils un premier cercle qu'il faut nourrir en vue du témoignage quotidien. En effet, si les responsables des sites Web paroissiaux et diocésains sont conscients de s'adresser à cet auditoire, 68,66%²³³ d'entre eux ne renoncent pas à considérer le site dont ils ont la charge, comme un outil d'évangélisation. En fait, sans doute aimeraient-ils qu'il le soit. D'ailleurs le document de la CEF, *Étude sur les besoins et les attentes des diocèses sur l'utilisation d'internet en France en 2011*, se faisait déjà le relais de leur questionnement pour qu'il le devienne davantage. Ils s'interrogeaient sur la manière de toucher un autre public, celui des jeunes, des pratiquants occasionnels ou des non-catholiques : « faut-il aller au-delà du site institutionnel ? Faut-il donner à l'internaute des réponses aux questions qu'il se pose en ce qui concerne la foi ? Quel réseau toucher ? On tourne très souvent en "circuit fermé" ; Comment rejoindre ceux que l'on voudrait toucher ? Quel contenu à diffuser, dans quel but et pour qui ?... »²³⁴ Plus loin, on peut lire encore : « on parle beaucoup de l'institution et de l'organisation, et pas assez de l'évangélisation ! »²³⁵. Ce faisant, ils réfléchissaient déjà au second grand axe de renouvellement de la communication de l'Église, proposé par M^{gr} Giraud, en direction des internautes qui n'appartiennent pas à l'Église catholique. Trois années après ces réflexions, que devrait être, selon les responsables éditoriaux rencontrés, un site d'évangélisation et quelle réponse l'Église de France tente-t-elle d'apporter à ces questions ? Quelles stratégies d'installation de son discours dans l'espace public numérique, hors des réseaux ecclésiaux, propose-t-elle ?

²³³ Calcul établi sur cent cinquante observations.

²³⁴ CONFERENCE DES ÉVÊQUES DE FRANCE, *Étude sur les besoins et les attentes des diocèses sur l'utilisation d'internet en France en 2011*, op.cit, p. 18.

²³⁵ *Ibid.*, p. 19.

Les sites d'évangélisation.

Les responsables éditoriaux rencontrés ont une idée assez précise de ce que doit être un site d'évangélisation, reconnaissant en creux que les leurs n'en sont pas. D'autre part, la CEF a lancé à la fin de l'année 2013, le premier site d'évangélisation de l'Église catholique, Rencontrer Jésus²³⁶ et suscite la réflexion sur la valorisation de la diversité des sites d'obédience catholique dans un but évangéliste, comme ce fut le cas à la rencontre des Tisserands 2014. Autant de positionnements qui caractérisent, pour une part, les nouvelles orientations de l'Église pour sa communication en ligne *ad extra*.

a) Définition d'un site d'évangélisation selon les responsables éditoriaux.

Avant de détailler leur positionnement, il convient de souligner que dans l'ensemble les responsables éditoriaux, consultés en ligne à la fin de l'année 2013, sont des fidèles relativement ouverts au monde. Pour 86,66%²³⁷ d'entre eux, en effet, la nouvelle évangélisation voulue par les papes Jean-Paul II, Benoît XVI et François passe par une ouverture de l'Église aux valeurs de la société actuelle. 23,99% estiment néanmoins qu'elle doit conjuguer cette ouverture à une réaffirmation de l'identité traditionnelle de l'Église. Et ils ne sont que 12,34% à considérer qu'elle ne doit se manifester que par une réaffirmation identitaire.

Aussi n'est-il pas étonnant qu'un site d'évangélisation, selon les responsables éditoriaux rencontrés, doive pouvoir rejoindre le plus grand nombre d'internautes en dehors des cercles habituels de l'Église catholique et montrer le visage d'une Église moderne, bienveillante dans le regard qu'elle porte sur le monde avec lequel elle souhaite entrer en dialogue. Pour cela, ce site doit parler le langage des gens en les faisant entrer dans une démarche en ligne à partir de questions qui peuvent être les leurs. Sans doute faudrait-il que ce site dispose d'un visuel de très bonne qualité, qu'il soit très participatif et qu'il soit animé par des personnes en mesure de dialoguer, de réfléchir, de répondre et de se laisser interroger par les

²³⁶ <http://jesus.catholique.fr/>

²³⁷ Ce calcul et les deux à suivre sont établis sur cent cinquante observations.

internautes. Enfin, techniquement, il faudrait qu'il soit adossé à une structure nationale pour qu'il puisse rivaliser avec les grands médias nationaux en termes d'information, de réactivité, de présence sur la Toile, de référencement. Pour toucher un public de masse, il faut des moyens, impossibles à rassembler au niveau local.

Les responsables éditoriaux rejoignent l'analyse de Jean-François Mayer, sociologue des religions et spécialiste du fait religieux en ligne, selon lequel développer une évangélisation sur le Web suppose d'être sensible à ce qui caractérise la Toile et être soucieux de s'y adapter en commençant par ne pas « donner l'impression de vouloir imposer des réponses »²³⁸. Mayer cite l'exemple du site catholique américain, dirigé par les pères paulistes, BustedHalo.com²³⁹, qui cible les jeunes de 20 à 30 ans en quête spirituelle. Il approche les jeunes par la qualité et l'ouverture de l'information, traitée de manière non polémique, pour signifier que les catholiques s'intéressent sérieusement à toutes les questions actuelles. Il propose aussi une initiation à la foi et à la vie spirituelle et toutes les questions brûlantes peuvent être posées à un prêtre. L'exemple retenu par Mayer montre que l'évangélisation suppose de laisser un espace à l'internaute. Or, rares sont les sites institutionnels qui le rendent possible. Selon M^{gr} di Falco, évêque de Gap et d'Embrun, cette attention à l'internaute est ce qui fait le succès des sites d'évangélisation protestants évangéliques. Ils se mettent « à la place des autres. Ils répondent aux besoins : “Que veux-tu ?” demande Jésus au paralytique, à l'aveugle né. Autrement dit, “De quoi as-tu besoin ? Quel est ton désir le plus profond ? Je peux y répondre”. La communication commence toujours par l'écoute »²⁴⁰.

