



Collectivités religieuses, Etat et société

Programme national de recherche PNR 58

Summary sheet 2

CARTE D'IDENTITÉ

Le rôle des médias dans les conflits entre cultures

Direction

Prof. Dr Urs Dahinden, Université de Zurich
Prof. Dr Vinzenz Wyss, Zürcher Hochschule Winterthur

Collaborateurs

Guido Keel, Carmen Koch

Pour en savoir plus:

www.pnr58.ch → Projets → Religion, médias et politique

VUE D'ENSEMBLE

Médias et religions: méconnaissance et distance réciproques

Les connaissances des journalistes en matière de religion sont lacunaires et leur intérêt pour les questions religieuses est peu élevé. Selon l'étude menée dans le cadre du Programme national de recherche 58 (PNR 58), les journalistes considèrent la religion comme un sujet marginal. Ils ne lui accordent de l'attention que si elle est couplée avec une autre thématique. L'équipe de recherche recommande aux communautés religieuses de développer une culture du dialogue avec les médias. Les journalistes sont encouragés à accroître leurs connaissances sur les sujets religieux.

Les journalistes interrogés dans le cadre du Programme national de recherche 58 (PNR 58) sont unanimes: ils connaissent mal les religions. Cette méconnaissance ne leur paraît pourtant pas problématique, puisque les sujets religieux en tant que tels ne les intéressent pas ou très peu. Les questions religieuses trouvent un écho auprès des journalistes pour autant qu'elles soient en lien avec une autre thématique, politique ou morale par exemple.

Cette disposition d'esprit se reflète dans les différents médias de Suisse. La plupart d'entre eux ne disposent pas, au sein de leur rédaction, de journalistes spécialisés dans les matières religieuses. En outre, il y est question de religion essentiellement lorsque celle-ci est à l'origine de guerres ou de scandales, donc liée à un événement négatif. Les cas de pédophilie au sein de l'Eglise catholique et les conflits à l'étranger en relation avec l'islam occupent ainsi une place prépondérante dans les médias.

L'islam associé au coupable

L'analyse des contenus médiatiques révèle que si le christianisme est généralement considéré comme une religion, les minorités religieuses, elles, sont plutôt traitées comme des organisations politiques. L'analyse des schémas narratifs utilisés dans les articles montre par ailleurs que les médias associent, par exemple, l'islam au «coupable», le protestantisme à la «bonne mère» ou le judaïsme à la «victime» (voir tableau ci-dessous).

Quel rôle jouent les médias dans le conflit entre cultures? Pour le groupe de recherche, on ne peut pas affirmer que les médias encouragent, par exemple, le rejet de l'islam par une partie de la société suisse. On peut en revanche affirmer que les médias ne font rien pour accroître la tolérance envers les communautés religieuses présentes en Suisse.

Réticence des communautés face aux médias

Le thème de la religion n'est tout simplement pas proche de leurs préoccupations. Dans ce cadre, la large couverture de la campagne de votation sur l'initiative anti-minarets fait figure d'exception, selon le groupe de recherche. Les scientifiques constatent en outre que les communautés religieuses ne disposent pas de stratégie de communication et ne cherchent presque pas le contact avec les médias. De telles stratégies et activités de relations publiques seraient toutefois très importantes pour le positionnement des collectivités religieuses dans les médias.

Le groupe de recherche a réalisé deux séries d'entrevues qualitatives. L'une avec 35 journalistes de la presse écrite, de la radio et de la télévision en Suisse romande et en Suisse alémanique; l'autre avec 21 représentants de différentes communautés religieuses (catholique, protestante, juive, musulmane, Eglise libre, hindouiste, bouddhiste et athée) dans les régions romandes et alémaniques de la Suisse. En parallèle, les chercheurs ont procédé à une analyse quantitative des contenus médiatiques sur douze mois. Ils ont de plus comparé les comptes rendus de la presse écrite qu'ils avaient sélectionnés avec ceux d'il y a 10 ans.

Schémas narratifs et communautés religieuses

Pour analyser le contenu des comptes rendus médiatiques, les chercheurs ont eu recours aux théories de la recherche narrative. Selon elle, les journalistes font usage de schémas narratifs et associent les acteurs de leurs sujets à des figures

stéréotypées, telles celle du héros, de la victime ou du méchant. Le groupe de recherche a étudié la fréquence du recours à ces schémas en fonction des différentes communautés religieuses:

Religion / Figure	Victime	Coupable	Héros	Bonne mère	Méchant	Maniganceur
Christianisme (N=103)	6,8%	15,5%	3,9%	11,7%	2,9%	7,8%
Catholicisme (N=348)	3,7%	20,1%	11,2%	19,0%	6,9%	3,7%
Protestantisme (N=94)	1,1%	8,5%	2,1%	12,8%	4,3%	4,3%
Islam (N=192)	4,2%	26,0%	4,2%	5,7%	19,8%	5,2%
Chiisme (N=30)	10,0%	13,3%	6,7%	3,3%	30,0%	0,0%
Bouddhisme (N=79)	10,1%	10,1%	22,8%	17,7%	0,0%	16,5%
Judaïsme (N=42)	28,6%	11,9%	4,8%	7,1%	4,8%	7,1%

Des pistes pour l'avenir

Pour remédier au problème relevé par leur étude, les chercheurs du PNR 58 adressent des recommandations aux deux groupes d'acteurs concernés: les médias et les communautés religieuses.

Ils engagent les premiers à améliorer les connaissances générales individuelles des journalistes en matière de religion. Les chercheurs préconisent à cette fin d'introduire un volet consacré à la religion dans la formation de base des journalistes.

Les communautés religieuses devraient quant à elles instaurer une culture du dialogue avec les médias. Pour ce faire, les chercheurs les invitent à mettre en place des structures de communication simples et efficaces, comme désigner une personne de référence pour les journalistes. Elles pourront ensuite développer des stratégies de communication avec les médias.