

LA PARABOLE DE LA LAMPE ALLUMÉE

La communication religieuse à l'ère de l'information

Conclusions

La présence des religions dans l'univers de la communication moderne est une réalité quotidienne qui ne saurait être contestée ou ignorée. Le phénomène religieux n'a pas une forme univoque, la multiplication des moyens de communication étant un facteur d'accélération des fragmentations et des recompositions.

Les religions en général, et les Eglises chrétiennes en particulier, utilisent les nouveaux moyens de communication pour pouvoir transmettre aux hommes d'aujourd'hui leurs enseignements de foi, leurs idées et expériences spirituelles fondatrices. L'information religieuse est porteuse d'un contenu sémantique, d'essence spirituelle, qui ne saurait être réduit au message codé-décodé, et cultive dans un monde sécularisé la conscience du sacré, la vocation transcendante de l'homme et de toute la création.

La vocation prophétique et pastorale de la communication religieuse se manifeste par l'affirmation de la nécessité d'une communication verticale, à travers laquelle les hommes peuvent maintenir leur lien avec Dieu, créateur du ciel et de la terre. L'amélioration des technologies de communication et la multiplication toujours plus complexe des échanges d'informations peuvent assurer la qualité et l'efficacité de la communication religieuse au plan horizontal, mais ne sauraient jamais garantir par elles-mêmes le bonheur et l'harmonie entre les personnes.

La culture sécularisée de notre époque, édifiée sur les principes idéologiques du désenchantement du monde et de la raison auto-suffisante, trouve dans les médias les voies d'un changement des consciences et de la formation de „l'homme nouveau”, dans une nouvelle version. Par le biais d'une culture médiatique développée au niveau mondial, devient manifeste la tendance à remplacer la réalité des relations interpersonnelles directes par la télé-présence ainsi que la spiritualité par la virtualité. L'homme de notre âge semble plus attaché, du moins au niveau temporel, à l'espace virtuel de l'audiovisuel ou de l'Internet qu'à la spiritualité de la prière et au lien sans intermédiaire avec le sacré. Les médias de masse et le web peuvent être considérés comme des dons de Dieu et utilisés en tant que tels, comme moyens de transmission des valeurs et ponts de solidarité entre les personnes et les communautés.

D'autre part, le système médiatique mondial constitué par la convergence des médias manifeste une attitude d'appropriation narcissique des attributs qui, dans les cultures traditionnelles, étaient réservées à la divinité: *l'ubiquité* et la *simultanéité* (à travers les médias on peut être partout sur le globe et participer „en direct” aux événements), *l'omniscience* (les bases de données du réseau mettent à disposition un volume énorme d'informations sur quiconque ou quoi que ce soit), *la toute-puissance* (seuls les médias „connaissent” la vérité et sont capables d'émettre des pronostics pour l'avenir, être connecté donne un sentiment de pouvoir, etc.), *le pouvoir salvifique* (l'Internet appelle ses usagers à participer et à vivre des expériences extatiques, en offrant les substituts des paradis artificiels).

La théologie de la création et l'anthropologie théologique comprennent cependant tous ces progrès technologiques dans le sens de la manifestation des potentialités offertes par Dieu dans la création et dans l'esprit de l'homme créé à Son image. A travers l'intelligence et la créativité, ces reflets de la puissance divine sont mises en oeuvre dans la communication interhumaine. C'est pourquoi elles devraient représenter de nouvelles modalités de dialogue et d'approfondissement de la richesse et de la beauté de la création qui porte le sceau du Créateur.

D'un point de vue religieux, la tendance à virtualiser les relations interhumaines et à abandonner la spiritualité authentique constitue une menace sérieuse pour l'être humain. Les Eglises recommandent la sauvegarde d'un équilibre entre la

communication interpersonnelle et la communication médiatique. La vision d'une société au sein de laquelle les hommes sont bombardés par un volume informationnel qui dépasse de beaucoup leur capacité de compréhension et d'assimilation ne peut être qu'angoissante. Ils ne se donneront rendez-vous que dans le cyber-espace, sans vivre la proximité physique, sans se retrouver les yeux dans les yeux et sans éprouver la joie de prier ensemble. Il ne trouveront pas le temps ou la motivation pour se réunir autour d'une table de fête, ni pour goûter la beauté de la terre qu'ils habitent. Transférer les activités humaines dans le cyber-espace, rendre artificiel le monde réel ou le négliger ne peut que rendre plus profond le drame de l'homme, son sentiment douloureux d'aliénation et de perte de liberté.