Selon Alexandre Barbe, DEI du diocèse de Laval, l'attention aux attentes de l'internaute, c'est précisément ce qu'essaie de pratiquer Rencontrer Jésus, le site d'évangélisation récemment lancé par la CEF²⁴¹.

²³⁸ Jean-François MAYER, *INTERNET ET RELIGION*, *op.cit.*, p. 121.

²³⁹ <http://www.bustedhalo.com/>

²⁴⁰ Jean-Michel DI FALCO-LEANDRI, « La culture de l'Internet et la communication de l'Église », *op.cit.*

²⁴¹ Entretien réalisé à Laval, le 15 avril 2014.

b) Le site d'évangélisation de la CEF : Rencontrer Jésus²⁴².

Le 7 novembre 2013, la CEF a lancé le premier site d'évangélisation, Rencontrer Jésus. Il est né de diverses interpellations : celles notamment de M^{gr} di Falco déjà exposée dans ces pages, une autre aussi émise lors du rassemblement des Semaines sociales de France, qui a souligné, comme le montre la première partie de ce mémoire, que les sites institutionnels catholiques ne parlent pas de Jésus. En outre, l'Église catholique n'apportait en ligne aucun message le concernant. Comment rejoindre les gens qui vont chercher, sur Google, des réponses à leurs questions sur le Christ ?

Un projet réellement collaboratif a vu le jour avec les diocèses qui s'interrogent tous sur la manière de rejoindre en ligne les internautes en recherche qui ne viennent pas forcément vers l'Église physique. Six diocèses ont donc collaboré à la réalisation de ce projet et le site a été élaboré par un groupe de trente-neuf contributeurs qui en ont rédigé le contenu. Les services de la catéchèse et du catéchuménat, des diocèses porteurs du projet, ont été sollicités pour leur bonne connaissance des questionnements des personnes en chemin vers la foi chrétienne. Mais des catéchumènes ont aussi été interrogés sur le type de questions à proposer et pour relire certaines publications.

L'objectif était donc que ce site soit bien référencé afin de se positionner en tête de proposition sur les moteurs de recherche pour répondre aux questions que se posent les internautes sur la foi, mais aussi pour ne pas laisser aux sites évangéliques et musulmans le monopole d'une parole sur le Christ. Aujourd'hui, l'entrée « Jésus » sur Google, affiche le site immédiatement après Wikipédia. Il est apparu sur Google au bout des quinze premiers jours de sa publication, non seulement parce qu'il a été, très vite, très visité – il a reçu trente-neuf mille visites en novembre 2013 et reçoit depuis entre quatorze et quinze mille visites en moyenne par mois – mais aussi parce que, dès sa parution en ligne, de nombreux sites Web catholiques et leurs pages sur les réseaux sociaux l'ont proposé, contribuant ainsi à son bon référencement sur un moteur de recherche comme Google. C'est aussi dans ce but qu'une page Facebook a été créée pour que les internautes puissent le « liker » et optimiser encore son référencement. Cette

²⁴² <http://jesus.catholique.fr/>

page Facebook renforce l'interactivité des responsables du site avec les internautes, elle est un produit d'appel vers le site, et celui-ci, à son tour, offre aux visiteurs des liens vers des sites de la CEF adaptés à leur démarche. En outre, il est possible de le faire figurer sur les sites diocésains et paroissiaux par un lien, par une icône, ou mieux encore par une fenêtre qui le rend accessible sans que l'internaute quitte le site institutionnel, paroissial ou diocésain, sur lequel il est entré²⁴³. En fait, chaque site peut disposer d'une rubrique Rencontrer Jésus.

Comme l'a déjà évoqué la première partie de ce mémoire²⁴⁴, l'internaute dispose de cinq entrées sur ce site : par des questions sur le Christ, des œuvres d'art, des prières, des vidéos et des témoignages. Il est régulièrement complété : une nouvelle question apparaît toutes les deux semaines.

Anne Keller, directrice de la communication digitale à la CEF, coordinatrice du projet, souligne qu'il y a des réactions positives d'internautes en recherche mais aussi de catholiques très investis qui disent se servir du site pour faire découvrir Jésus. Le site se découvre aussi une vocation, celle de nourrir des intermédiaires censés porter, là encore, le message à des cercles plus éloignés de l'Église.

Aujourd'hui, les diocèses entendent poursuivre le projet et d'autres sites d'évangélisation sont en cours d'élaboration : les prochains devraient être consacrés aux fêtes liturgiques notamment, la Toussaint et Noël. En effet, les sites de la CEF – mais cela doit se vérifier également sur les sites diocésains – enregistrent une hausse de la fréquentation aux moments des grandes fêtes liturgiques. Il est aussi envisagé de produire des sites sur les sacrements.

D'une manière générale, ces acteurs de l'évangélisation institutionnelle catholique sur la Toile, témoignent d'un réel désir d'être dans une proposition de la foi et dans une considération de l'internaute qui tienne compte de ce qu'il est et de ses propres interrogations, sans rien chercher à forcer.

²⁴³ Cf. <http://www.diocese-laval.fr/jeunes/actualites/actualites-des-jeunes/5855-rencontrer-jesus.html>

²⁴⁴ Cf. *Supra*, p. 68.

Valoriser la diversité des sites catholiques en vue de l'évangélisation.

