

opusdei.org

APOSTOLAT DE L'OPINION PUBLIQUE

1. L'intérêt de Saint Josémaria.
2. La diffusion du message chrétien. 3. Des principes inspirants. 4. L'information sur l'Opus Dei. 5. Projection évangélisatrice.

8 jan. 2024

1. L'intérêt de Saint Josémaria.
2. La diffusion du message chrétien.
3. Des principes inspirants.

4. L'information sur l'Opus Dei.

5. Projection évangélisatrice.

Le terme « opinion publique » admet diverses approches et définitions. Il s'agit de la mentalité collective que les médias créent avec leur travail de diffusion d'informations et d'opinions. À l'heure actuelle, il faut ajouter aux médias traditionnels les formes de communication qui sont apparues grâce à l'extension des nouvelles technologies, qui donnent naissance à une nouvelle culture. Avec différentes modalités selon les époques et les pays, nous pouvons parler de l'existence d'une dynamique de formation de l'opinion publique, comment les idées qui façonnent les modes dominants de pensée et d'action naissent, grandissent et se propagent.

1. L'intérêt de Saint Josémaria

Entre 1902 et 1975, l'arc temporel de la vie de Saint-Josémaria, les principaux faiseurs d'opinion étaient les agences de presse, les journaux, la radio, la télévision, les producteurs et distributeurs de films et les éditeurs, ainsi que les intellectuels qui collaboraient avec ces entreprises. Ils étaient rejoints par des leaders d'opinion locaux, voire domestiques, auxquels le fondateur de l'Opus Dei attachait une grande importance : des personnes qui travaillaient dans des lieux tels que les salons de coiffure ou les bars, où les opinions collectives sont exprimées, débattues et créées à petite échelle.

Surtout depuis la seconde moitié du XXe siècle, l'Église a accordé une attention particulière à ces phénomènes à mesure que leur impact social grandissait. Jean-Paul II soulignait que « les médias ont pris une telle importance qu'ils sont, pour beaucoup de gens, le moyen

principal d'information et de formation ; ils guident et inspirent les comportements individuels, familiaux et sociaux » (RMi, 37).

Parfois, les faiseurs d'opinion publique influencent plus largement et parfois même plus profondément que les parents et les éducateurs. Il est compréhensible que le Concile Vatican II ait souligné la nécessité de mener un apostolat efficace dans les médias, qui permettrait à la doctrine du Christ d'atteindre de larges secteurs de la société (cf. IM, 1-4).

Depuis lors, le Magistère de l'Église a rappelé à plusieurs reprises que dans la tâche d'évangélisation, il ne suffit pas d'« utiliser » les médias pour diffuser le message chrétien, mais qu'« il faut intégrer le message dans cette « nouvelle culture » créée par les moyens de communication modernes » (RMi, 37).

Cette préoccupation est présente chez saint Josémaria dès les années

trente. Au fil du temps, il va transmettre son intérêt aux personnes qu'il côtoie. Il rappelle à tous l'importance de l'apostolat de l'opinion publique, la nécessité de chercher de nouvelles manières d'être témoins du Christ dans ce domaine. En plus de jouir d'extraordinaires qualités de communication (cf. Urbano, 2008, pp. 140 et suiv.), saint Josémaria était conscient de la nécessité d'aller au-delà des relations personnelles immédiates et d'atteindre des cercles plus larges, proportionnés à l'universalité du message chrétien.

Pour saint Josémaria, l'apostolat de l'opinion publique était la somme des efforts que les catholiques sont appelés à faire, afin d'imprégner de dignité humaine et de sens chrétien les activités et les professions liées à la communication. Cette conscience naissait de la sécularité propre à sa façon de penser et qui peut se

résumer par : aimer passionnément le monde, participer à son dynamisme, se sentir responsable de son évolution. Indéniable est aussi sa sensibilité à la communication et en particulier au journalisme, une qualité très appropriée chez une personne qui a consacré toute sa vie à la transmission de l'Évangile.

En 1964, saint Josémaria a voulu que l'apostolat de l'opinion publique qui serait développé par les fidèles de l'Opus Dei et ceux qui participent à ses activités soit placé sous l'intercession de sainte Catherine de Sienne, qui, comme il l'a commenté à maintes reprises, « aimait – en œuvres et en vérité – l'Église et le Pape » (*Mémoires de notre Père*, p. 399 à 400 : AGP, Bibliothèque, p21).

Dans ce domaine, il convient de noter l'existence de deux domaines auxquels saint Josémaria a consacré une attention particulière :

l'apostolat de l'opinion publique en tant que tel et l'information sur l'Opus Dei.