En langage platonicien, le cyber-espace est une réalité d'ordre second, une copie du monde réel qui n'a de sens que par rapport à l'originel. La spiritualisation de la communication ferait, dans un monde idéal, que l'homme découvre dans les miroirs mobiles de la modernité les profondeurs de sa propre dignité, qu'il reconnaisse les archétypes de son existence et qu'il communique plus fortement avec son Créateur, avec ses semblables et avec toute la création.

La tradition dynamique de l'Eglise assimile sélectivement et organiquement les nouvelles cultures et productions de civilisation de notre temps et, certes, elle le fera encore à l'avenir. Ce qui est considéré aujourd'hui moderne ou post-moderne, provoquant parfois la peur ou l'inquiétude, sera, après cent ou mille ans, de l'histoire passée, chimère oubliée ou objet de musée. C'est pourquoi la sagesse recueillie avec grand soin par les traditions religieuses exhorte les hommes à ne jamais abandonner à la hâte, dans la course aux nouvelles tendances et sensations, ce que les générations anciennes ont accompli de durable et de constructif. Les crises de la modernité peuvent trouver des solutions par une lecture attentionnée et sincère du passé .

Dans la vision chrétienne orthodoxe, la présence de l'Eglise dans l'univers de la communication moderne ne constitue pas seulement l'offre d'une alternative médiatique pour le public contemporain, mais surtout l'accomplissement d'une vocation existentielle. Le but de la communication ecclésiale est l'incorporation sacramentelle des fidèles dans le Christ et la communion entre les hommes.

La communication chrétienne authentique est *prophétique, ascétique, agapique, eucharistique, et eschatologique*.

Elle est **prophétique** parce que la mission de l'Eglise dans le monde oriente les „antennes” de la communication vers la Parole éternellement vivante, et présente le message essentiel comme la proclamation de l'Evangile à la lumière de la Pentecôte. Parmi toutes les informations jamais transmises dans notre monde, seule la Bonne nouvelle reste impérissable, salvatrice et porteuse de sens pour tous les êtres humains de l'histoire. Dans cette perspective, toute autre information trouve sa valeur et son sens dans son rapport avec l'Evangile.

La communication chrétienne est **ascétique** parce qu'elle ne gaspille pas les mots, mais les utilise avec sagesse et discernement, comme moyens spirituels d'un sens critique. Par cette attitude, l'Eglise pose dans le monde des actes pour une écologie de l'information. L'excès de communication est soumise à une purification et à un juste jugement, de même que tout autre excès dans la vie des hommes – de nourriture ou boisson, de plaisirs charnels ou de péchés spirituels. Dans ce sens, l'*hésychia* (le silence) prépare la guérison, elle est une attente comblée d'espérance et une chance de restaurer la communion perdue par une mauvaise utilisation de la communication.

Le dogme de l'incarnation du Christ fut posé par les Pères de l'Eglise comme fondement de la vénération des icônes et des matières spirituelles, mais aussi comme base de la réflexion sur la transfiguration de toute la création par la lumière incréée de l'Esprit. L'utilisation des moyens de communication moderne par l'Eglise, dans sa mission salvifique, constitue une manière d'assumer les nouvelles technologies, de même que celles-ci ont été définies et comprises à chaque époque dans l'histoire.

La communication chrétienne est **agapique** parce qu'elle transmet l'amour de Dieu pour toute l'humanité et toutes les cultures. La lettre antique fut transformée en épître chrétienne, par laquelle les saints apôtres ont maintenu l'unité de la foi et la paix entre des communautés situées géographiquement à de grandes distances les unes des autres.

La rhétorique christianisée est devenue la prédication depuis la chaire, les processions et les cérémonies solennelles ont acquis une nouvelle dimension en tant que pèlerinages et processions orientées vers le soleil éternel - le Christ pantocrator -, les banquets du monde ancien ont été christianisés dans les *agapes* fraternelles qui sont parvenues jusqu'à nous dans la tradition des fêtes patronales des églises. La semence de l'Évangile a porté du fruit à cent et mille pour un, au long de l'histoire chrétienne, par la poésie, la littérature, le spectacle, la musique et les arts plastiques.

