

Communication sociale et publique : prisme ou foyer ?

La communication sociale : une perspective de l'Église catholique? Jean Devèze et la critique de la notion de « communication sociale »

David Douyère

Maître de conférences, Labsic, Université Paris 13, MSH Paris Nord, France
david.douyere@gmail.com

Résumé :

La notion protéiforme de « communication sociale » a fait très tôt discussion. Lors du II^e congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication (Sfsic), en 1980, le chercheur Jean Devèze y a vu un réemploi inconscient d'une notion qu'il pense forgée par l'Église catholique, au moment du concile Vatican II. C'est en effet avec le décret *Inter Mirifica* (1963) que le terme est employé par Rome pour désigner les « *mass media* » et encourager les laïcs, les prêtres, et les religieux à les utiliser pour rendre présente la parole chrétienne dans une société que les médias profanes dominent. L'expression « communication sociale » entend pour l'Église catholique signifier que la communication fait société, et réciproquement, et que les médias s'adressent à des personnes, créatrices et non simplement passives, non à une masse. Reprenant l'argumentation de J. Devèze, cet article s'appuie sur les textes conciliaires et les commentaires proposés par les experts ecclésiastiques de l'époque pour prendre la mesure du sens conféré par l'Église catholique, au début des années 1960, à la notion de « communication sociale » alors que celle-ci s'engage dans une utilisation affirmée des médias, dans une perspective d'évangélisation nouvelle qui prend conscience de la naissance d'une opinion publique soutenue par les médias de masse.

Mots-clés : communication sociale ; médias ; église catholique ; évangélisation ; sciences de l'information et de la communication ; Sfsic.

The multifaceted notion of "social communication" became a subject of debate very early on. During the 2nd Congress of the Société française des sciences de l'information et de la communication (Sfsic) in 1980, researcher Jean Devèze saw it as an unintentional re-use of an idea he believes to have been coined by the Catholic church under Vatican II. It was in fact in the Inter Mirifica decree of 1963 that the term was used by Rome to refer to "mass media" and to encourage laymen, priests, monks and nuns to use media to make the Christian Word present in a society dominated by secular media. For the Catholic Church, the expression "social communication" means that communication creates society and vice versa and that media speaks not to the masses but to individuals who are creative and not merely passive. This article reexamines Devèze's reasoning; it is based on conciliar texts and comments made by ecclesiastical experts to evaluate the meaning the Catholic Church gave to the idea of "social communication" in the early 1960s — a time when it was adopting a new form of evangelism that took into account the arrival of public opinion supported by mass media.

Keywords: social communication; media; Catholic Church; evangelism; communication studies; Sfsic.

Si la communication sociale se manifeste comme l'ensemble des processus d'échanges et de diffusion médiatique ou institutionnelle dans la société, la notion reste toutefois protéiforme, désignant à la fois la communication à travers les médias de masse dans la société, la communication institutionnelle et publique, la communication ayant le « social » pour objet, la communication associative, les phénomènes de communication interpersonnelle dans une société (Fiedler, 2007) étudiés dans une perspective de psychologie sociale, un type spécifique de communication « horizontale » entre les personnes fondée sur une égalité des parties (Collet, 1985, p. 74), la communication dans une société en lien avec la mondialisation (IAMCR, 1984) ou l'ensemble des phénomènes et processus communicationnels dans la société. Aussi la notion de communication sociale est parfois donnée, de façon générique, pour la communication dans son ensemble, quels que soient ses supports et ses médiations (Hernáiz Blázquez, 1999). Si elle est nous semble-t-il peu mobilisée en France (hormis Rouquette, 1998 ; Collet, 2004 ; Michel, 2004) — et plutôt dans des contextes professionnels ou professionnalisants —, où on lui préfère l'expression de communication et société, communication associative, publique, voire communication et espace public, la notion de communication sociale connaît un certain succès au Québec, en Italie (Gadotti, 2001 ; Cucco, Pagani, Pasquali, 2005), en Espagne, en Amérique latine, notamment. Il nous semble par conséquent pertinent de nous interroger sur l'histoire et la diffusion de cette notion, afin de tenter d'en saisir de façon plus précise quelques-uns des sens.

L'introduction de la notion protéiforme de « communication sociale » dans les sciences de l'information et de la communication (Sic) françaises ne s'est pas faite sans difficulté, et nous voudrions ici réfléchir sur ce qui a été probablement la première d'entre elles. « Communication sociale » : le terme se glisse lors d'une réunion préparatoire, au printemps 1979, du 2^e congrès de la jeune Société française des sciences de l'information et de la communication (Sfsic) qui doit se tenir à Bordeaux en 1980. Il fait l'objet d'une remarque dubitative sur son « ambiguïté », puis d'un silence sur sa portée théorique, qui se transforme en recherche et écriture. Le terme fait en effet l'objet d'une charge dénonciatrice¹ de l'enseignant et chercheur Jean Devèze dans un numéro ultérieur du bulletin de la société, l'auteur s'y demandant « comment cette création terminologique propre à l'Église catholique a pu se frayer une voie jusqu'à se glisser dans le titre de notre congrès » (Devèze, 1980), récusant ainsi le titre initial du congrès « Inforcom » de Bordeaux (1980), « Les obstacles à la communication sociale », dont les actes partiels (Sfsic, 1981) paraîtront sous un titre différent, *Les Obstacles à l'information*, dépourvu de l'épithète litigieuse, et dont les communications annoncées ou publiées portent, hormis deux d'entre elles (Guerreschi *et al.* ; Cayrol, 1981), peu trace de la notion. La « face cachée du titre » du colloque, pour reprendre l'expression de Jean Devèze, c'est pour celui-ci la création catholique de la notion de « communication sociale », effectuée selon lui afin de nommer différemment la politique d'évangélisation de l'Église et de maquiller la notion de « propagande de la foi » par un changement de discours. Cette « mise à jour » du discours vêtirait en quelque sorte le prosélytisme catholique d'habits neufs. Un glissement lexical, auquel Devèze confère une charge sémantique et politique particulière, se serait donc opéré en Sic, qui serait préjudiciable à la scientificité de la discipline.

Cette critique, qui a sa pertinence, et qui a été finalement peu reprise (hormis Linares, 1985 ; Michel, 2004, p. 93 ; Collet, 2004, p.98), mais qui a laissé quelques traces mémorielles dans la communauté scientifique française, nous semble suffisamment originale pour être remise en lumière, analysée, discutée et commentée. Elle nous introduit également

1. Qui viserait, selon un témoignage que nous avons pu recueillir, le chercheur en sciences de la communication Armand Mattelart (né en 1936) qui avait alors eu recours à cette notion, et avait été enseignant à l'université catholique du Chili, à Santiago-du-Chili.

