



# Conseil Pontifical pour les Communications Sociales

## 42<sup>ème</sup> JOURNÉE MONDIALE DES COMMUNICATIONS SOCIALES

"Les médias : au carrefour entre rôle et service.  
Chercher la Vérité pour la partager."

le 4 mai 2008

### BREF QUESTIONNAIRE SUR L'INFO-ÉTHIQUE

#### **1- Quelle est l'attitude de l'Église vis-à-vis des moyens de communication sociale ?**

"L'Église assume les moyens de communication sociale avec une attitude fondamentalement positive et stimulante. Elle ne se contente pas de juger ou de condamner, mais elle considère plutôt ces instruments non seulement comme des produits du génie humain, mais également comme d'immenses dons de Dieu et de véritables signes des temps (cf. *Inter mirifica*, n. 1; *Evangelii nuntiandi*, n. 45; *Redemptoris missio*, n. 37). Elle désire soutenir ceux qui travaillent dans le domaine des communications en établissant des principes positifs pour les assister dans leur travail, tout en promouvant un dialogue auquel toutes les parties concernées – aujourd'hui, cela signifie pratiquement tout le monde – peuvent prendre part" (*Ethique dans les communications sociales*, 4)

"L'engagement dans les médias, toutefois, n'a pas pour seul but de démultiplier l'annonce. Il s'agit d'une réalité plus profonde car l'évangélisation même de la culture moderne dépend en grande partie de leur influence. Il ne suffit donc pas de les utiliser pour assurer la diffusion du message chrétien et de l'enseignement de l'Église, mais il faut intégrer le message dans cette « nouvelle culture » créée par les moyens de communication modernes. C'est un problème complexe car, sans même parler de son contenu, cette culture vient précisément de ce qu'il existe de nouveaux modes de communiquer avec de nouveaux langages, de nouvelles techniques, de nouveaux comportements." (*Jean Paul II, Redemptoris missio*, 37)

#### **2. - Quelle est l'éthique dans la communication sociale ?**

"Le concile du Vatican II affirme: « Pour qu'il soit fait un usage correct » des moyens de communications sociales, il est essentiel « que tous ceux qui les utilisent connaissent les principes de l'ordre moral et les appliquent fidèlement ». (*Inter mirifica*, 4) L'ordre moral auquel le concile se réfère est la loi naturelle à laquelle tous les êtres humains sont tenus parce qu'elle est « inscrite dans leurs coeurs » (*Rom. 2, 15*) et qu'elle incorpore les impératifs de l'authentique réalisation de la personne humaine. Pour les chrétiens, en outre, la loi naturelle a une dimension plus profonde et une signification plus riche. Le Christ est le « Principe » qui, « ayant assumé la nature humaine, l'éclaire définitivement dans ses éléments constitutifs et dans le dynamisme de son amour envers Dieu et envers le

prochain ».22 C'est là que s'exprime le sens le plus profond de la liberté humaine: elle permet une authentique réponse morale, éclairée en Jésus Christ, qui l'appelle à « former la conscience, et à la rendre objet d'une conversion continuelle à la vérité et au bien ».23 Dans ce contexte, deux options seulement s'offrent aux médias. Ou bien ils aident les personnes à mieux comprendre et à mieux réaliser ce qui est bien et ce qui est vrai, ou bien ils se transforment en forces destructrices qui s'opposent au bien-être humain." (*Éthique en publicité*,14)

" (...)les médias sont appelés à servir la dignité humaine en aidant les personnes à bien vivre et à agir en tant que personnes vivant dans une communauté. Les médias font cela en encourageant les hommes et les femmes à être conscients de leur dignité, à pénétrer les pensées et les sentiments des autres, à cultiver un sens de responsabilité mutuelle, à croître dans la liberté personnelle, dans le respect pour la liberté d'autrui et dans la capacité au dialogue."(*Ethique dans les communications sociales*, 6)

"le principe éthique fondamental est le suivant: la personne humaine et la communauté humaine sont la fin et la mesure de l'utilisation des moyens de communication sociale; la communication devrait se faire par des personnes en vue du développement intégral d'autres personnes."(*Ethique dans les communications sociales*, 21)

### **3. - Quels défis posent les nouvelles technologies en matière d'éthique de la communication?**

"Internet est le dernier, et, sous de nombreux aspects, le plus influent d'une série de médias – télégraphe, téléphone, radio, télévision – qui, depuis un siècle et demi ont progressivement éliminé les barrières que le temps et l'espace constituaient pour la communication. Son impact sur les personnes, les nations, et la communauté des nations, est immense.(...)

Internet est une source de grands bienfaits aujourd'hui et promet de l'être plus encore. Mais il peut aussi causer beaucoup de mal. Ce qu'Internet deviendra, en bien ou en mal, est essentiellement une question de discernement – un choix auquel l'Eglise apporte deux contributions majeures: son engagement en faveur de la dignité de la personne humaine et sa longue tradition de sagesse morale.<sup>3</sup>" (*Éthique en Internet*,2)

"Les nouveaux médias, la téléphonie et Internet en particulier, sont en train de modifier la physionomie même de la communication et c'est peut-être une occasion précieuse pour la redessiner, pour rendre plus visibles, comme l'a dit mon vénéré prédécesseur Jean-Paul II, les aspects essentiels et inaliénables de la vérité sur la personne humaine" (*Benoît XVI, Message 42° JMCS*).