La culture médiatique de nos jours est un espace transitoire enraciné dans la culture humaniste et technique des siècles antérieurs et qui ressent un besoin de spiritualité comme une soif d'eau vive dans l'univers labyrinthique d'une civilisation pressée.

La communication chrétienne est **eucharistique**. Le cœur du culte orthodoxe, la divine liturgie, est l'icône aboutie de l'unité entre communication et communion. La liturgie de la parole et la liturgie eucharistique sont la systole et la diastole qui diffusent la parole de Dieu et appellent les fidèles à la purification des passions, à l'illumination et à la sainteté.

Etroitement liée à l'eucharistie est aussi la dimension **eschatologique** de la communication. Pour le chrétien qui vit entouré d'ordinateurs et de moyens audio-vidéo d'enregistrement des sons et des images, les mots du Seigneur: ***Je vous le dis: les hommes rendront compte au jour du jugement de toute parole sans portée qu'ils auront proférée*** (Mt 12, 36-37) gardent une actualité aiguë et appellent à la communication purificatrice et miséricordieuse du sacrement de la confession.

La communication eucharistique accomplit l'unité des fidèles en Christ non seulement au plan synchronique mais aussi diachronique: „ Et nous tous qui participons au même calice, fais que nous soyons unis les uns aux autres dans la communion de l'unique Esprit Saint. Fais qu'aucun d'entre nous ne prenne part au corps sacré et au sang de ton Christ pour son jugement ou sa condamnation, mais pour que nous trouvions miséricorde et grâce avec tous les saints en qui tu t'es complu depuis le commencement des âges: ancêtres, Pères, patriarches, prophètes,

apôtres, prédicateurs, évangélistes, martyrs, confesseurs, docteurs et tout esprit juste décédé dans la foi” (prière de la *Divine liturgie de saint Basile le Grand*).

Portant au delà du temps l’icône d’éternité et l’appel à sanctifier les personnes humaines et toute la création, l’Eglise spiritualise les moyens de communication par sa présence aimante et son ministère dans l’univers de la communication médiatique.

Icône du royaume de Dieu sur la terre, l’Eglise donne de l’espérance et transmet à l’humanité la joie de la communion avec Dieu-Trinité: Père, Fils et Saint Esprit. Dans le mystère trinitaire, qui transcende ce monde, la communion et la communication sont dans une union parfaite.

L’Eglise ne s’aliène pas au monde parce qu’elle a reçu de Dieu la mission de servir et d’animer le monde, même si celui-ci lui est parfois hostile. A son tour, le monde ne peut pas négliger l’Eglise, puisque dans ses quêtes dramatiques il entend inévitablement la voix de son Créateur et ressent la puissance de l’amour crucifié du Christ.

La prise en charge par les journalistes chrétiens du rôle de facilitateur au service de la communauté ecclésiale ainsi que de la société laïque, dans le but de développer un partenariat responsable pour *l’éducation aux médias* - de tous les hommes, mais surtout de la jeune génération -, constitue un objectif majeur pour l’agenda de notre époque.

L’Eglise aura encore à l’avenir un rôle important dans l’équilibrage des rapports entre la communication fonctionnelle et la communication normative dans la société, et dans la définition d’articulations saines entre la communication intrapersonnelle, dialogique, de groupe, et la communication médiatique. Le christianisme a été nommé „une religion du visage” parce que Jésus a parlé aux hommes „face à face”, non pas par des intermédiaires. C’est pourquoi, dans un monde saturé par la présence des écrans – moniteurs d’ordinateurs, télévisions, écrans de cinéma, panneaux LED publicitaires –, les hommes ont parfois besoin de laisser de côté les appareils qui les entourent, afin de pouvoir se regarder les yeux dans les yeux, à la lumière profonde de leurs âmes.

La rencontre de l'Eglise et de la société dans l'univers de la communication moderne offre à l'humanité une chance de pouvoir coopérer et servir ensemble, par l'humanisation de la technique et la divinisation de l'homme.

P. Nicolae Dascalu