à une étude et une réflexion sur la façon dont l'Église catholique a développé un discours et une politique de « communication sociale ». Au-delà de la question de la « communication sociale » et de la charge épistémologique ou idéologique (Devèze, 1980, 2001) du terme, cette recherche s'inscrit dans la perspective d'une compréhension des rapports entre religion et communication, sur le plan des théories et des pratiques chrétiennes de la communication, qui nous a déjà conduit à travailler sur la création d'un ordre religieux comme « organisation communicante » au XIII^e siècle (Douyère, 2010b).

Cette recherche interroge des textes peu étudiés en Sic (Douyère, 2010a) et entend éclairer d'une question communicationnelle des documents, les textes conciliaires, qui ont structuré à la fois une organisation en mutation, l'Église catholique, et qui ont constitué une création de concepts communicationnels. Cette recherche n'est donc pas véritablement historique (elle n'interroge pas archives, témoins, traces matérielles, archives et sources inédites), même si elle questionne un événement qui s'est produit dans l'histoire et s'appuie sur des documents de l'époque concernée; elle n'est évidemment pas ecclésiologique car elle ne procède pas d'une réflexion qui s'inscrirait dans le champ de l'Église; elle n'est pas davantage sociologique, mais s'inscrit plutôt dans une perspective communicationnelle qui vise à interroger les processus et théories de la communication à partir des textes qui les posent et les discutent. La méthode heuristique adoptée a consisté à partir de l'article de Jean Devèze (1980) pour lire et interroger les textes ecclésiaux cités par l'auteur (*Miranda Prorsus, Inter Mirifica*), précédant ou suivant ces derniers. De ces textes, en nous appuyant sur les études consacrées aux « moyens de communication sociale » selon l'Église catholique (Jankowiak, 1999; Giannatelli, 1999) et aux relations entre l'Église et les médias (Gabel, 1971, 1957; Pinto de Oliveira, 1992, 1968), nous sommes remonté aux commentaires proposés, le plus souvent par des membres ou des experts de la commission (Stourm, rapporteur de la commission préparatoire lors du concile Vatican II, 1964; Gabel, membre de la commission, 1966), à l'occasion de la parution du décret dans des éditions séparées, grand public ou spécialisées (par ex. Couturier, 1967), et enfin aux débats qui les ont précédés ou suivis (Schafter, 1962; Ucip, 1988; Tanner, 2005, notamment). Nous avons porté attention au cadre historique et ecclésial et à l'évolution des débats autour du vote du décret *Inter Mirifica* (1963), qui selon J. Devèze introduit cette notion de « communication sociale ». Le corpus s'est donc défini par ramification progressive; il est davantage un débat autour du décret *Inter Mirifica* qu'un texte, et ce débat est rendu ou laissé visible par des textes d'étude et de témoignage, donnés en citation, dans le souci de faire entendre les préoccupations des acteurs dans leurs mots propres autant que de ne pas recouvrir leur propos d'une conceptualisation contemporaine (Bautier, Cazenave, 2000), afin de saisir les enjeux de la réflexion ecclésiale sur l'opportunité de la « communication sociale » pour l'Église, et afin d'interroger l'éventuelle « face cachée » de cette notion.

Afin de comprendre le lien, peut-être originel, entre la communication sociale et l'Église catholique, nous proposons donc d'abord (1) de revenir sur l'interrogation, la suspicion lexicale et épistémologique et la recherche de Jean Devèze sur cette notion, en les situant, pour mieux les saisir, dans le cadre des travaux de celui-ci, puis (2) d'investiguer le sens ecclésial de la notion de « communication sociale » à partir des textes pontificaux et des commentaires qu'ils ont pu susciter, avant de nous intéresser (3) à la réflexion catholique menée juste avant le concile sur l'utilisation des médias dans une perspective chrétienne, puis de conclure, provisoirement, sur l'origine de l'expression, en pondérant le point de vue de Jean Devèze. La diversité, le renouvellement, et le développement récent de l'approche catholique de la communication et des médias, marquée notamment par la naissance de télévisions catholiques, de sites internet (Abensour, 2001), et renouvelée ou enrichie à la fois en partie par une approche des univers virtuels (notamment par les jésuites) et des réseaux sociaux (dominicains, jésuites), nous interdit d'aborder ces questions — qui feront

l'objet de recherches ultérieures — dans le cadre restreint de cet article sans en rester à des généralités. Il nous a semblé par conséquent préférable de nous en tenir à ce moment de bascul des « techniques de diffusion » aux « moyens de communication sociale » dans le discours ecclésial que constitue le décret *Inter Mirifica* du concile Vatican II, en lien avec l'interrogation de Jean Devèze.

Jean Devèze et le soupçon d'une origine ecclésiale de la notion de « communication sociale »

S'adressant, dans la *Lettre d'Inforcom* de la Sfsic (n°6, 1980), dans la rubrique « Notre champ scientifique », à la communauté française alors naissante (Boure, 2002) des chercheurs en sciences de l'information et de la communication (Sic), Jean Devèze dénonce une migration conceptuelle, subreptice et abusive selon lui. Outillé d'analyses statistiques et de tableaux d'occurrences des termes et se livrant à un travail de décorticage et de comparaison des occurrences, Jean Devèze montre — et il tiendra, vingt ans plus tard, ceci pour démontré (2001, p. 21) — que le terme de « communication sociale » apparaît avec le décret *Inter Mirifica* (1963), notant qu'il est absent de l'encyclique *Miranda Prorsus* (1957). L'expression constituerait donc « une création conceptuelle de l'Église catholique ». C'est, selon lui, par le biais des facultés catholiques au Québec, en Amérique latine, en Afrique, en Belgique (Gryspeerd, 2007), notamment, que le terme se serait probablement diffusé dans le monde, se banalisant, en quelque sorte, avant de revenir dans la communauté française des Sic, à la veille du congrès de Bordeaux (1980). Il y voit naturellement une influence idéologique subreptice, que sa recherche entend prévenir.