Chaque année, la rencontre des Tisserands est l'occasion, pour le service de la communication de la CEF, de susciter de nouvelles réflexions et de nouveaux chantiers. En 2013, les Tisserands s'étaient retrouvés pour échanger sur la collaboration en réseaux. A leur dernière rencontre à Paris, les 28, 29 et 30 mars 2014, il fut question de ne pas seulement envisager l'évangélisation sous l'angle du lancement de sites dédiés à cela comme Rencontrer Jésus, mais de l'envisager aussi par la possible collaboration des sites d'obédience catholique, qu'ils soient ou qu'ils ne soient pas institutionnels, en vue d'une meilleure installation du discours de l'Église sur la Toile, hors des réseaux ecclésiaux.

Ainsi, une première table ronde, intitulée « Cultivons nos différences au service d'une même mission », a été organisée avec quelques-uns de ces acteurs : Natalia Trouiller, la DEI du diocèse de Lyon, s'est exprimée aux côtés du frère Jean-Alexandre de Garidel, responsable du site Web du Carmel en France²⁴⁵, de Valérie Barbe, une bloggeuse indépendante attachée à faire connaître la doctrine sociale de l'Église²⁴⁶, et de Jean-Baptiste Maillard, coordinateur des vingt sites que possède la Communauté de l'Emmanuel en fonction de ses territoires d'implantation et de ses missions. Selon Natalia Troulier, il y a dans l'Église de la place pour tous les charismes et cela s'exprime dans la diversité des sites catholiques sur la Toile. Les institutions et les individualités catholiques qui s'y expriment, illustrent cette réalité de la vie de l'Église. Ces diversités ne peuvent être que complémentaires. La complémentarité se manifeste dans la possibilité d'utiliser et de publier sur son site le contenu d'un autre site catholique, mais elle s'exprime aussi dans le type de discours : un blogueur catholique peut établir une relation avec les internautes, même les plus agressifs. En revanche, un site institutionnel doit demeurer dans une parole institutionnelle. Cette diversité de langage permet de rejoindre un autre type de public que celui du premier cercle.

Une autre table ronde, intitulée « Annoncer la foi aux périphéries, quels nouveaux langages ? », complétant la première et précisant, s'il le fallait, la

²⁴⁵ <http://www.carmel.asso.fr/>

²⁴⁶ <http://jonastree.blogspot.fr/>

nécessité pour l'Église de sortir de ses propres réseaux, a réuni le pasteur Marc Schaefer, un des créateurs du site Web associé au projet œcuménique ZeBible destiné aux jeunes²⁴⁷, Bruno Chrétien, le responsable du site Chrétiensaujourd'hui.com²⁴⁸ qui s'adresse aux internautes éloignés de l'Église, le dominicain Thierry Hubert, en charge du site Retraite dans la ville.org²⁴⁹ et Anne Keller de la CEF pour sa contribution à la création de Rencontrer Jésus. Ces acteurs soulignent que le Web participatif change le sens que l'on a communément de l'Église : quand l'intention de prière d'un internaute est portée par des dizaines de milliers d'autres, une nouvelle manière de vivre l'universalité de l'Église s'expérimente et elle est bien plus incarnée que dans une intention générale portée au cours de la prière universelle d'une assemblée dominicale. En outre, le Web participatif permet d'être dans une relation à l'internaute moins frontale, il est possible de répondre à un questionnement, de développer un article ou une thématique à partir des besoins exprimés par les internautes. D'autre part, grâce au Web 2.0, les internautes en recherche deviennent à leur tour témoins, simplement en « likant » un article, une photo ou une vidéo, comme l'ont déjà évoqué les lignes qui précèdent. Par ailleurs, certains de ces sites se découvrent une cible parfois malgré eux : ainsi Retraite dans la ville.org, fut au départ conçu pour toucher les jeunes de plus de 18 ans, en fait son public le plus fidèle est celui des femmes d'une soixantaine d'années. Les dominicains se réjouissent donc de collaborer ainsi au rôle important de transmetteurs des grands-parents à l'endroit de leurs petits-enfants. Néanmoins, tous les intervenants soulignent le défi de diriger les internautes en recherche vers les personnes ou les communautés physiques locales.

Cette intention affichée de la CEF d'encourager d'une part la collaboration de sites catholiques, complémentaires les uns des autres, pour rendre plus visible encore le message de l'Église hors de ses réseaux, et d'autre part l'articulation autour des divers supports Internet de l'ensemble des médias diocésains, manifeste la volonté de tenir compte, dans les stratégies d'évangélisation, de la pluralité non seulement des possibles en

²⁴⁷ <http://zebible.com/>

²⁴⁸ <http://www.chretiensaujourd'hui.com/>

²⁴⁹ <http://www.retraitedanslaville.org/>

termes de proposition de la foi, mais aussi des chemins pour y accéder dans un monde dont la culture est précisément celle de la pluralité.

Une vision partagée de l'évangélisation : entre dialogue et lobbying.

Qu'il s'agisse de réorganiser la communication diocésaine destinée aux catholiques en vue du témoignage ou de mettre en œuvre la « nouvelle évangélisation » de la Toile, l'Église de France semble entrée, depuis quelques années, dans un processus de déploiement d'une stratégie missionnaire, directe et indirecte, d'installation de son discours dans l'espace public, hors de ses réseaux. Toutefois, il semble que l'évangélisation ne soit pas envisagée identiquement par tous les acteurs catholiques de la communication. En effet, le positionnement missionnaire de l'institution qu'ont exposé, au cours de la session des Tisserands 2014, M^{gr} Giraud, les responsables de la communication à la CEF, mais aussi l'ecclésiologue de l'Institut Catholique de Paris François Moog, n'est pas exactement le même que celui que peuvent défendre des catholiques proches des militants d'identité.

