

## Essai de théologie des réseaux sociaux.

<b>Introduction : pourquoi interroger les réseaux sociaux d'un point de vue théologique ?</b> .....	<b>2</b>
<b>I. Les réseaux sociaux</b> .....	<b>4</b>
A. Généalogie.....	4
B. Caractéristiques.....	5
C. Objet d'étude .....	6
D. La recherche théologique dans le cadre de la <i>Digital Theology</i> .....	8
<b>II. Théologie des réseaux sociaux</b> .....	<b>9</b>
DT1. La théologie, influencée par les réseaux sociaux ?.....	9
DT2. Les théologiens en réseau.....	11
DT3. Les réseaux sociaux au regard de la théologie .....	12
DT4. L'éthique des réseaux sociaux .....	14
<b>Conclusion</b> .....	<b>16</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>17</b>

## Introduction : pourquoi interroger les réseaux sociaux d'un point de vue théologique ?

En apparence, ce sont deux mondes qui n'ont rien à voir. Pourquoi la théologie chrétienne - vieille de plus de 2000 ans, avec sa nuée de traités, conciles, réformes, contre-réformes, institutions, traditions, et autres rites - viendrait interroger le nouveau monde des réseaux sociaux, né il y a un peu plus de quinze ans ?

Plusieurs éléments de réponse.

Tout d'abord car la théologie n'a pas vocation à évoluer en vase clos ou même - ce qui a le plus souvent été le cas - en tour d'ivoire. La science *logos* s'intéresse à la question du Dieu chrétien *theos* en étant ancrée dans le monde qui nous entoure. Ainsi, toutes nos pratiques informent et interrogent notre relation à Dieu. Nous avons en tête la célèbre métaphore de Karl Barth, qui décrit le travail du théologien comme ayant une Bible dans une main et un journal dans l'autre. Nous pensons aussi à ce que le théologien Paul Tillich nommait la théologie dialectique : une théologie qui est en interrogation constante, et se situant comme à la frontière entre le monde et les Ecritures. Plus récemment encore, c'est ce que le théologien Raphael Picon présentait, en s'inspirant de la pensée de John Cobb, comme une théologie ouverte qui « se construit [...] dans la création audacieuse et patiente de nouvelles propositions théologiques. »<sup>1</sup>

Ensuite car si la pratique des réseaux sociaux est récente, elle n'en est pas pour autant minoritaire. C'est d'ailleurs l'inverse. Les réseaux sociaux sont présents partout – nous y reviendrons dans la première partie cet article – et peuvent donc à ce titre être légitimement décrits comme omniprésents. Nos sociétés occidentales ne sont d'ailleurs pas simplement friandes de réseaux sociaux, elles en sont saturées. Aux Etats-Unis, 5% de la population adulte utilisait les réseaux sociaux en 2005. Ils sont 72% en 2021.<sup>2</sup> A ce titre, les réseaux sociaux sont plus qu'une pratique isolée et dépassent largement le seul domaine d'études des chercheurs en nouvelles techniques d'information et de communication. Une pratique ayant une telle présence dans notre société se doit de figurer au menu des théologiens.

Enfin, car l'étude des réseaux sociaux par des théologiens a déjà commencé, notamment par le Centre de Théologie Numérique. Ces théologiens ont comme objet de recherche académique la façon dont le développement des technologies numériques nous permet de (re)penser Dieu. Nous nous situons ici au croisement entre théologie pratique et théologie publique. L'étude des réseaux

---

<sup>1</sup> Raphaël Picon, *Tous théologiens* (Paris: van Dieren, 2001), 107.

<sup>2</sup> « Demographics of Social Media Users and Adoption in the United States », *Pew Research Center: Internet, Science & Tech* (blog), consulté le 20 octobre 2021, <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>.

sociaux s'inscrit donc dans un cadre plus large de la théologie du monde numérique, un pan nouveau de la théologie qui interroge l'émergence de ces nouvelles technologies.

Voici quelques arguments qui vous auront convaincu – je l'espère – de la raison pour laquelle l'étude des réseaux sociaux par un théologien n'est pas si incongrue qu'elle en a l'air au premier abord. Pour avancer dans cette tâche, je vais commencer par définir notre sujet d'étude : quels sont donc ces réseaux sociaux qui prennent une place prépondérante dans nos vies ? J'en profiterai pour situer cette pratique dans le cadre plus général de son étude académique. Après ce passage en revue, je proposerai une analyse théologique des réseaux sociaux au travers de quatre vagues utilisées au sein de la Théologie Numérique.