C'est d'ailleurs un des sens que Jean Devèze (1934-2003)², chimiste de formation (Laulan, 2004; Michel, 2003), assistant en physique, proche d'Abraham Moles (Devèze, publ. 2004), créateur et responsable du département audio-visuel de l'Université Paris 7 (Jussieu)³, entend donner à sa recherche. Dans sa thèse de doctorat d'État⁴, *Le Sens de la flèche*, consacrée à une analyse sémiotique et symbolique de l'usage du signe de la flèche, dans les différents usages qui en est fait en tant que logo (couvertures de livre, notamment), et dans l'art chrétien (figure de saint Sébastien, objet de la thèse complémentaire⁵), Jean Devèze écrit qu'il effectue ce travail afin de mettre en lumière et d'éviter « la manipulation inconsciente des esprits par des signes apparemment si anodins qu'on ne les perçoit que distraitemment » et entend prévenir « les conséquences perverses d'une invasion sémiologique qui demeurerait voilée ». C'est donc à une « attitude de lucidité face aux prestiges de la flèche, face à ses mirages comme à ses perversions, qu'il convient d'appeler fermement [...] l'ensemble des citoyens. » La flèche, « vecteur métaphorique du transfert du message et de l'information communiquée par elle (Devèze, 1986, p. 1278) » serait en effet — et ceci est déjà, en quelque sorte, une recherche en « communication sociale » au sens actuel —, dans sa « plasticité sémantique », un « outil manipulateur d'autant plus efficace qu'il est banalisé ». « Si l'on n'y prend garde, elle peut se faire l'instrument de l'aliénation de l'Homme et des sociétés toujours menacées par les idéologies totalitaires et les pratiques unidimensionnelles (*Idem*, p. 2501) ». Portant son attention à « la cible, la victime, les destinataires », Jean Devèze développe donc une approche politique et à visée émancipatrice des Sic en ce sens que, suivant en cela la perspective maçonnique (Bacot, 2007) qui était la sienne et l'esprit des Lumières, il assigne à la connaissance, entendue comme un dévoilement, une fonction éclairante et libératrice, et non seulement

2. Nous remercions les personnes qui l'ont connu et qui ont bien voulu s'entretenir avec nous de ce chercheur et nous transmettre des documents.

3. Il enseignera ensuite à l'université du Havre puis de Marne-la-Vallée.

4. Sous la direction de Jean Duvignaud, 5 tomes, 2561 p.

5. Volumes 6 et 7 de la thèse.

de description et d'observation scientifique. C'est en ce sens que l'on peut comprendre son investigation des textes de *Miranda Prorsus* et *Inter Mirifica* à la recherche de la notion de « communication sociale », alors qu'il met en évidence un « changement de vocabulaire » qui correspondrait selon lui à un « changement de décor au Vatican », l'Église faisant le choix de « se tourner vers les temps présents ». C'est cette perspective à quoi s'ajoute une nette dimension anticléricale, qui l'amène à établir que « La notion de communication sociale est une production idéologique datée du concile Vatican II et produite par une institution considérable, l'Église de Rome ». J. Devèze reviendra sur ce point à plusieurs reprises : en 1985 lors des rencontres internationales de la communication sociale de Pont-à-Mousson (Collet, Linares, 1985), et de façon rétrospective et dans le cadre plus ample d'une histoire de la communication de l'Église catholique en 2001.

L'article « La face cachée du titre » étant aujourd'hui peu accessible, résumons-en rapidement la thèse et l'argumentation. C'est pour J. Devèze l'exigence d'une présentation doctrinale différente dans les plus importants textes du concile Vatican II (1980, p. 12, col. 2), qui fait disparaître la notion de propagande et de propagation de la foi (2001, p. 21), qui est à l'origine de la création de la notion de « communication sociale ». L'Église adopte ainsi « un discours entièrement nouveau », « moins agressif et voyant » (2001, p. 21), autour d'un terme créé, lui aurait déclaré celui-ci, par le père jésuite Enrico Baragli (expert auprès de la commission préparatoire du décret *Inter Mirifica*, et spécialiste romain de la communication sociale, compilateur des textes officiels de l'Église sur les médias : Baragli, 1965, 1973). Comparant la lettre encyclique de Pie XII sur le cinéma, la radio et la télévision *Miranda Prorsus* (1957) et le décret conciliaire *Inter Mirifica*, promulgué par Paul VI (1963), il montre que, de l'un à l'autre texte, si les termes évoquant les instruments et les moyens techniques d'une part, l'information et l'image, d'autre part, sont à peu près équivalents, en termes d'occurrence (28/36; 13/11), les mots évoquant la diffusion et la transmission s'effacent (43/3) au profit de ceux évoquant la communication (6/40). Ce « changement de vocabulaire (1980, p. 15 col. 1) » montre que « l'une des voies de la mise à jour de la présentation de la doctrine catholique consiste à remplacer le discours de la transmission et de la diffusion par un discours de la communication en général et de la communication sociale en particulier. » La notion apparaît 36 fois dans le décret *Inter Mirifica* (et 42 fois dans l'ensemble des textes conciliaires). Et de conclure que la notion de communication sociale se diffuse « dans un contexte d'ignorance relative générateur de confusion », et que les Sic doivent donc garder leur vigilance face à aux créations conceptuelles de l'Église.

L'Église a d'ailleurs eu conscience de l'originalité de cette création conceptuelle, aujourd'hui diffusée dans la culture académique mondiale : « La formule même “moyens de communication sociale”⁶ est une heureuse trouvaille », écrit le père Gabel, expert de la commission pontificale du décret *Inter Mirifica* (Gabel, 1966, p. 384; repris par Couturier, 1967). « Le mot “moyen” est préférable à technique; “communication” à “diffusion”; “sociale” à “collective” ou “de masse”. Mais il serait grandement souhaitable que l'expression soit utilisée par d'autres milieux que les catholiques ». « La notoriété même du concile, ajoute-t-il, contribuera peut-être à répandre l'expression; quoi qu'il en soit, l'optique qu'elle révèle est d'une extrême importance pour la mise de ces moyens au service de l'évangélisation. »

6. Qui n'apparaît pas dans les textes du père Gabel avant le concile. Il n'en est vraisemblablement pas l'auteur.

L'élaboration catholique de la notion de « communication sociale » au moment du concile Vatican II

L'Église n'a pas attendu le 2^e concile œcuménique du Vatican (1962-1965) pour réfléchir aux médias — ce qu'elle a fait dès 1487⁷ à l'apparition de l'imprimerie (Pinto de Oliveira, 1992) —, au contrôle ou à l'utilisation dont ils pouvaient faire l'objet (Nobécourt, 1994), dans le cadre de la *Propaganda Fidei*, à leur utilisation apostolique, missionnaire, éducative (Moeglin, 2005) et pour développer des pratiques médiatiques innovantes, tant avec le cinéma, la radio que la télévision (Morelle, 2009). Les textes de l'Église sur les médias sont extrêmement nombreux et remplissent des anthologies, incomplètes, de 500 à presque 1500 pages (Médiathec, 1990; Eilers, Giannatelli, 1996; Baragli, 1973)! Au-delà, la prédication et la mission, la « transmission de la parole » sont parmi les fonctions dont l'Église se sent assignée depuis son origine (Ruszkowski, 1986, p. 236). « L'Église pratique la communication avec succès depuis les origines de la prédication apostolique », écrit le père dominicain C. J. Pinto de Oliveira (1992, p. 160), qui développe une théologie de la communication au service de l'éthique chrétienne. Mais c'est, suivant la théologie chrétienne catholique, sous l'égide de l'Esprit Saint, qui, selon le Pape et les pères conciliaires, anime le concile Vatican II, que l'Église communique : c'est le Paraclet (l'Esprit saint) qui « instaure l'Église lieu de communication » ; la communication est donc « reçue avant que d'être donnée » (Carraud, 1987), ce qui fait dire à ce philosophe chrétien que « Le paradigme, ecclésial, de la communication est sans media ». Ou plutôt, l'Église est ce média.

