

Informatique & Bible, asbl - Belgique
Rue de Maredsous, 11 B5537 Denée - Belgique
Tél:+32(0)82.69.96.47 Fax:+32(0)82.22.32.69
cib@cibmaredsous.be



Interface n° e-90 Mars 2003

Lectures:

Anthropologie de la société digitale (Tome 2)
(pour Tome 1, voir Interface 01/81, 2e Tr. 2001).

Ce Tome 2 est publié avec le soutien du programme Leonardo de la Commission européenne. Il est le fruit des travaux du cours d'"Anthropologie de la société digitale" organisé au sein du *European master in interactive media projects* de la Haute école groupe ICHEC - ISC Saint-Louis - IFSC à Bruxelles. Il vise à fournir un ensemble d'éclairages sur les liens entre homme et technologie.

Dans la première partie est examinée les "Rencontres et sexualité sur l'Internet". Internet n'est pas le premier média à intéresser l'industrie de la pornographie : celle-ci a déjà su exploiter les possibilités du téléphone, du cinéma, de la vidéo et, plus récemment du DVD.

Sur Internet, outre les sites pornographiques, on trouve du sexe dans la messagerie, les chats et les MUDs (jeux de rôles interactifs), les newsgroups, la visioconférence (webcam) et aussi dans les petites annonces. Les sites pornographiques ont joué un rôle de pionniers dans l'économie d'Internet en étant les plus en pointe pour la commercialisation des sites : sécurisation, traçage des surfeurs, récolte d'informations en ligne, webmarketing et vente. La taille du marché de ces sites pour adultes serait, fin 2001, de 1,8 à 2,3 milliards de dollars US.

Cette utilisation d'Internet a pour effet de séparer les fonctions sexuelles de reproduction et/ou du plaisir, de la réalité du contact humain, proposant une sexualité "virtuelle".

Le chapitre suivant contient une intéressante histoire des jeux vidéo. Ensuite, ceux-ci sont examinés sous l'angle de leurs différents éléments : l'environnement, les règles, les personnages, l'apprentissage et la morale. Il faut bien reconnaître que le message moral de la majorité des jeux est manichéen et stéréotypé. Cependant, certains créateurs de jeux se responsabilisent et tentent de produire des jeux plus nuancés.

En Europe seule, en 2000, le marché des jeux vidéo s'est élevé à 5,7 milliards de dollars.

Sont ensuite étudiées l'économie d'Internet, puis la santé en ligne et enfin la question très épineuse de la protection de la vie privée.

Dans une dernière partie intitulée "L'Internet et Ground Zero" est analysé, à partir des événements du 11 septembre 2001, le rôle organisateur d'Internet pour les acteurs de l'attentat et celui qu'il peut jouer dans la lutte contre le terrorisme. Enfin, il est suggéré qu'Internet pourrait éventuellement faire surgir de nouvelles formes de conscience et de compréhension du monde, lesquelles pourraient aboutir à un nouvel individu à la conscience planétaire ainsi qu'un nouvel ordre mondial où la misère humaine ne serait plus tolérée.

André Beauchamp, ***La foi à l'heure d'Internet***, Fides, 2001.

L'auteur analyse la crise de la foi qui frappe le Québec (comme l'Europe occidentale) depuis un bon demi-siècle. Depuis la Révolution tranquille au Québec, la foi n'est plus un acte d'obéissance à l'autorité ecclésiastique mais une démarche personnelle.

Soucieuse de protéger l'orthodoxie, l'Église a continué à employer un vocabulaire qui date de 15 siècles et qui n'est plus du tout adapté à la nouvelle culture d'aujourd'hui dominée

par les médias. Un effort considérable d'inculturation doit être consenti. L'Église doit notamment observer les médias, y être présente et s'y adapter. L'importance est au témoignage ; nous sommes à l'ère des témoins.

Notons que, si le titre comprend l'expression "à l'heure d'Internet", c'est une manière de caractériser notre époque. En fait, l'auteur ne consacre que trois pages à parler de ce média.