Pour M^{gr} Giraud, faisant siens les mots mêmes de Paul VI dans son encyclique *Ecclesiam suam*, l'Église doit se faire conversation²⁵⁰, rejoindre toute personne sans discrimination. Sa mission n'est pas d'abord de faire passer des messages mais de dialoguer avec le monde, « dialoguer, en pénétrant aussi avec discernement ces espaces créés par les nouvelles technologies, les réseaux sociaux, pour faire émerger une présence, une présence qui écoute, dialogue, encourage »²⁵¹. S'expriment-là les principes d'acculturation et de délibération que l'Église développe aujourd'hui dans

²⁵⁰ PAUL VI, *Ecclesiam suam*, 6 août 1964, n°67, [En ligne], URL : http://www.vatican.va/holy_father/paul_vi/encyclicals/documents/hf_p-vi_enc_06081964_ecclesiam_fr.html, consulté le 21 juin 2014.

²⁵¹ PAPE FRANÇOIS, « Discours aux participants à l'assemblée plénière du Conseil Pontifical des Communications Sociales », 21 septembre 2013, cité par M^{gr} GIRAUD Hervé, « Orientations pour les communications sociales », 8 avril 2014.

sa relation au monde, comme l'évoquait la première partie de ce mémoire²⁵².

François Moog soutient que la communication ecclésiale doit être au service de la communion de l'Église et plus largement encore de celle de l'humanité tout entière. Au terme de son exposé sur la notion de charisme dans l'Église, qu'il a relu à la lumière de l'Écriture et de la constitution dogmatique du concile Vatican II, *Lumen Gentium*, il a en effet invité les acteurs de l'Internet catholique en France à penser la notion de réseau avec celle de communion. Les responsables des sites Internet institutionnels catholiques sont membres d'une communauté et disposent d'un rôle institutionnel d'animation du site. Il leur revient de s'interroger sur les moyens qu'ils se donnent pour que cet acte de communication concerne vraiment la communauté et soit au service de la communion ecclésiale. Il est donc incontournable de considérer non seulement le « nous » de la communauté, mais aussi la question de la régulation et du lien à l'institution. Selon François Moog, de cette attention à la communion ecclésiale dépend l'objectif de la communication sur la Toile : l'évangélisation. La présence des catholiques sur le Web doit contribuer à rendre l'humanité neuve en créant un lien, une présence qui ne succombe pas à la fascination de la technique mais, comme le pape François l'appelle de ses vœux, qui cherche à se faire proche de toute personne et notamment des plus blessées.

Cette Église en dialogue se révèle très clairement chez les responsables éditoriaux consultés et rencontrés mais aussi à travers le projet du site d'évangélisation Rencontrer Jésus, ainsi que les pages qui précèdent l'ont montré. Elle s'exprime aussi de manière très explicite dans le document de la CEF sur le cross-média. Dans la première partie de celui-ci, Jean-Marie Dessaire, le DEI du diocèse de Toulouse, réfléchissant sur l'articulation entre eux des médias diocésains, s'interroge sur le type de relations que les catholiques veulent entretenir avec leurs contemporains : « Voulons-nous convaincre ou dialoguer ? Ces deux termes évoquent deux conceptions bien différentes de la communication : désirons-nous amener l'autre à adopter notre point de vue, ou bien, sommes-nous prêts à respecter et comprendre le

²⁵² Cf. *Supra*, p. 35.

point de vue de l'autre dans un dialogue constructif ? »²⁵³ Et, après avoir mis en avant le thème choisi par le pape François pour la Journée Mondiale des Communications Sociales 2014, « La communication au service d'une authentique culture de la rencontre », Jean-Marie Dossaivre conclut les premières pages du document par ces mots : « Tendus vers l'objectif, "la communication au service de la communion", une conviction nous anime : Dialoguer ! Dialoguer ! Dialoguer ! »²⁵⁴

Enfin, c'est aussi le positionnement d'une bloggeuse comme Valérie Barbe. Elle expliquait à la dernière rencontre des Tisserands que le but premier de son blog, Jonas Tree, était de partager son enthousiasme sur la doctrine sociale de l'Église et la rendre accessible en ligne. Ce faisant, elle voulait proposer une manière différente de regarder le monde. Victime de son succès, dit-elle, elle a enrichi son blog de ses réflexions quotidiennes, sans renoncer à témoigner de sa foi chrétienne, mais dans un discours d'espérance et de tendresse vis-à-vis des internautes et notamment de ses lecteurs les plus éloignés de l'Église. Facebook et Twitter sont des lieux où elle relaie ses articles et où elle rejoint d'autres internautes, encore et toujours dans un souci d'ouverture.

Mais une autre tendance, portée semble-t-il par des catholiques plutôt militants de l'identité, manifeste un rapport plus offensif à l'évangélisation. Le dernier ouvrage, par exemple, du journaliste indépendant Jean-Baptiste Maillard, *Dieu et internet*, offre un aperçu du positionnement de ces catholiques à l'endroit de l'évangélisation²⁵⁵. Il y traite de l'évangélisation sur la Toile en proposant « 40 questions pour mettre le feu au Web » comme l'annonce la quatrième de couverture. Sous la terminologie d'« entrisme », il présente diverses méthodes de pénétration du Web non-confessionnel par des internautes porteurs d'un projet d'évangélisation militant. A la question trente-cinq, par exemple – « Comment s'organiser pour évangéliser sur Internet ? » – il propose six réponses. Dans la première, « Pratiquer l'entrisme », il écrit : « Si vous pratiquez l'entrisme sur les forums de

²⁵³ *Communiquer dans les diocèses en associant les différents médias*, op.cit., p. 11.

²⁵⁴ *Ibid.*, p. 16.