Avec le concile Vatican II, dans cet *aggiornamento*, cette « mise à jour » de l'Église qui entend se réapproprier le monde dont elle s'est écartée par une sacralisation excessive, l'Église catholique envisage à la fois de rénover sa liturgie, de redéfinir les fondamentaux de la foi, et se rapprocher du monde moderne, consacrant un mouvement de rénovation apparu au XIX^e siècle avec le développement de la critique historique biblique et le catholicisme social. Un texte mineur du concile (Boullet, 1985), *Inter Mirifica*, va s'intéresser, trop tôt dans la progression du concile Vatican II, semble-t-il, au développement des médias dans le monde contemporain, et y inscrire l'Église, vigilante et apostolique. Le pape Jean XXIII, initiateur du concile, qui, à sa mort (3.06.63), sera poursuivi par Paul VI (21.06.63), accordait en effet de l'importance à la question des médias (Stourm, 1964), et emploie déjà, en 1962, le terme de « communication sociale » : « Chacun sait la puissance et l'importance de ces inventions et de ces moyens de communication sociale, l'influence qu'ils ont sur les âmes » (Jean XXIII, 1962). « Parent pauvre du concile » (Boullet, 1985, p. 23), prématuré (Couturier, 1967), soumis aux pères du concile dans un esprit de « détente » (*sic*), et pour que, la discussion théologique sur le schéma « les sources de la révélation » s'enlisant, un décret paraisse néanmoins et soit le signe aux yeux du monde de l'avancée productive du travail conciliaire⁸, insuffisamment discuté, objet d'opposition croissante et coordonnée des pères (il sera jugé « *non placet*⁹ » par un quart d'entre eux¹⁰), *Inter Mirifica* semble en retrait par rapport aux grandes constitutions de Vatican II comme *Gaudium et Spes* ou *Lumen Gentium* : « Tout le monde reconnaît qu'il reste fort en deçà des perspectives de la constitution pastorale sur l'Église et le monde, et qu'il aurait gagné à y être intégré (Couturier, 1967, p. 163) ».

Les « moyens de communication sociale » (presse, cinéma, radio et télévision) sont pour l'Église catholique — qui parle aussi, dans un second temps de « communications sociales »,

7. Innocent VIII, constitution « *Inter multiplices* », 17 novembre 1487 (texte in Pinto de Oliveira, 1992, p.351-357).

8. Le décret *Inter Mirifica* a donc lui-même, en ce sens, une fonction communicationnelle et de « communication sociale »...

9. « Qui ne convient pas ».

10. Contrairement à ce qu'affirme Devèze (2001) qui confond avec le vote sur le premier schéma du décret, bien plus favorable.

au pluriel (comme le relève à juste titre Nobécourt, 1994) — des « moyens qui, de par leur nature, sont aptes à atteindre et à influencer non seulement les individus, mais encore les masses en tant que telles, et jusqu'à l'humanité tout entière » (*Inter Mirifica*, 1963). Le terme est justifié de la façon suivante aux pères du concile : « Il n'est pour notre époque aucun véhicule plus efficace des doctrines et des opinions [que les médias de masse]. C'est pourquoi dans le schéma que nous vous présentons, ces techniques sont appelées « moyens de communication sociale » car elles constituent pour s'adresser aux hommes et pour permettre aux hommes de communiquer entre eux des moyens plus universels et efficaces qu'aucun autre (Stourm, 1964, p. 15). » « Communication » est une façon d'éviter la réduction à la technique (Murickan, 2008, notamment), « sociale » évite la notion de masse, en valorisant les « personnes » (Idem), et indique que la communication serait cause et effet de la socialisation (Baragli, 1983 ; Giannatelli, 1999, p. 43), en posant les usagers des médias comme des acteurs et non comme des récipiendaires passifs (Gabel, 1966).

Les médias sont, dès le titre du décret, entendus comme des « merveilles », des « dons de Dieu » destinés à opérer dans le « plan du salut ». Ils présentent une occasion d'apostolat unique et inédit : « Que penser de cette occasion qui est offerte à l'Église pour la première fois dans son histoire de faire parvenir ce message au monde entier ? » (rapport présenté par Mgr Stourm au concile le 30.11.62 ; Stourm, 1964, p. 16). « Ces puissantes inventions que Dieu a voulu mettre entre nos mains, poursuit le rapporteur de la commission préparatoire aux pères du concile, ne sont-elles pas des dons de sa Providence pour que nous puissions répandre le message chrétien avec plus de rapidité, d'universalité et d'efficacité¹¹ ? Si nous considérons le sens profond de ces possibilités modernes, nous voyons que Dieu lui-même nous invite à les mettre à son service. » Les laïcs sont donc invités à utiliser les moyens de communication sociale, à se former à leur maniement, mais aussi à prendre garde à leur usage, notamment de la part de leurs enfants, et à s'y investir, comme les prêtres, au nom de l'Église. L'« ambivalence » de ces moyens est mentionnée ; ils ne préservent pas l'intériorité, et ne créent pas un climat favorable à l'éclosion de la foi : « les techniques modernes de diffusion et la presse en particulier, travaillent de nos jours dans une perspective de masse et arrachent l'Homme à son intériorité pour le disperser sur mille choses brillantes et fugaces », écrit le père Gabel (1957, p. 17). Ils procurent le nécessaire et bienfaisant loisir et diffusent l'information utile, mais peuvent pervertir, car ils disposent d'un « mode d'action propre » : « leur puissance d'impact [est] telle que les hommes [...] ne peuvent que difficilement s'en rendre compte, la dominer ou, le cas échéant, la rejeter. » Le rôle de l'Église est donc, de son point de vue, de prévenir et prémunir l'homme, ou de les utiliser à son (bon) escient.