2. Diffuser le message chrétien

Dans le cadre d'un message de sanctification de la réalité temporelle, saint Josémaria affirmait que l'apostolat de l'opinion publique est pour les chrétiens une responsabilité dont ils ne peuvent se dégager. Chacun dans son environnement participe, en tant que citoyen libre et responsable, à la création de l'opinion publique. On peut dire que cette préoccupation est un écho de l'invitation qui est à la base de la vocation chrétienne : *euntes ergo docete omnes gentes* - allez donc, enseignez toutes les nations (Mt 28, 19). Saint Josémaria a donné l'exemple de cette attitude, et est intervenu – toujours en cohérence avec sa condition sacerdotale – dans les canaux de

diffusion des idées, mais surtout il a mobilisé d'autres personnes. Les fruits de sa prédication se concrétisent dans la participation active d'un grand nombre de chrétiens à ces tâches.

De plus, il a encouragé de nombreuses personnes à se lancer dans des projets professionnels liés à la communication. Il y a beaucoup de citoyens qui, dans divers pays, touchés par ses enseignements, ont décidé de promouvoir des entreprises dans le domaine du journalisme, de la publicité, de la littérature ou du cinéma, pour ne citer que quelques aspects. Chacun, conformément à ses propres inclinations et principes, s'est senti stimulé par saint Josémaría à exercer ses droits et à lancer de multiples initiatives (Soria, 1993, pp. 114-124). D'autre part, son rôle décisif dans la promotion des études universitaires civiles de journalisme en Espagne est

à signaler, et en particulier avec la création d'un titre académique correspondant à l'Université de Navarre (cf. Barrera, 2008, p. 231 à 257).

3. Des principes inspirants

D'une manière très synthétique, il convient d'énoncer quelques critères fondamentaux que saint Josémaria a suggérés pour la réalisation de l'apostolat de l'opinion publique :

– *Aimer le monde* : Saint Josémaria transmettait une vision positive du monde, des réalités créées, des tâches humaines nobles. Cette vision positive s'étend également aux professions de la communication, que saint Josémaria valorise profondément, pour ce qu'elles peuvent apporter à la vie sociale. Il demandait que tout le travail de l'apostolat de l'opinion publique soit accompli de manière professionnelle et positive : il faut, dit-il, « noyer le

mal dans l'abondance du bien » (S 864).

– *Défendre la liberté* : en tant qu'élément essentiel de la mentalité laïque, saint Josémaria place toujours la participation à l'opinion publique dans un contexte de liberté et de pluralisme. La liberté d'expression des idées propres à chacun et du développement de ses propres projets sont des prémisses de la communication publique, que Saint Josémaria fait siennes. Il ne postule pas de solutions collectives dans les débats publics. De la liberté, il a dit : « je l'aime chaque jour davantage, plus que toute autre chose sur la terre, car c'est un trésor que nous n'apprécierons jamais assez » (QCP 184).

– *Témoigner de la vérité* : Les chrétiens sont, et agissent comme, des témoins d'une vérité qu'ils ont reçue, et ils comprennent leur

mission évangélisatrice comme un service de l'annonce de cette vérité, tant dans les relations personnelles d'amitié que dans d'autres domaines de la vie sociale, parmi lesquels l'éducation et la communication doivent être mises en évidence, des activités dans lesquelles se joue la transmission des connaissances d'une génération à l'autre. Le témoignage de la vérité porte en lui la fermeté d'aller à contre-courant quand c'est nécessaire.

– *Être orienté vers le dialogue* : saint Josémaria a réitéré de différentes manières que le dialogue est un canal approprié pour la transmission de la vérité chrétienne. Un dialogue qui suppose d'être doué pour comprendre et doué pour expliquer, et qui implique le « don des langues » (F 895), c'est-à-dire la capacité d'exposer de manière claire et agréable les vérités de la foi, de respecter les croyances et les

opinions des autres, de les aimer, d'en tirer des leçons.

– *Cultiver l'amitié* : le dialogue, pour saint Josémaria, présuppose l'amour de la vérité, mais implique aussi de « vivre avec les hommes dans une amitié loyale »(F 943). L'amitié a une dimension rationnelle et implique aussi l'empathie, la générosité et toutes les vertus qui ornent l'amitié. La diffusion de la doctrine chrétienne et l'information sur l'Opus Dei ne se font pas de manière anonyme, mais dans le cadre d'une relation personnelle, qui est à la base de tout apostolat, y compris dans le domaine de l'opinion publique : ce sont les personnes qui guident les institutions.

– *Être semeurs de joie* : la communication la plus efficace est celle qui se fait sans mots. Le message chrétien est crédible lorsque l'on remarque que celui qui le

transmet est heureux : « C'est à leurs fruits que vous les reconnaîtrez » (Mt 7, 16). L'apostolat de l'opinion publique ne se réduit pas à des techniques, il se développe surtout à travers la cohérence de vie et à travers la joie procurée par l'expérience chrétienne. Pour cette raison, il favorise un climat de charité, de coexistence, qui noie toutes les haines et les rancœurs (cf. F 564).