²⁵⁵ Jean-Baptiste Maillard est aussi coordonnateur des vingt sites Web de la communauté de l'Emmanuel, mission pour laquelle il a participé à l'une des tables rondes de la rencontre des Tisserands 2014, mais sans jamais cependant faire référence à son livre.

discussions pour y annoncer le kérygme et tenter de répondre aux questions essentielles que se posent les internautes, vous n'avez pas besoin d'une grande organisation. Il vous faut cependant veiller à assurer un suivi des échanges »²⁵⁶. Il faut remarquer la manière dont l'auteur considère l'évangélisation : il s'agit d'abord, avant même de *tenter* de répondre aux questions des internautes, d'« annoncer le kérygme » qui constitue le centre de la foi chrétienne. Le dialogue ne semble pas premier dans la méthode, comme il l'exprime d'ailleurs plus loin, « [i]l est bon de témoigner rapidement de ce que le Seigneur fait dans votre vie, en vous rappelant qu'il n'y a pas d'évangélisation sans annonce explicite »²⁵⁷, appuyant son propos sur une citation de Paul VI dans son encyclique *Evangelii nuntiandi*, au paragraphe vingt-deux.

Ces méthodes d'évangélisation plus offensives, un des responsables éditoriaux rencontré souhaite qu'elles soient abordées aux rencontres des Tisserands. Il suggère, par exemple, d'étudier les stratégies de e-marketing très développées dans le monde des affaires, les analyser pour que la communication de l'Église sur la Toile puisse s'en saisir.

À la dernière rencontre des Tisserands, un seul atelier se faisait l'écho de ce type de rapport à l'évangélisation. Son intitulé, « orchestrer sa présence, son influence sur le Web », révèle à lui seul un positionnement qui pourrait s'apparenter davantage à du lobbying, à du marketing qu'à la recherche d'un dialogue. À partir de méthodes empruntées aux pratiques de la communication d'entreprise, la séance consistait à donner des outils pour optimiser la présence catholique sur la Toile et faire venir les internautes sur le site diocésain notamment, mais aussi pour aller là où sont les cibles, en portant le message de l'Église là où il n'est pas.

L'intervenant présentait des outils numériques permettant d'évaluer les tendances de recherche des internautes sur la Toile pour optimiser le référencement du site diocésain par des mots-clés correspondant à leurs recherches. Il recommandait aussi d'utiliser la publicité pour se faire

²⁵⁶ Jean-Baptiste MAILLARD, *Dieu et internet*, Nouan-Le-Fuzelier: Edition des Béatitudes, Octobre 2011, p. 233.

²⁵⁷ *Ibid.*, p. 250.

connaître : selon lui, le site Google ad grants.fr²⁵⁸ donne de la publicité à toutes les associations à but non lucratif et peut même se montrer très généreux. Ainsi le site peut-il apparaître sur les pages des internautes dans des encarts publicitaires comme n'importe quel produit d'appel et cela améliore, en outre, ses résultats dans les moteurs de recherche.

Pour l'intervenant, le Web est participatif, si donc il semble anticatholique, alors il faut le changer. Et cela ne tient qu'aux catholiques de le faire. Pour cela, il proposait d'aller déposer du contenu sur d'autres sites comme l'encyclopédie en ligne Wikipédia.org²⁵⁹, le site de journalisme participatif et citoyen, Agoravox.fr²⁶⁰ et les forums en tous genres. Il s'agit de faire de ces concurrents au site diocésain, des partenaires. L'internaute qui, par exemple, s'émerveille devant telle cathédrale, interroge Google sur l'édifice et celui-ci va le diriger vers Wikipédia. Il est donc important de créer ou d'alimenter la page Wikipédia sur la dite cathédrale en publiant sur le site encyclopédique ce qu'en dit le site diocésain. Il faut déplacer les contenus. Les sites diocésains sont riches en contenus, or c'est cela qui est recherché sur le Web. En outre, c'est sur Wikipédia que sont les internautes et les journalistes. Mais le principe de Wikipédia, c'est que chaque page est modifiable par quiconque, en conséquence, pour rester affiché, un article doit être excellent et bien sourcé.

L'intervenant recommandait aussi de publier des articles du site diocésain ou paroissial sur le site Agoravox.fr, ainsi figurent-ils à côté des grands médias. L'intervenant néanmoins a omis de dire que la publication sur Agoravox.fr n'est pas automatique. Elle est soumise à l'approbation de la communauté des rédacteurs du site. Si la majorité des voix des rédacteurs n'est pas acquise, l'article n'est pas publié. Pour appartenir à la communauté des rédacteurs, il faut avoir, au préalable publié quatre articles sur le site. Aussi, pour que les informations catholiques aient leur place, il faudra un nombre suffisant de rédacteurs catholiques qui pourront contrer une potentielle méfiance de la communauté des rédacteurs.

²⁵⁸ <http://www.google.fr/intl/fr/grants/>

²⁵⁹ http://fr.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Accueil_principal

²⁶⁰ <http://www.agoravox.fr/>

Enfin, l'intervenant invite à se rendre sur les forums de discussion. Il remarque, par exemple, que sur celui de Au féminin.com²⁶¹, les internautes discutent du choix des chants pour la célébration religieuse de leur mariage. Il ne faut pas non plus hésiter à aller discuter sur les réseaux sociaux professionnels et publier sur les pages des autres internautes. Néanmoins, l'intervenant le concède, l'évangélisation en ligne requiert du temps.

Ces deux rapports à l'évangélisation en ligne coexistent aujourd'hui dans la population catholique et pourraient bien être une nouvelle expression des tensions qui agitent l'Église, évoquées dans la première partie de ce mémoire²⁶². L'histoire dira si la hiérarchie catholique, et les catholiques eux-mêmes, sauront demeurer vigilants pour que les méthodes d'installation du discours de l'Église dans l'espace public ne desservent pas la communion ecclésiale, comme l'appelait de ses vœux François Moog à la dernière rencontre des Tisserands et, *in fine*, sa crédibilité auprès des internautes qu'elle souhaite rejoindre.

²⁶¹ <http://www.aufeminin.com/world/communaute/forum/forum0.asp>

²⁶² Cf. *Supra*, p. 32.