La « communication sociale » doit donc être « évangélisée », et c'est ce que propose *Inter Mirifica* : qu'un regard chrétien y pénètre et la transcende. La notion de « communication sociale » peut être alors entendue comme une forme nouvelle de la relation de l'Église catholique au monde moderne, Église qui doit savoir se faire entendre des sociétés contemporaines et utiliser les moyens de communication que celles-ci proposent, si elle veut rester présente dans l'opinion publique. Un « Conseil pontifical pour les communications sociales » sera créé, ainsi qu'une « Journée mondiale des communications sociales » (« au cours de laquelle on fera prendre conscience aux fidèles de leurs devoirs en cette matière ») et une collecte spécifique de fonds pour assurer aux médias chrétiens l'indépendance et l'autonomie nécessaire. La particularité du concile Vatican II est, effectivement, et sur ce point Jean Devèze (1980) a raison, de faire apparaître la notion de « moyens de communication sociale » pour désigner ce qui l'était précédemment de façon non subsumée, sous le nom de chaque média (radio, cinéma, télévision) ou par le terme de « techniques de diffusion ».

11. F. Balle évoque l'élection de J.F. Kennedy, le discours d'Alger du général de Gaulle, ou encore, sur un autre plan, l'apparition de l'émission « Salut les copains ».

C'est semble-t-il pour trouver un terme moins péjoratif et englobant que « communication de masse » pour traduire, ce qui est manifestement le souci du Vatican, l'américain « *mass media* », que le terme de « communication sociale » est adopté, pour désigner ce qui dans la société circule comme production industrielle et médiatique de sens, sans contrôle de l'Église. Dans quelle mesure, comme le pense Nobécourt (1994, p. 423), le terme est-il emprunté à ses différents usages américains (*social communication*) en psychologie sociale, sociologie de la communication, étude de la propagande, analyse fonctionnaliste de l'effet des médias dans la société entre les années 1920 et 1950? Il est difficile de le dire sans mener une recherche conséquente et probablement infructueuse, car elle ne saurait prouver la filiation, ni déterminer une origine unique du terme. La présence d'un cardinal américain, Mgr Martin J. O'Connor, à la tête de la commission conciliaire d'*Inter Mirifica*, a-t-elle joué un rôle? Les thèses de Marshall Mac Luhan — converti au catholicisme dès 1937 — sur les médias, bien que celui-ci annonce en 1962 l'entrée dans la « galaxie Marconi », nous semblent trop éloignées de celles d'*Inter Mirifica* pour laisser penser qu'il ait pu jouer un rôle indirect dans l'élaboration de ce décret ou de la notion même de « communication sociale », rôle qu'il jouera en revanche ultérieurement auprès de la commission (1976), son influence étant par ailleurs visible alors chez plusieurs théoriciens de la communication chrétiens (notamment Emile Gabel autour de 1970, et Pierre Babin ; Abensour, 2000).

Le développement de la propagande, notamment par le communisme, le nazisme et le fascisme, l'utilisation des moyens de télécommunications et des médias durant la Seconde guerre mondiale, par le pape Pie XII lui-même, le développement des moyens techniques de diffusion et de communication, que le Vatican suit avec intérêt depuis le début du XX^e siècle, et, probablement, la survenue d'un certain nombre d'événements internationaux orientant l'attention et la réflexion sur la portée de la communication (Balle 2009, p. 640¹²) ont incité le Vatican, sous l'impulsion d'acteurs des médias chrétiens, entendus par des évêques et sollicités à titre d'experts dans la commission préparatoire — parmi lesquels on peut citer le père Émile Gabel, augustin de l'Assomption, directeur des éditions de la Bonne Presse (1943-1949) puis rédacteur en chef du journal *La Croix* (1949-1957), et secrétaire de l'Union internationale de la presse catholique (Gabel, 1971 ; Ucip, 1988), le père Raymond Pichard, dominicain, fondateur de l'Office chrétien de radio télévision, OCRT (voir Morelle, 2009), notamment — et de débats préalables, à englober ces phénomènes pour inviter à une appropriation de ces outils par l'Église. D'aucuns verront d'ailleurs dans le texte *Inter Mirifica*, jugé très décevant en milieu du concile, quand celui-ci élargit et transforme les perspectives initiales de l'Église, davantage une confirmation et une « légitimisation » (Ruszkowski, 1986) des pratiques, donnant un assentiment (attendu) aux acteurs investis dans les pratiques médiatiques afin qu'ils poursuivent leur investissement dans celles-ci, et incitant à la formation des prêtres et des laïcs, qu'un véritable apport théologique, qui résidera plutôt dans l'instruction pastorale *Communio et Progressio* (1971), document qui, prévu par le décret *Inter Mirifica*, en spécifiera la portée théologique et le champ d'application.

Le texte *Inter Mirifica* est significatif, au-delà de l'affirmation que l'Église a le droit et le devoir de recourir aux médias, à la fois, en tant que « mère », instructrice et bienveillante, pour protéger les fidèles du mal, et pour encourager à la vie chrétienne — affirmations qui furent jugées moralisatrices et dépassées par de nombreux pères du concile —, en ce qu'il affirme, aussi, le droit à l'information des peuples. Le bon usage du droit à l'information requiert toutefois « que ce qui fait l'objet de la communication soit toujours vrai, intègre, conforme à la justice et à la charité, et que le mode de cette même communication soit honnête et convenable. » Le décret invite à cet effet les catholiques à s'appropriier les médias ; la perspective est celle de la présence de l'Église dans l'opinion publique, en partie façonnée

12. Nous soulignons.

ou accompagnée par les médias, suivant en cela les réflexions américaines d'avant-guerre sur l'« influence » des médias.

Une réflexion catholique sur l'utilisation des médias dans une perspective chrétienne

La question est donc celle, pour l'Église, de l'influence, de la préservation et du maintien de celle-ci dans une société en transformation médiatique accélérée. L'expression de « moyens de communication sociale » dit, en ce sens, que l'Église catholique souhaite se donner les moyens de développer son influence sur la conscience moderne. « Communication sociale » désigne ce qui a commencé, depuis les années 1930, de se développer sans elle. « Moyens », son souhait d'y prendre sa place, et la politique afférente qui doit se déployer. Mais cette réflexion n'a pas commencé avec l'ouverture du concile. Le décret *Inter Mirifica* s'inscrit également, ce que n'a pas étudié Devèze, dans le cadre d'un débat public pré-conciliaire sur l'Église et les médias, la presse, notamment, qui a eu lieu dans les milieux catholiques investis dans la presse (autour de *La Vie catholique illustrée*, qui avait créé un supplément intitulé *Opinion publique*, notamment, et du centre national de la presse catholique, le CNPC), suite à l'investissement de nombreux chrétiens dans les médias et, plus largement, l'activité sociale, précisément. À la veille de l'ouverture du concile, une réflexion se forge en effet dans les milieux catholiques sur la nécessité d'une prise des chrétiens sur l'opinion publique. Dès 1949, la question de l'opinion publique est inscrite à l'ordre du jour d'un éventuel concile (Jankowiak, 1999, p. 19), en lien avec l'apostolat.