4. Informations sur l'Opus Dei

Passons au deuxième aspect de l'apostolat de l'opinion publique auquel nous avons fait référence plus tôt, l'information sur l'Opus Dei et ses activités.

Dès le début de son activité de fondateur, saint Josémaría a dit très clairement que toute œuvre apostolique doit être orientée vers la gloire de Dieu ; un principe qui, évidemment, s'applique aussi à

l'Opus Dei. C'est pourquoi, parlant de lui-même, il a dit que le mieux était de « se cacher et de disparaître : pour que seul Jésus brille » ; et, parlant de l'Œuvre, il devrait aussi souligner qu'elle ne doit pas chercher la gloire humaine, mais tout orienter vers la gloire de Dieu. L'humilité devait être une vertu pratiquée tant par les individus que par les institutions (cf. *Entretiens* 40).

En même temps, il déclara aussi avec force qu'il abhorrait toute clandestinité et tout secret (cf. *Entretiens* 30, 34 et 41). Depuis sa fondation en 1928, l'Opus Dei a été connue et approuvée par les autorités civiles et ecclésiastiques ; et la même chose s'est produite avec l'opinion publique en général, logiquement avec une plus grande ampleur à mesure que l'apostolat grandissait et, par conséquent en attirant une attention plus intense de la part de la société.

À son indication, des bureaux d'information se créèrent à Rome, Madrid et dans d'autres lieux où l'Opus Dei était présent. Dès le début, en plus de développer d'autres tâches de communication, les professionnels travaillant dans ces bureaux accordèrent une grande attention à la relation avec les journalistes et les médias. On peut dire que saint Josémaría a été un pionnier dans la promotion d'entités académiques visant à former des professionnels de la communication institutionnelle dans l'Église.

Beaucoup de ses idées sur la façon d'informer sur l'Opus Dei ont une application dans des domaines plus larges. Ces idées sont en quelque sorte à l'origine de la Faculté de Communication Sociale Institutionnelle de l'Université Pontificale de la Sainte-Croix, où sont formés des professionnels qui effectuent des tâches de

communication dans différentes réalités ecclésiales.

De plus, en ce qui concerne l'information sur l'Opus Dei à l'attention de l'opinion publique, il ne s'est pas limité à promouvoir le travail d'autrui, mais il est intervenu personnellement en accordant des interviews à des journalistes de différents pays ; certains sont rassemblés dans le livre *Entretiens avec Mgr Escrivá de Balaguer*, publié en 1968.

5. Projection évangélisatrice

Depuis 1975, année de la mort de saint Josémaria, l'importance de la communication n'a fait que croître. Dans la même mesure, on peut dire que l'importance de l'apostolat de l'opinion publique devient chaque jour plus claire. Le monde d'aujourd'hui est une « conversation globale », à laquelle les chrétiens doivent participer activement,

trouver leur voix et proposer leur message, qui peut atteindre le dernier recoin de la planète, avec toute sa nouveauté fascinante, à travers les canaux offerts par le domaine professionnel de la communication.

Thèmes connexes : Apostolat ; Médias.

Bibliographie : *Entretiens passim* ; QCP 67-72 ; S 290-322, S 416-443 ; Carlos Barrera, « Josemaría Escrivá de Balaguer et l'Institut de Journalisme de l'Université de Navarre », *SetD*, 2 (2008), pp. 231-257 ; Francisca Greene *L'opinion publique et les moyens de communication dans la pensée de Saint Josémaría Escrivá de Balaguer*, San José (Costa Rica), Promesa, 2004 ; María Teresa La Porte, « L'engagement social du journaliste », dans Juan Manuel

Matés - Alfonso Méndiz (coords.)
*Saint Josémaria et la communication. Actes du IIème Symposium sur le Fondateur de l'Opus Dei (Jaén, 27-XI-2004), Jaén, Caja Rural, 2006, pp. 39-44 ; José María La Porte Fernández-Alfaro *Le chrétien dans les médias selon saint Josémaria Escrivá. Contexte historique et développement spirituel et pastoral* (thèse de doctorat), Rome, Pontificia Università della Santa Croce, 2007 ; Carlos Soria, « Un saint dans la société de l'information » *Nuestro Tiempo*, 468 (1993), pp. 114-124 Pilar Urbano *L'homme de Villa Tevere. Josemaría Escrivá, puertas adentro*, Barcelone, Planeta, 2008.*

Juan Manuel Mora

opusdei.org/fr-ch/article/dictionnaire-apostolat-de-lopinion-publique/ (5 avr. 2025)