Conclusion

Les politologues Azi Lev-On et Bernard Manin ont signé en 2006 un article, publié dans la revue *Esprit*, dans lequel ils s'interrogent sur le potentiel délibératif d'Internet. La délibération s'entend ici comme l'examen d'arguments en faveur et contre une décision donnée, ou une posture idéologique. Toutefois, les psychologies sociale et politique montrent que l'être humain est enclin à s'associer à des personnes qui partagent ses opinions et cette association exclut aisément les opinions divergentes. En effet, la confrontation qu'appelle la délibération est coûteuse en temps et en ressources cognitives. En outre, le conflit qu'elle peut générer, peut apporter de l'inconfort et de la tension psychique. Tout ceci n'encourage donc pas l'individu à rechercher ce genre de situation dans sa vie quotidienne.

Aussi « le potentiel délibératif d'un système de communication ou d'un média dépend donc de sa capacité à mettre les utilisateurs en contact avec des opinions opposées sur un sujet donné et à faciliter l'examen de ces opinions »²⁶³. Les auteurs observent que de tels espaces de délibérations peuvent exister sur la Toile, mais qu'ils sont extrêmement rares, même en ligne, pour les raisons précitées. Il apparaît en fait qu'un usage quotidien de la Toile met surtout en œuvre des facteurs d'homogénéité limitant le contact avec des opinions contradictoires même s'il existe aussi en ligne des facteurs d'opposition favorisant le contact avec de telles opinions.

Les auteurs soulignent en effet qu'Internet « est utilisé pour constituer des clubs d'internautes qui pensent la même chose, échangent des informations entre eux et créent ainsi des espaces hyperliés homogènes »²⁶⁴. Dans ces clubs, il peut exister des pressions normatives fortes qui mènent au filtrage, à la suppression des opinions adverses voire à une tyrannie de la majorité et à la radicalisation. Ce facteur d'homogénéité s'observe aussi sur

²⁶³ Azi LEV-ON, Bernard MANIN, « Internet : la main invisible de la délibération », *Esprit*, n° 324, mai 2006, p. 198.

²⁶⁴ *Ibid.*, p. 201.

Conclusion

le Web à travers les réseaux d'affinités qui se mettent en place d'un site ou d'un blog à l'autre. Se crée ainsi une multiplicité d'espaces virtuels homogènes, reliés par des hyperliens qui orientent les internautes vers des espaces idéologiquement similaires, loin de toute vision opposée. En outre, il apparaît que ces constellations homogènes sont gouvernées par les lois de la puissance : pour chacune d'elle, un grand nombre de sites renvoie vers un petit nombre d'autres très visités, dominants sur le thème considéré, et qui ne dirigent pas, ou très rarement, vers des sites proposant une opinion contraire. Ainsi, les internautes passent certes d'un site à l'autre, mais demeurent dans un même espace d'affinité idéologique. Il y a bien, sur la Toile, une diversité des opinions mais qui coexistent en des groupes intérieurement homogènes.

Néanmoins, la diversité demeure plus accessible en ligne qu'hors ligne. Il existe des sites où s'exprime la confrontation des idées, ce sont notamment ceux des médias généralistes ou encore les portails d'information, les blogs politiques qui sont de plus en plus interactifs. Ces sites sont très consultés car ils sont riches en informations et, de ce fait, ils sont des lieux de croisements d'opinions opposées. D'autre part, ils ne sont pas communautaires et n'induisent pas de sentiment d'appartenance à un groupe appelant un propos normé. Au contraire, le contexte étant faible, l'internaute n'est pas motivé par le souci du conformisme à la ligne idéologique du groupe. En conséquence, « un moyen de communication "pauvre" peut ainsi alléger l'inconfort cognitif associé à l'expression du désaccord et, du coup, favoriser l'apparition de débats contradictoires »²⁶⁵. Mais si la Toile peut favoriser ainsi la réflexion, elle peut aussi pour ces raisons « encourager des comportements désinhibés de transgression virulente des normes »²⁶⁶.

Selon les auteurs, Internet contribue davantage à la segmentation en groupes d'appartenance qu'il ne favorise la confrontation aux opinions adverses. En conséquence, il ne peut être considéré comme un espace de délibération. Toutefois, ils le signalent en conclusion de l'article, cette analyse est datée et les technologies de l'Internet évoluent rapidement. Sans

²⁶⁵ *Ibid.*, p. 208.

²⁶⁶ *Ibid.*, p. 209.

doute serait-il nécessaire de l'actualiser en tenant compte de l'émergence ces dernières années du Web 2.0 qui a développé l'interactivité et la dimension participative de l'internaute.

Néanmoins, n'est-ce pas la situation décrite par les deux politologues que ce mémoire a mis en évidence ? Les sites paroissiaux et diocésains agrègent des catholiques pratiquants qui s'y retrouvent en communautés d'affinité. Au lieu d'évangéliser, ils parlent le langage des initiés et sont à l'usage exclusif des initiés. Aussi contribuent-ils d'abord à renforcer l'appartenance de ces internautes à l'Église, et ce renforcement est plus net encore pour ceux qui résident sur des territoires ruraux où ils sont dispersés et isolés les uns des autres. Ainsi, bien que le Web soit potentiellement « sans frontière », il reproduit en fait les cloisonnements de la vie hors ligne et notamment ici ceux de l'adhésion, ou de la non-adhésion, au culte catholique. Mais le Web reproduit également les marqueurs du social : les pages qui précèdent ont effectivement montré que le profil moyen des internautes qui visitent majoritairement ces sites, est celui d'une femme d'une cinquantaine d'année, appartenant à la classe moyenne, engagée bénévolement dans l'Église, légitimiste et attachée à son identité chrétienne. Or, ce profil correspond, quasiment trait pour trait, à celui des femmes qui animent avec les clercs, les communautés paroissiales et diocésaines. Internet n'apparaît donc pas comme un monde à part mais, concernant les sites paroissiaux et diocésains en tout cas, comme un prolongement du réel.