Lors d'un colloque à Royaumont consacré à l'Église et l'opinion publique (Schafter, 1988), et auquel participe le père assomptionniste Émile Gabel, un des experts du concile pour le décret *Inter Mirifica*, est évoquée notamment (Schafter, 1962) la nécessité d'une « action nouvelle sur les mentalités » dans un contexte de développement des médias, « dans un monde en mouvement ». Les techniques de diffusion, « capables du meilleur et du pire » (*idem*, p. 85), sont perçues comme une « source importante de déchristianisation » en France (p. 87). Elles se développent, explique André Schafter, président du centre national de la presse catholique (CNPC), de façon exponentielle : « toutes les techniques de communication s'améliorent sans cesse, et loin de se nuire les unes les autres elles cumulent leurs influences » (p. 86) ; surtout, elles ont « une puissance telle qu'elles conditionnent les mentalités ». On comprend bien, en regard de ces propos, la perspective que va adopter le concile Vatican II quelques mois plus tard.

Une organisation originale, une mobilisation chrétienne est appelée des vœux d'André Schafter, le futur patron de presse catholique (groupe Malesherbes, hebdomadaire *La Vie*), pour agir de façon chrétienne sur l'opinion : « un apostolat de l'opinion publique », qui assure la présence de l'Église dans l'opinion (p. 89) doit être mis en place, explique-t-il, et pas seulement dans une perspective de contrôle (p. 97) ou moralisatrice. On voit que la notion d'« opinion publique » se reconstitue en milieu chrétien, et qu'elle interroge l'action apostolique de l'Église catholique.

En effet, « au moment où l'homme moderne reçoit chez lui, sans même les demander, des quantités d'informations sur sa Radio, sa Télévision, [...] il est bon, il est nécessaire que soient pensées et mises en place des formules de diffusion massive permettant à l'Église de faire entendre sa voix partout. » « C'est, conclut-il, au niveau d'une *fonction vitale* que nous sommes appelés à travailler (p. 100) ». Ces propos qui précèdent de quelques mois le début du concile, par un professionnel de la presse catholique, nous semblent éclairer assez justement sinon la perspective d'*Inter Mirifica*, qui en est toutefois très proche, la

dimension moralisatrice en plus, du moins le contexte de son apparition et les orientations à l'œuvre parmi les militants de la presse (Schafter, 1988) et des médias catholiques.

Si le terme de « communication sociale » n'apparaît pas ici, et est sans doute une création conciliaire, peut-être du père jésuite E. Baragli, les termes de l'exposé du décret sont posés, et il s'agit bien de l'influence et de la place de l'Église dans le choral médiatique, qu'il convient de développer. En ce sens, l'appel à utiliser les « moyens de communication sociale » dans une perspective chrétienne est un prolongement, renouvelé terminologiquement, de l'idée de l'idée d'« apostolat par la presse (Schafter, 1953) » et les médias. Les « moyens de communication » de masse sont donc des moyens d'action sur l'opinion. Ils permettent d'« agir sur le système, voire à l'intérieur du système lui-même (Pinto de Oliveira, 1992, p. 178) ». Il s'exerce une communication sociale dans laquelle l'Église entend prendre place. La notion de communication sociale résume donc, sous la plume des pères conciliaires, l'espace médiatique, davantage que les échanges interpersonnels, dans lequel l'Église doit avoir, sinon une emprise, du moins une présence, pour pouvoir continuer à témoigner de la foi chrétienne dans un monde qui se transforme et se laïcise.

« Ce monde qui est profondément imprégné par les moyens de communication sociale », expliquait aux pères assemblés le rapporteur de la commission initiale, Mgr Stourm, dans un esprit encore pré-conciliaire, « et qui le sera encore davantage demain, est notre monde. Ou bien il sera marqué par le matérialisme, la brutalité ou le paganisme, ou bien il respirera un air chrétien. Cela dépend de nous; et parce que les peuples et les nations sont guidés par les opinions et les idéologies qui sont dominantes dans le monde, cela dépend de ces instruments qui sont les premiers facteurs de ces opinions. C'est pourquoi, sous la conduite de ses pasteurs, l'Église se penche sur ces techniques, car elle sait qu'elles sont de première importance pour instaurer un ordre nouveau (Stourm, 1964, p. 20) ». Au-delà, ces moyens de communication sont également perçus comme permettant de procéder à « l'unité du monde voulue par Dieu, qui apparaît réalisable aujourd'hui grâce aux techniques de communication (*Idem*, p.40) », rejoignant une problématique qui, appliquée aujourd'hui de façon laïque à l'internet (Bautier, 2003), trouve ses racines dans la réflexion sur la presse au XIX^e siècle (Bautier, Cazenave, 2000).

La réflexion sur le texte d'*Inter Mirifica* ne doit pas faire oublier que si l'Église par ce texte s'ouvre davantage aux médias, elle l'a fait bien davantage, comme l'observent un certain nombre de commentateurs (notamment Giannatelli, 1999, p. 21), en pratique durant le concile, du fait de la très importante couverture médiatique de celui-ci, qui à ses yeux dénature son message et la transforme (González Molina, 1971; Defois, 1997, p. 14); les journalistes accrédités qui couvrent en direct le concile interviewent les pères conciliaires à la sortie même des sessions... Introduisant l'Église par les médias dans l'arène de l'opinion publique, le texte d'*Inter Mirifica*, et la pratique informationnelle au moment de Vatican II va aussi faire entrer la liberté d'opinion et la liberté d'information dans l'Église (Gabel, 1971) d'une façon peut-être plus redoutable encore.

Conclusion

Le discours prônant l'utilisation des « moyens de communication sociale » atteste davantage, selon nous, d'une mutation de l'Église qui s'approprie des dispositifs médiatiques pour « parler au monde de ce temps (Defois, 1997) », et les intègre jusque dans son droit propre, le droit canonique (Lorusso, 1996), que, nous semble-t-il, d'une dissimulation de sa pratique évangélisatrice ou de son souci de propagation de la foi, qui restent forts, et tout à fait marqués par ailleurs. Le texte *Inter Mirifica* concrétise et « labellise » des pratiques médiatiques ecclésiales, fait des médias un champ de la mission chrétienne, qui se trouve

ainsi étendue, plus qu'il ne constitue une « opération de communication » de l'Église qui voudrait « changer son image. » La « mise à jour » se fait ailleurs, sur d'autres points (liturgie, autres confessions), dans d'autres textes du concile.