Philippe Breton, *La parole manipulée*, La Découverte, 2000.

Philippe Breton décrit les diverses techniques de manipulation de la parole, de la rhétorique à la propagande, de la publicité à la désinformation. Il en démonte tous les mécanismes de manipulation des foules dans le discours public comme à la télévision.

Il regrette la disparition de l'enseignement de la rhétorique et l'absence d'une culture permettant de repérer et de résister à cette manipulation. Pour l'auteur, la liberté d'expression suppose aussi une liberté de réception et une liberté de médiation (le droit de transmettre).

Un des chapitres les plus intéressants nous a paru être celui où sont démontées les manipulations dans une interview de Jean-Marie Le Pen à TF1 en 1996.

Guy Marchessault, *Médias et foi chrétienne, Deux univers à concilier*, Fides, 2002.

Guy Marchessault est un ancien journaliste, spécialiste des médias et professeur-chercheur à l'Université Saint Paul d'Ottawa.

Ce livre tente de répondre à la question: comment transmettre la foi à l'ère des médias ? Il commence par souligner que l'Église ne peut restée tournée vers soi (ad intra) mais doit être tournée vers l'extérieur, être missionnaire (ad gentes).

Et l'Église a toujours dû - et doit aujourd'hui - adapter son langage à la culture (notre culture des médias) qu'elle veut évangéliser. Après avoir dressé un portrait de cette culture qui vient de passer de la modernité à la postmodernité, l'auteur examine les différents langages médiatiques d'une part et les langages classiques de la foi chrétienne d'autre part pour en venir à analyser leurs convergences et divergences. Si les médias cherchent le spectaculaire et le divertissement, la transmission de la foi privilégie le notionnel, le langage théologique, l'apologétique. Pourtant, il existe deux points principaux de convergence : premièrement, les médias aiment entendre des témoignages (individuels ou collectifs). Ensuite, les médias raffolent des histoires. Or, justement l'Évangile ne comporte pas d'exposés théologiques et dogmatiques, mais est composé d'histoires et de paraboles. Il faudrait former des chrétiens (par le théâtre notamment) à exprimer leur foi sous forme d'histoires.

Un chapitre est consacré à "Internet et l'éducation à la foi". Sont dégagées les différentes caractéristiques du langage Internet. La plus originale est sans doute l'interactivité, facteur crucial. Cependant, Internet n'est pas sous le contrôle des autorités ecclésiales (sauf les quelques sites qui en dépendent directement). La Hiérarchie a peur d'un média dont le contrôle lui échappe presque totalement.

Par ailleurs, tout chrétien qui le souhaite peut ouvrir son propre site religieux : "en multipliant le nombre potentiel d'émetteurs sur les médias, Internet fragilise l'exercice de l'autorité religieuse". Mais "Internet vient concrétiser les orientations prises par le concile Vatican II... une vision collégiale de l'Église, plutôt qu'une vision pyramidale." Car, la communication ne se fait plus verticalement, mais horizontalement. Par ailleurs, le récepteur joue un rôle important dans la communication en participant à un dialogue sur la foi. Cela pousse l'Église et les chrétiens sur une ouverture ad gentes.

Dans ses conclusions, Guy Marchessault souligne que "On a pas encore vu - sauf quelques tentatives timides - les autorités religieuses accorder beaucoup d'importance aux interventions en publicité, en marketing ou dans l'imaginaire du jeu et du divertissement, encore moins dans l'imaginaire de la fiction. Cette dernière représente tout de même un lieu formidable pour l'éveil de la foi, mais il faut sans doute se résoudre à constater que nos Églises, hypertrophiées par leurs approches intellectuelles ... ont perdu le secret des expressions symboliques et artistiques."

Pour évangéliser aujourd'hui dans une culture façonnée par les médias, il faut que les chrétiens découvrent certains comportements fort simples : une grande transparence, une émotion authentique et une présence en beauté.

Jacques DESSAUCY