"«Il faut rompre les barrières et les monopoles qui maintiennent de nombreux peuples en marge du développement, assurer à tous les individus et à toutes les nations les conditions élémentaires qui permettent de participer au développement» (*Centesimus annus*, n. 35). La technologie des communications et de l'information, ainsi que la formation en vue de son utilisation, représente l'une de ces conditions fondamentales." (*Ethique dans les communications sociales*, 14)

### **4 - Y a-t-il une éthique de l'utilisateur des médias audiovisuels?**

L'utilisation des nouveaux médias, comme les téléphones mobiles et Internet,

suscite une grande créativité surtout chez les enfants et les jeunes ; et elle doit être toujours guidée par le respect de la dignité de chaque personne, de sa vie privé et de sa réputation (Cfr. *Ethique dans les communications sociales*, 21)

"« Une communauté, consciente de l'influence des médias, devrait apprendre à les utiliser pour la croissance de la communauté, avec la clarté évangélique et la liberté intérieure de ceux qui ont appris à connaître le Christ » (cf. *Ga 4,17-23*). Les médias proposent, et imposent souvent, une mentalité et un modèle de vie qu'il faut confronter sans cesse à l'Évangile. Ainsi, le désir se manifeste un peu partout d'une formation approfondie à la réception et à l'usage critique et fécond des médias." (*Ethique dans les communications sociales*, 25)

## **5. - Quel rôle doit avoir l'Église dans le domaine moral des communications sociales ?**

"la pratique de la communication devrait être exemplaire dans l'Église et refléter les modèles les plus élevés de vérité, de responsabilité, de sensibilité aux droits humains, ainsi que d'autres principes et normes importants. De plus, les médias de l'Église devraient s'engager à communiquer la pleine vérité sur la signification de la vie humaine et de l'histoire, en particulier telle qu'elle est contenue dans la parole de Dieu enseignée par le Magistère." (*Ethique dans les communications sociales*, 26)

"Là où des structures juridiques et politiques favorisent la domination des médias par des groupes de pression, l'Église doit insister sur le respect du droit à communiquer, et notamment sur son propre droit d'accès aux médias, tout en recherchant d'autres modèles de communication pour ses propres membres et pour l'ensemble de la population. Le droit à la communication fait d'ailleurs partie du droit à la liberté religieuse, lequel ne devrait pas être limité à la seule liberté de culte." (*Aetatis Novae* 15)

"il faut qu'une éducation aux médias devienne une partie intégrante de la planification pastorale et des différents programmes d'éducation et de pastorale organisés par l'Église, y compris dans les écoles catholiques" (*Éthique en publicité*, 22)

"L'Église serait mieux servie si les personnes accomplissant des fonctions et des rôles en son nom recevaient une formation en communication. Cela est vrai non seulement pour les séminaristes, des personnes recevant une formation dans les communautés religieuses, et des jeunes laïcs catholiques, mais pour tout le personnel de l'Église en général. A condition que les médias soient « neutres, ouverts et honnêtes », ils offrent aux chrétiens bien préparés « un rôle missionnaire de première ligne » et il est important que ceux-ci soient « bien formés et soutenus »" (*Ethique dans les communications sociales*, 26)

## **6. - Quelle est la tâche de la famille et l'école dans la société médiatique ?**

"Comme l'éducation en général, l'éducation aux médias exige la formation à l'exercice de la liberté. C'est une tâche exigeante. Bien souvent, la liberté est présentée comme la recherche incessante du plaisir ou de nouvelles expériences. C'est encore une condamnation et non une libération ! La vraie liberté ne pourrait jamais condamner l'individu - particulièrement un enfant - à une quête insatiable de nouveauté. À la lumière de la vérité, la liberté authentique s'éprouve comme

réponse définitive au «oui» de Dieu à l'humanité, qui nous appelle à choisir, non pas aveuglément mais de manière délibérée, tout ce qui est bon, vrai et beau. C'est alors que les parents, comme gardiens de cette liberté, tout en donnant progressivement à leurs enfants une plus grande liberté, les initient à la joie profonde de la vie". (*Benoît XVI, Message 41° JMCS*).

## **7. - Une "info-éthique" est-elle nécessaire?**

"Le rôle que les moyens de communication sociale ont joué dans la société doit désormais être considéré comme partie intégrante de la question anthropologique, qui apparaît comme un défi crucial du troisième millénaire. De manière identique à ce qui se passe dans le domaine de la vie humaine, du mariage et de la famille, et au sujet des grandes questions contemporaines concernant la paix, la justice et la sauvegarde de la création, sont en jeu, également dans le secteur des communications sociales, des dimensions constitutives de l'homme et de sa vérité. (..)

Parce qu'il s'agit évidemment de réalités qui pèsent profondément sur toutes les dimensions de la vie humaine (morales, intellectuelles, religieuses, relationnelles, affectives, culturelles), mettant en jeu le bien de la personne, il faut réaffirmer que tout ce qui est techniquement possible n'est pas éthiquement praticable.(...)

Un certain nombre de gens pensent qu'une "info-éthique" est aujourd'hui nécessaire dans ce domaine, de la même façon qu'il existe la bioéthique en médecine et dans la recherche scientifique liée à la vie". (*Benoît XVI, Message 42° JMCS*).