La question soulevée par Jean Devèze sur l'origine ecclésiale de la notion de « communication sociale » appelle par conséquent une double réponse. Si l'expression existe bien avant le concile Vatican II dans la littérature psychologique, sociologique et de science politique américaine à propos des relations entre médias de masse, propagande et société, notamment, et qu'elle a dû être entendue et implicitement connue sinon parmi les pères du concile, notamment américains (Mgr O'Connor), du moins par les spécialistes des médias — qui, cependant, ne l'emploient pas avant le concile, pour ce que nous avons pu en voir —, elle n'en est pas moins recréée ou renforcée par celui-ci, qui la substitue à la notion de « techniques de diffusion », permet un dépassement de la technique pour proposer une approche perçue comme « holistique » (Murickan, 2008), et évite par cette notion nouvelle l'emploi de l'expression *mass media*, jugée anonyme et péjorative, non respectueuse de la « personne » humaine (Boulet, 1985, p. 27).

Surtout, l'expression englobe et désigne la stratégie d'appropriation médiatique de l'Église, qui prolonge et n'efface pas la notion de propagande, qui devient « évangélisation ». La « communication sociale » est donc ce champ que l'Église voit surgir des techniques de communication de masse dans la société et qu'elle entend ne pas laisser trop longtemps étrangère à sa connaissance. Le terme « social » ne lui était pas étranger (tant par les « semaines sociales » que par sa « doctrine sociale »), la communication ne l'était que dans son mot (toutefois employé en théologie trinitaire et en liturgie, à propos des sacrements) : l'un et l'autre associés marquent son entrée dans une laïcité qu'elle accepte autant qu'elle veut la soumettre, et rappelle que cette communication n'est pas « divine » (Révélation, liturgie, sacrements, Parole). Au tournant des années 1960, suivant en cela l'émergence de « logiques sociales » plus anciennes, les « relations publiques généralisées » décrites par B. Miège (1989) gagnent aussi l'Église, conquise à son tour par la communication, à laquelle elle lèguera malgré elle une expression qui exprimait le terme de son projet. Le père Boulet exprime sans doute assez bien le sens réel que donne l'Église catholique à cette notion quand il commente (1985, p. 55) en ces termes les textes du concile Vatican II sur les médias : « La communication sociale est une forme de dialogue des hommes entre eux. Elle doit conduire au dialogue avec Dieu. »

Références

- Abensour, C. (2001). Les modalités paradoxales de la présence chrétienne sur internet. Dans : Sfsic, *Émergence et continuité dans les recherches en information et communication*, actes du 12e congrès national de la Sfsic, 10-13 janvier 2001, Paris, France : p.105-110.
- Abensour, C. (2000). *La place de l'image dans la communication religieuse : Église du visible, Église de la parole*. Thèse de doctorat non publiée, Université Paris 13, France.
- Bacot, J.-P. (2007). *Les sociétés fraternelles, un essai d'histoire globale*. Paris, France : Dervy.
- Balle, F. (2009). *Médias et Société*, Paris, France : Montchrestien, Lextenso.
- Baragli, E. (1983). I "Mass media" nel nuovo Codice di Diritto Canonico. *Civiltà Cattolica*, 3, 124.
- Baragli, E. (1973). *Comunicazione, comunione e Chiesa*, Rome, Italie : Studio Romano della comunicazione sociale.
- Baragli, E. (1965). *Cinema cattolico, documenti della S. Sede sul cinema*, Rome, Italie : Città Nuova, Studio Romano della Comunicazione Sociale.
- Bautier, R. (2003). L'Internet comme cerveau mondial. *Esprit critique*, 5(4).
- Bautier, R., Cazenave, É. (2000). *Les Origines d'une conception moderne de la communication : gouverner l'opinion au XIXe siècle*, Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Boulet, M. (1985). *Le Choc des médias*, Paris, France : Desclée.
- Boure, R. (dir.). (2002). *Les Origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*, Lille, France : Presses universitaires du Septentrion.
- Carraud, V. (1987). De la communication à la liturgie. *Communio*, 12(6), 4-11.
- Cayrol, R. (1981). Les obstacles à la communication politique sociale économique, in Sfsic (1981), 149-165.
- Cloutier, J. (1975). *L'Ere Emerec ou la communication audio scripto visuelle*, Montréal, Canada : Presses de Montréal, 2001.
- Collet, H. (2004). *Communiquer : pourquoi, comment, le guide de la communication sociale*, Eaubonne, France : Cridec.
- Collet, H. (1985). La communication sociale, un enjeu vital pour les associations. *Les Cahiers de l'animation*, 52(4), Inep, 71, 74-78.
- Congar, Y. (1962-1965). *Mon Journal du concile*, Paris, France : Le Cerf, 2002 (deux tomes).
- Conseil pontifical pour les communications sociales (2002). *L'Église et Internet* (en ligne).
- Couturier, C. (1967). Avant-Propos et Présentation du Décret sur les moyens de communication sociale, in *Activité missionnaire et moyens de communication sociale, textes conciliaires de Vatican II, prés. et éd. par Charles Couturier*, Lyon, France : Apostolat des éditions, p.9-12, 163-167, 169.
- Cucco, E.; Pagani, R.; Pasquali, M. (2005). *Primo rapporto sulla comunicazione sociale in Italia*, Rome, Italie : Osservatorio Campagne di Comunicazione Sociale (OCCS), RAI ERI.
- Defois, G., Tincq, H. (1997). *Les Médias et l'Église, Évangélisation et information : le conflit de deux paroles*, Paris, France : CFPJ.
- Devèze, J. (2004). Abraham Moles, un exceptionnel passeur transdisciplinaire. *Hermès*, 39, 189-200.
- Devèze, J. (2001). Un regard communicationnel sur l'histoire de l'Église de Rome : la communication de l'institution ecclésiastique des origines à nos jours, Actes des 4^{es} journées d'études Org&Co, *Communication organisante ou organisation communicante, confrontations et dynamiques*, Castres, Toulouse, 7-9 juin 2001.

