

des femmes, des hommes et des dieux

Sébastien Fath

Historien et chercheur au CNRS



Source : Sébastien Fath

Une vigie évangélique face à Donald Trump

Dans le paysage médiatique évangélique américain, *Christianity Today* fait figure de phénix. Fondé en 1956 par le célèbre prédicateur Billy Graham, ce magazine de référence a traversé les décennies en s'adaptant aux tourments de la société et du christianisme. À l'aube de son 70^e anniversaire en 2026, il connaît une véritable jouvence, portée par une stratégie audacieuse qui allie innovation numérique, diversification éditoriale et engagement auprès des nouvelles générations.

Rappelons les racines : *Christianity Today* naît pour redonner une voix intellectuelle et modérée à l'évangélisme, souvent caricaturé comme fondamentaliste. Sous Billy Graham, il plaide pour le biblicisme évangélique tout en dialoguant avec la culture, au nom d'une voix évangélique voulue comme tempérée. Les années 1980-2000 marquent une inflexion. De l'ère Reagan à Bush Jr, le magazine tend à s'aligner sur la droite chrétienne, prend des positions plus clivantes, dans la « guerre culturelle », au nom des causes conservatrices.

Mais depuis le courant des années 2010, un virage inclusif s'est opéré. Un éditorial anti-Trump de Mark Galli en 2019 appelle même à la destitution du tribun populiste pour motifs moraux, à la fureur du mouvement Maga. *Christianity Today* critique désormais le nationalisme chrétien et met davantage l'accent sur des thèmes comme le racisme, la justice sociale ou l'environnement – sans renier ses fondements théologiques. Ce positionnement attire les évangéliques modérés, déçus par les excès trumpistes, et élargit l'audience au-delà des bastions conservateurs, attirant des lectrices et lecteurs de la Gen Z (moins de 25 ans).

Cette évolution n'est pas qu'idéologique ; elle s'ancre dans une refonte stratégique. Face au

déclin de la presse imprimée, *Christianity Today* a massivement investi dans le numérique. Son site, refondu pour une expérience *mobile-first*, génère des millions de visites mensuelles.

Les podcasts, tels que « The Rise and Fall of Mars Hill », qui raconte la fin d'une mégachurch masculiniste et conservatrice, cumulent plus d'un million de téléchargements par mois, captant un public jeune. Envois ciblés et vidéos sur YouTube complètent l'offre, tandis qu'une stratégie habile monétise les contenus premium sans freiner l'accès gratuit aux articles viraux.

Ce média évangélique a également développé un réseau de sites spécialisés : outils pour pasteurs, leaders d'Église, femmes en ministère. Ce modèle fidélise un lectorat engagé. Résultat ? Une audience explosive : plus de 110 000 exemplaires imprimés et 35 millions de personnes touchées annuellement, dont 40 % sur le créneau 18-34 ans, et 38 % hors États-Unis.

Sous la présidence de la pasteure africaine-américaine Nicole Martin (PDG depuis 2025), *Christianity Today* se veut « une communauté générative » pour une Église fidèle à Jésus-Christ. Créative, elle dresse un cap, à contre-courant des facilités populistes du moment. Elle s'appuie sur un programme, intitulé Global Initiative, pour diversifier les voix, s'ouvrant davantage au Sud global. Non sans proposer aussi, depuis 2020, des articles, puis une édition en langue française.

Et si ce renouveau inspirait en Europe ? *Christianity Today* incarne une tension féconde entre orthodoxie et ouverture, montrant que les médias chrétiens peuvent rajeunir en misant sur une revendication d'authenticité évangélique inclusive et sur l'innovation, plutôt que sur le repli identitaire.



S'i
Évo

E
s'entr
« Seig
trois t
encor
que, d
en qu
les di
craint
sans c
Jésus
cet or
de l'h

Autres l

MÉDIT
qui dév
Mathie
laisse s

— Co

Des my

Il y a p
qu'il s'agi
pas d'éso
ble. » Cet
« prier da
compris
rement :
nombreu

Avec le
cevoir ce
secret », r
me tenir
qui me d
aux paro
passage c

Jésus
montagn
un petit
tres. Non
voir ! En
plus vast
C'est aus

— M

La grâc

Pourta
donna c
sonne." »
cret, et qu
est rien. L
que le Fil
Pourquoi
surrection
après ? Là