

Chronique religieuse : 28 février au 5 mars 2024

Une épée à deux tranchants

Par Daniel Bahuaud,

coordonnateur des communications de l'Archidiocèse de Saint-Boniface

Le 11 février, lors du Super Bowl, est parue une annonce intitulée *He Gets Us* (Il nous comprend). Dans cette pub, produite par des chrétiens de diverses confessions, on voit des chrétiens lavant les pieds de personnes pauvres, alcooliques, de couleur, de la communauté LGBTQ, et ainsi de suite. Le message, adressé particulièrement aux gens éloignés de l'Église, est que le Christ aime tout le monde et que les chrétiens sont appelés à incarner Son amour radical et transformateur.

Au lendemain du Super Bowl, un tollé se déchaîne sur les médias sociaux. Sur Facebook, X, Tik Tok et YouTube, des chrétiens « traditionnalistes » reprochent à l'annonce de mettre en arrière-plan le péché. Des chrétiens « progressifs », eux, insistent pour dire qu'il faut d'abord accompagner les personnes avant de s'en prendre à leurs défauts. Dans les deux cas, le moins qu'on puisse dire, c'est que le langage et le ton hyperboliques manquent de charité.

Qu'est-ce qui se passe ? !

Eh bien, comme le disait le théoricien des communications canadien Marshall McLuhan (en l'occurrence un catholique fervent), « *the medium is the message* » (le média est le message). Ce qui veut dire que le moyen par lequel nous communiquons a autant de valeur, sinon plus, que le message lui-même. Bref, chaque média devient une épée à deux tranchants. L'imprimerie a donné naissance à une culture visuelle qui a stimulé la réflexion poussée au détriment de la langue parlée. Fini les homélies de trois heures d'Anselme et d'Augustin ! La radio et la télévision, elles, ont encouragé la présentation de bribes d'information de plus en plus courtes – les *sound bites* – sources de frustration pour les profs qui déploraient le manque de concentration de leurs élèves !

McLuhan voyait aussi venir l'avènement d'un « village global ». Avec Internet, nous y sommes rendus. D'où la *nécessité* de réfléchir sur son impact, et celui des médias sociaux en particulier. Et comment les croyants pourraient en faire usage d'une manière plus conforme à Jésus et sa Bonne Nouvelle.

C'est précisément ce que nous propose les évêques catholiques du Canada dans « *Que vos paroles soient toujours bienveillantes* », lettre pastorale sur l'utilisation des médias sociaux parue le 24 janvier, fête de saint François de Sales, patron des médias

et des journalistes. Les évêques rappellent que les réseaux sociaux sont au service de la construction de ponts entre les gens : « Lorsque nous sentons le besoin de nous rapprocher d'autres personnes, pour mieux les connaître et nous faire connaître, nous répondons à l'appel de Dieu. »

Et c'est bien vrai. Comme jamais dans l'histoire, nous pouvons nous joindre instantanément. Et nous avons accès à la quasi-totalité du savoir humain. L'inconvénient, c'est qu'on peut réagir instantanément... à la moindre nouvelle, à la moindre opinion et à la moindre émotion. Et on peut aussi choisir que les domaines qui nous intéressent, sans plus s'exposer à divers points de vue. On peut côtoyer que les gens qui pensent comme nous. On imagine la suite.

Or si « le média est le message », on peut s'immuniser en nous tournant vers le Seigneur qui nous donne l'exemple de laver les pieds des autres... en ligne.

À suivre...