- Devèze, J. (1986). *Le Sens de la flèche*. Thèse de doctorat non publiée, Université Paris 7, France.
- Devèze, J. (1980). La face cachée du titre, *Lettre d'Inforcom*, 6, 11-16.
- Douyère, D. (2010a). Communication et religion chrétienne catholique, *Cahiers de la Sfsic* (Société française des Sciences de l'Information et de la Communication), 5, 17-18.
- Douyère, D. (2010b). Une organisation fondée pour communiquer : l'Ordre des frères prêcheurs (1215-1228). Dans : C. Loneux, B. Parent (dir.). *Communication des organisations : recherches récentes* (t. 1, p. 145-152), Paris, France : L'Harmattan.
- Eilers, F.-J. et Giannatelli, R. (1996). *Chiesa e comunicazione sociale. I documenti fondamentali*, Rome, Italie : Elle Di Ci.
- Eilers, F.-J.; H., K.; Hosse, J.; Schmolke, M. (dir.). *Kirche und Publizistik, Dreizehn Kommentare zur Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ mit dem deutschen originaltext*, Munich, Allemagne : Verlag Ferdinand Schönig, 1972.
- Fiedler, K. (dir.). (2007). *Social communication*, New-York, NY, Psychology Press.
- Gabel, É. (1971). *L'Enjeu des médias*, éd. par Pierre Fertin, Paris, France : Mame.
- Gabel, É. (1966). Introduction au décret sur les moyens de communication sociale *Inter Mirifica*, in Concile œcuménique Vatican II, *L'Église dans le monde, l'apostolat des laïcs, la liberté religieuse, les moyens de communication sociale*, Paris, France : le Centurion, 1966, p.375-389, et notes du décret p.391-392.
- Gabel, É. (1957). *La Presse catholique pour quoi faire ?*, Paris, France : Alsatia.
- Gadotti, G. (dir.). (2001). *La Comunicazione sociale. Soggetti, strumenti e linguaggi*, Milan, Italie : Arcipelago.
- Gendrin, B. (1995). *Église et société : communication impossible ?*, Paris, France : DDB.
- Giannatelli, R. (1999). Église et communication sociale : L'enseignement de l'Église catholique dans les documents pontificaux et conciliaires, *L'Année canonique*, congrès Églises et Médias, 41, 41-55.
- González Molina, A. (1971). *La Iglesia en la encrucijada de la comunicación social*, Madrid, Confederacion española de Cajas de Ahorros.
- Gryspeerd, A. (2007). Catholicisme et communication en Belgique, *Hermès*, 48, 33-38.
- Guerreschi, J., Perrot, M., Thibault, G. (1981). La communication sociale comme bruit métacommunicationnel, in *Sfsic* (1981), 135-146.
- Hernández Blázquez, J. I. (1999). *Historia de la comunicación social : de Altamira a Parque Jurásico*, Madrid, Espagne : Universitas.
- IAMCR, International association for mass communication research (1984). *Social communication and global problems*, Prague Conference.
- Inter Mirifica*. Décret du concile Vatican II, 4.12.63 (disponible sur le site internet du Vatican).
- Jankowiak, F. (1999). « *Fides ex auditu* », l'Église et les moyens de communication sociale à l'époque contemporaine, *L'Année canonique*, 41, 7-39.
- Jean XXIII (1962). Allocution de clôture, V^e session de la commission centrale préconciliaire, 3 avril 1962, *La Documentation Catholique*, col. 567-573.
- Laulan, A.-M. (2004). Jean Devèze (1934-2003), un transfuge novateur, *Hermès*, 38, 216-217, et Hommage à Jean Devèze, Org&Co, Sfsic, bulletin de liaison trimestriel, 5, 33-34.
- Linares, Ch. de (1985). Rencontres internationales de la communication sociale de Pont-à-Mousson des 24, 25 et 26 juin 1985, *Les Cahiers de l'animation*, 52(4), Inep, 72-73.

- Lorusso, L. (1996). *Gli strumenti di comunicazione sociale nel diritto ecclesiale, Aspettative, problematiche e realizzazioni alla luce dell'insegnamento magisteriale*, Rome, Italie : Pontificia Università Gregoriana.
- Médiathec (Faculté de Théologie de Lyon) (éd.) (1990). *Les Médias, Textes des Églises*, Paris, France : Le Centurion; lettre encyclique *Miranda Prorsus* (1957), décret *Inter mirifica* (1963), instruction pastorale *Communio et Progressio* (1971).
- Michel, J.-L. (2004). *Les professions de la communication, fonctions et métiers*, Paris, France : Ellipses.
- Michel, J.-L. (2003). Hommage à Jean Devèze, Le site de la distanciation, <http://www.cetec-info.org/jlmichel/Page.JeanDeveze.html>.
- Miège, B. (1989). *La Société conquise par la communication, 1- Logiques sociales*, Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Mœglin, P. (2005). *Outils et médias éducatifs*, Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Moles, A. (1971). *La Communication*, Paris, France : Cepl.
- Morelle, A. (2009). *Raymond Picard, le dominicain cathodique*, Paris, France : Parole et Silence, Lethielleux.
- Murickan, J. (2008). *Social Communications and dits integration in priestly formation and pastoral ministry, prospects and challenges for the catholic church in Kerala, India*, doctoral dissertation, Pontifical Gregorian University, Faculty of Social Sciences, Rome, Italie.
- Nobécourt, J. (1994). Communications sociales. Dans : P. Levillain. *Dictionnaire historique de la papauté* (p.422-428), Paris, France : Fayard.
- Pinto de Oliveira, C.-J. (1992). *Éthique chrétienne et dignité de l'homme*, Fribourg, Suisse : éditions universitaires.
- Pinto de Oliveira, C.J., (1968). *Information et Propagande, responsabilités chrétiennes*, préf. de Hubert Beuve-Méry, Paris, France : Le Cerf.
- Rouquette, M.-L. (1998). *La communication sociale*, Paris, France : Dunod.
- Ruszkowski, A. (1986). Vatican II et les communications sociales, *Le Concile revisité, Réflexions sur le Concile et l'après-Concile*, en collaboration, Montréal, Canada : éditions Paulines, p. 235-253.
- Rynne, X. (1963). *La révolution de Jean xxiii (Letters from Vatican City)*, trad. R. Foufounis, Paris : Grasset.
- Schafter, A. (1988). Au service du militant de presse, in Ucip (1988), p.37-39.
- Schafter, A. (1962). Jalons pour une action chrétienne sur l'opinion publique, *L'Église et l'opinion publique*, in *Opinion publique, colloque de Royaumont 23-24 juin 1962*, s.l., La Vie catholique illustrée, p. 81-100.
- Schafter, A. (1953). *L'Apostolat par la presse, techniques de diffusion*, Paris, France : La Vie catholique illustrée.
- Sfsic (1981). *Les obstacles à l'information*, congrès de Bordeaux, 22-24 mai 1980, Talence (33), Laboratoire associé des Sic.
- Stourm, R. L. (1964). *Presse, radio, cinéma, télévision au Concile, le décret sur les moyens de communication sociale*, Paris, France : Les éditions du Vitrail.
- Tanner, N. (2005). *The Church and the World, Gaudium et Spes, Inter Mirifica*, New-York, NY, Paulist Press.
- Ucip, Union catholique internationale de la presse (1988). *Colloque Émile Gabel*, Fribourg, Suisse : éditions universitaires.