Aussi, pour l'Église catholique, les défis de l'évangélisation pourraient bien être presque les mêmes en ligne, qu'hors ligne. Mais « presque » seulement. En effet, si les acteurs de l'Internet catholique sont conscients de nourrir en présence et en informations un premier cercle de croyants-pratiquants, ils n'ont pas tort de remarquer qu'Internet offre, plus facilement sans doute que la vie hors ligne, l'accès à un auditoire différent. C'est pourquoi, ils mettent en place depuis peu des stratégies, directes et indirectes, d'installation de la parole de l'Église dans l'espace public qui tentent de toucher des internautes en recherche ou non-croyants. Les stratégies indirectes, comme le cross-média, entendent rationaliser toujours davantage la communication ecclésiale pour toucher plus encore les catholiques, selon leur tranche d'âge, leur lieu de résidence et les médias ecclésiaux qu'ils utilisent, dans le but de les encourager au témoignage *ad*

Conclusion

extra. De leur côté, les stratégies directes d'évangélisation développent des sites Web qui s'efforcent à parler le langage des internautes ne fréquentant pas l'Église et à répondre à leurs questions. Il n'est pas impossible qu'à l'avenir les sites catholiques nombreux et divers, qu'ils soient, ou qu'ils ne soient pas institutionnels, coordonnent davantage leurs activités en ligne dans le but de mieux rejoindre la diversité des publics présents sur la Toile. Si l'Église de France semblent vouloir mener aussi bien hors ligne qu'en ligne, un dialogue avec le monde, il ne s'agit cependant pas pour elle de renoncer à son identité traditionnelle, ni de s'ouvrir aux valeurs de la société actuelle.

Au terme de cette étude, il est important de souligner qu'elle ne prétend pas à l'exhaustivité. L'Internet catholique institutionnel est riche et complexe, même au niveau des sites Web paroissiaux et diocésains, qui n'ont pas tous été étudiés pour eux-mêmes, la tâche serait d'ailleurs colossale. Ce travail s'est seulement essayé à l'analyse de ces sites d'une manière globale et générale, à un moment précis de l'histoire de l'Église de France et sans présumer de l'avenir. Les lignes qui précèdent soulignent un renouveau envisagé de la présence en ligne de l'Église catholique sensible à toucher un public éloigné de ses réseaux. Cet objectif méritera d'être étudié ultérieurement pour poursuivre la réflexion. L'institution romaine parviendra-t-elle à dépasser les puissants facteurs d'homogénéité qui s'expriment en ligne ? Son adaptation plus grande encore au Web 2.0, sera-t-elle une chance pour elle et pour le dialogue qu'elle désire mener avec le monde ?

D'autre part, si ce travail n'est pas exhaustif dans sa description de l'Internet institutionnel catholique, sans doute souffre-t-il aussi de lacunes épistémologiques. Il aurait probablement fallu comparer l'histoire de l'Internet catholique avec celle de l'Internet associatif en général pour repérer nombre de similitudes sans doute, et dégager d'autres indicateurs, sur la Toile, d'un prolongement en ligne du réel. Pour aller plus loin également, il serait sans doute fructueux de mener une étude comparative des sites Web paroissiaux et diocésains de l'Église catholique avec ceux des Églises protestantes et notamment néopentecôtistes en France, en Afrique francophone ou en Amérique latine, portées sur une évangélisation directe très offensive. En outre, cette analyse permettrait aussi de mesurer

l'influence de l'ecclésiologie sur les stratégies d'annonce mises en place, avec du côté catholique, pour reprendre les catégories wébériennes, une autorité rationnelle-légale légitimée par la fonction cléricale et, du côté évangélique, une autorité légitimée par le charisme prophétique. Cette comparaison pourrait être aussi menée, de ce point de vue, concernant le positionnement de ces Églises sur les réseaux sociaux.

Toutefois, au-delà des facteurs psychologiques, historiques, sociologiques et ecclésiologiques qui induisent la manière dont l'Église catholique s'annonce en ligne et entend annoncer le message de l'Évangile, il serait sans doute pertinent également de poursuivre une étude de l'influence des technologies du numérique sur cette annonce du point de vue de la transmission et notamment de l'écriture multimédia qu'impose Internet.

Jack Goody a montré en 1977, dans son ouvrage, *La raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*, les effets de l'écriture sur les modes de pensée et sur les institutions sociales. Selon lui, le langage, comme condition préalable à la pensée, puis l'écriture ont rendu possible le « processus de “domestication” de l'esprit »²⁶⁷, la conceptualisation et l'édification des institutions sociales. Il met aussi en évidence comment les moyens de communication transforment la nature des processus de connaissance. L'écriture alphabétique a favorisé, par exemple, l'émergence d'une manière nouvelle d'examiner le discours par la forme durable qu'elle donnait au message oral. Ceci a permis de développer l'activité critique qui encouragea « la rationalité, l'attitude sceptique, la pensée logique »²⁶⁸. Il devint plus commode d'accumuler des connaissances abstraites et le champ intellectuel s'est étendu en même temps qu'il a développé des méthodes d'apprentissage. Aussi, selon Goody, l'écriture est-elle un des facteurs de l'émergence de la science moderne depuis l'Antiquité et « ce n'est pas par hasard si les étapes décisives du développement de ce que nous appelons maintenant “science” ont à chaque fois suivi l'introduction d'un changement

²⁶⁷ Jack GOODY, *La raison graphique, la domestication de la pensée sauvage*. Paris : les Editions de Minuit, 1979, (Cambridge : Cambridge University Presse, 1977) coll. Le sens commun, p. 46.

²⁶⁸ *Ibid.*, p. 86.

Conclusion

capital dans la technique des communications : l'écriture en Babylonie, l'alphabet en Grèce ancienne, l'imprimerie en Europe occidentale »²⁶⁹.

