

Chers lecteurs,

Le réseautage social en ligne – Facebook, bebo, LinkedIn, e.a. - est en train d'envahir le domaine des communications humaines. Ces services fascinent les jeunes générations. Un grand nombre parmi les abonnés de Facebook (500.000.000) p.ex. passe trois heures et plus chaque jour, utilisant ce service. Les abonnés entretiennent leur profil personnel, se connectent et chattent avec des amis, échangent des nouvelles, publient



les détails de leur vie, explorent la vie des autres et vivent ainsi leurs 'amitiés'. D'autres services de microblogage comme Twitter, permettent aux utilisateurs de rester liés partout et toujours. Les petits détails de la vie quotidienne sont envoyés par des petits messages de 140 caractères. Les 'Tweeds', font vibrer les cellulaires des 'followers' ou apparaissent sur les écrans des ordinateurs à chaque moment de la journée. Le slogan d'origine de Twitter, 'What are you doing?', le définissait comme un service permettant de raconter ce qu'on fait au moment où on le fait.

Que ces services ouvrent des portes à des possibilités nouvelles de communication et qu'ils peuvent faciliter le partage d'informations est indéniable et ne fera pas le sujet de cet éditorial. Dirigeons notre attention vers un des côtés négatifs de ces moyens : on constate qu'avec le développement de ces nouvelles techniques la communication se place au fur et à mesure sur le terrain du virtuel, de l'impersonnel et même de l'inhumain. Les jeunes internautes, avant même de s'intégrer dans la société, se perdent dans les réseaux imaginaires, passent leur temps derrière leur écran, se définissent par le nombre de leurs amis virtuels, par la multitude des réseaux dont ils font partie, par les photos qu'ils postent sur Internet et les réactions qu'ils publient et qui sont affichées sur leur 'mur'. À l'âge de treize ans (âge auxquels les enfants peuvent s'abonner à Facebook) ils devraient assumer leur place dans la société réelle, apprendre l'art de la communication, suivre le discours du prochain et déchiffrer les messages non-verbaux du visage, du corps, de la voix, du comportement. Ils devraient commencer à expliquer leurs propres idées, à exprimer leurs sentiments, à se positionner dans l'ensemble de la famille, des étudiants et dans le monde des adultes. C'est la période de leur vie où ils apprennent combien il peut être difficile de parler devant un groupe de personnes, combien il peut être pénible de refuser une demande importune de la part d'une personne en colère, combien il est obligeant de signer pour la première fois de leur vie un contrat qui les lie et qui les force à un paiement régulier... Sur Internet par contre, ils ne sont jamais confrontés à une personne réelle, ils ne regardent jamais dans les yeux la personne « en face » et ne voient jamais ni la déception de la person-

ne qu'ils blessent ni la joie qu'ils donnent par leur encouragement. Le contact virtuel est facile et devient une échappatoire.

Il y a déjà 2000 ans Ciceron disait que le visage est le miroir de l'âme. Cette phrase exprime l'idée que la plupart des sentiments et des humeurs se reflètent sur le visage. Les émotions de peur, de joie, de tristesse, de surprise, de dégoût... s'y révèlent dans toutes leurs facettes. Même le contact corporel jouit d'une grande importance dans la communication. L'homme touche son prochain: par hasard, intentionnellement, de différentes manières. Le contact physique peut être ressenti comme agréable, désagréable, rassurant, repoussant, érotique, menaçant... suivant la qualité du contact ou de la personne et suivant la situation ; par conséquent, il peut avoir des significations très différentes : affection, puissance, désir sexuel, agression, amour... La science nous montre que l'efficacité d'un message dépend pour 55% de ce langage du corps. 38% de l'efficacité d'un discours dépend de la voix de celui qui l'émet. Le contenu du message n'est que pour 7% dans la transmission de l'information. Preuve suffisante que, dans le domaine de la communication, nous ne pouvons pas surestimer la partie non verbale.

Quand Dieu a voulu se rendre compréhensible aux hommes, Il s'est donné un visage, des yeux, une voix et un corps : Il s'est incarné. Sa nature humaine était pour lui l'instrument de prédication de la vérité divine. Ses contemporains pouvaient le toucher, écouter sa voix, expérimenter de leurs propres sens l'Homme Dieu, pour ainsi comprendre la bonne nouvelle. Nous, à notre époque, nous pouvons l'approcher dans les sacrements, surtout le sacrement de l'eucharistie dans lequel Il est réellement présent. Les contemporains de Jésus doutaient dans leur foi comme Saint Thomas : « Si je ne vois dans ses mains la marque des clous, et si je ne mets mon doigt à la place des clous et ma main dans son côté, je ne croirai point. » La réalité humaine de Jésus après sa résurrection met fin aux doutes. Thomas met son doigt dans les plaies de Jésus et prie : « Mon Seigneur, et mon Dieu! ». Saint Jean, dans sa première lettre, confirme ce même principe : « Ce que nous avons vu de nos yeux, ce que nous avons contemplé et ce que nos mains ont touché du Verbe de vie, nous vous l'annonçons, afin que vous aussi vous soyez en communion avec nous, et que notre communion soit avec le Père et avec son Fils Jésus-Christ. » (1 Jean 1, 1-3)

Les services de réseautage social en ligne sont un danger pour les vrais contacts humains. Ils détruisent les capacités sociales de l'homme et mettent ainsi en péril les fruits de l'Incarnation. N'est-ce pas là un signe de l'antéchrist ? « Car plusieurs séducteurs ont paru dans le monde; ils ne confessent point Jésus comme Christ venu en chair: c'est lui le séducteur et l'antéchrist. » (2 Jean 2, 7)

Abbé Jürgen Wegner