Or, explique Eric Guichard, l'informatique est une écriture, elle transforme les systèmes de signe, elle fait apparaître de nouvelles méthodes d'analyse, de nouvelles modalités du raisonnement. Elle appartient à cette technique de l'intellect qu'elle modifie et, ce faisant, elle formate les méthodes de travail, les esprits et la pensée elle-même, comme l'écriture l'a toujours fait dans l'histoire²⁷⁰. D'ailleurs, Roger Chartier s'interroge en ce sens : le livre électronique, par exemple, va-t-il remplacer le *codex*, qui existe comme outil cognitif depuis le IV^e siècle de notre ère ? Or, si le second a construit les discours du savoir depuis plus de mille six cents ans, il y a fort à parier que le premier inscrive, lui, l'humanité dans un nouveau rapport à la connaissance, car le livre électronique renouvelle de manière nouvelle « la relation entre la démonstration et les sources, les modalités de l'argumentation et les critères de la preuve »²⁷¹. L'auteur peut proposer une argumentation qui ne soit pas « linéaire et déductive, mais ouverte, éclatée et relationnelle »²⁷². Si le *codex* a renouvelé l'organisation du discours en le séquençant dans un seul ouvrage, ce qui n'était pas possible sur le rouleau, l'hypertexte le réorganise encore. Il combine des images, des sons et du texte de manière non linéaire et relie ces « textes fluides dans leurs contours »²⁷³ par des liaisons possibles et sans limites. De son côté, le lecteur peut se saisir des outils de la recherche et les consulter. Aussi, s'il y a une mutation des modalités de production et de transmission, il y a aussi « une mutation épistémologique fondamentale »²⁷⁴.

Selon Roger Chartier, « [d]ans ce monde textuel sans frontières, la notion essentielle devient celle du *lien*, pensé comme l'opération qui met en rapport les unités textuelles découpées pour la lecture »²⁷⁵. Il est notable que

²⁶⁹ *Ibid.*, p. 107.

²⁷⁰ Cf. Éric GUICHARD, « L'internet, une technique intellectuelle », *Mesures de l'internet*, sous la direction de Éric GUICHARD, Paris : Les Canadiens en Europe, pp. 19-49.

²⁷¹ Roger CHARTIER, « Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique », *op.cit.*

²⁷² *Ibid.*

²⁷³ *Ibid.*

²⁷⁴ *Ibid.*

²⁷⁵ *Ibid.*, c'est l'auteur qui souligne en italique.

les pages qui précèdent aient montré l'organisation en réseau de la communication diocésaine autour de la centralité du site Web diocésain, comme si la culture du lien, que s'impose la Toile à elle-même, s'imposait aux autres médias également et plus généralement sans doute à tous les processus de transmissions. Il apparaît là qu'il existe réellement un conditionnement technique de la culture, comme le soutient Régis Debray.

Ainsi, la textualité électronique remet en question l'existence du livre. La culture imprimée, par sa matérialité, induit un type de discours : la lettre, le journal, la revue, le livre, l'archive. Dans le monde numérique au contraire, tous les textes sont à lire sur le même support, l'écran, et le plus souvent dans la forme donnée par le lecteur. Il est d'ailleurs intéressant de noter la volonté des acteurs de l'Internet catholique de faire passer la communication de l'Église de l'imprimé à l'écran. Apparaît avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication, un continuum qui ne permet plus de différencier les différents genres ou répertoires textuels. Or l'écriture est un média central dans la communication ecclésiale et la structuration hiérarchique de l'Église catholique : en effet, les textes signés de l'autorité reconnue formulent la théologie, les vérités à croire, et en définissant l'ecclésiologie, ils précisent les rapports de pouvoir au sein de l'institution depuis l'ère apostolique. Si l'autorité de ces textes ne s'impose plus, ou se trouve relativisée sur la Toile, placés par le lecteur sur un pied d'égalité avec d'autres textes, cette autorité et la légitimité de celle-ci sont fragilisées. Aussi, le nouveau paradigme qu'impose le numérique à l'écrit pourrait bien contribuer, à plus ou moins long terme, à la remise en cause de la théologie et de l'ecclésiologie catholique en général. D'ailleurs, Eric Guichard le souligne, les processus d'acquisition et de transmission des savoirs, très liés aux dispositifs de l'écriture, induisent des types spécifiques de socialisation, qu'ils recomposent ensuite, structurent et, ce faisant, ils infléchissent des légitimités et des pouvoirs²⁷⁶.

Néanmoins, le temps du texte électronique est traversé de tensions majeures : la multiplication de communautés séparées, de réseaux fermés – comme l'ont évoqué les premières lignes de cette conclusion – l'hégémonie

²⁷⁶ Cf. Éric GUICHARD, « L'Internet, une technique intellectuelle », *op.cit.*

Conclusion

aussi des entreprises multimédia sur la production, la diffusion de la culture et la constitution d'un public universel. Pour le dire autrement, la communication à distance peut « conduire à la perte de toute référence commune, au cloisonnement des identités, à l'exacerbation des particularismes. Elle peut, à l'inverse, imposer l'hégémonie d'un modèle culturel unique et la destruction, toujours mutilante, des diversités »²⁷⁷. Mais elle peut aussi mener à « une construction collective de la connaissance par l'échange des savoirs, des expertises et des sagesses »²⁷⁸. C'est peut-être sur ce terrain-là que l'Église catholique, en se laissant non pas disloquer mais interroger par la modernité, peut gagner en crédibilité si elle apporte sa tradition et sa contribution, avec les hommes et les femmes de bonne volonté, au développement d'un Internet au service de la construction de l'homme et de tous les hommes.

²⁷⁷ Roger CHARTIER, « Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique », *op.cit.*

²⁷⁸ *Ibid.*