## I. Les réseaux sociaux

### A. Généalogie

Les réseaux sociaux ont pour but de connecter des utilisateurs sur une plateforme en ligne par le biais d'Internet. Des outils facilitant la connexion entre utilisateurs existaient certes avant cette époque. Le concept de réseau est d'ailleurs inhérent au fonctionnement originel d'Internet qui permet de joindre plusieurs ordinateurs à distance. Une première phase du développement des réseaux sociaux peut être identifiée à partir de 1997 et la naissance du site internet *sixdegrees.com*, considéré comme le « premier réseau social ».<sup>3</sup>

Cette phase initiale n'est pas sans intérêt, mais le *locus theologicus* de notre article est la forme moderne de ces réseaux sociaux. Le milieu des années deux-mille marque véritablement le début des réseaux sociaux sous la forme que nous connaissons aujourd'hui. Ces années particulièrement prolifiques ont vu la naissance des géants de l'industrie numérique qui sont aujourd'hui utilisés de par le monde. *LinkedIn*, réseau social dédié aux relations professionnelles, voit le jour en 2003. *Facebook*, accessible dès 2004, mais dans un premier temps uniquement aux étudiants de l'Université d'Harvard, aux Etats-Unis. *Twitter*, fondateur du micro-blogging, est lancé en 2006. Le succès rapide des premiers réseaux sociaux a ouvert la voie à de nombreux autres. Il existe aujourd'hui une multitude de réseaux sociaux, chacun adapté à une activité particulière: de la course à pied aux instruments de musique en passant par la rencontre amoureuse. L'expansion phénoménale de sa forme moderne s'explique par deux autres révolutions concomitantes: la démocratisation du réseau d'Internet (adieux les 'cybercafés de ma jeunesse !) et la multiplication des appareils mobiles.<sup>4</sup> L'utilisation des réseaux sociaux depuis les années deux-mille s'est ainsi démocratisée, mondialisée, et personnalisée.

Quelques années après le développement de ces plateformes numériques, la logique de leur modèle économique fut rendue plus explicite. En 2007, *Facebook* a introduit des publicités sur sa plateforme, et est ainsi devenu le modèle de référence pour tous les autres réseaux sociaux. Le modèle économique est clair : l'utilisateur – ou plutôt son temps d'attention - est lui-même la matière qui est revendue pour générer des bénéfices. Les informations personnelles de chaque utilisateur sont ainsi réifiées, marchandées, et revendues à d'autres

---

<sup>3</sup> danah boyd et Nicole B. Ellison, « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship », *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, n° 1 (1 octobre 2007): 214, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.

<sup>4</sup> 1615 L. St NW, Suite 800 Washington, et DC 20036 USA 202-419-4300 | Main 202-419-4349 | Fax 202-419-4372 | Media Inquiries, « Three Technology Revolutions », *Pew Research Center: Internet, Science & Tech* (blog), consulté le 10 octobre 2019, <https://www.pewinternet.org/three-technology-revolutions/>.

entreprises pour répondre à une logique de marché. À ce jour, il existe très peu de contre-modèles économiques pour remettre en cause ce modèle basé sur la publicité. Une tentative a été réalisée par le réseau social *Vero*, qui se targue d'être « social sans publicité ». Les données de l'utilisateur ne sont pas utilisées comme monnaie courante sur *Vero*. Mais ce dernier n'a pas encore franchi le pas en demandant une participation financière à ses utilisateurs et n'est donc pas encore parvenu à offrir une véritable alternative aux médias sociaux de type grand public.

## B. Caractéristiques

Les réseaux sociaux ont des capacités et des utilisations très variées. Comparez en effet la domination d'un géant comme *Facebook* et ses milliards d'utilisateurs avec les milliers de réseaux sociaux locaux et tournés vers une pratique particulière. Boyd et Ellison ont donc raison lorsqu'elles expliquent que « les réseaux sociaux varient considérablement dans leurs fonctionnalités et leurs utilisateurs. »<sup>5</sup> Si l'utilisation des réseaux sociaux varie, il est néanmoins possible d'en tirer trois traits dominants, que nous présentons ici :

1. Le soi - Le point de départ de tout réseau social est de se construire un profil pour permettre la représentation du soi. Cet avatar virtuel, construit au travers de textes, photographies, ou vidéos, devient le centre des connexions établies sur un réseau social.
2. Les autres – Un réseau social a pour but de connecter des utilisateurs. Ainsi, tout participant, une fois son profil établi, va chercher à se mettre en lien avec d'autres utilisateurs.
3. Le nous – Une fois la connexion établie entre le soi et les autres, le réseau se met en place et cette construction commune qui est le 'nous' peut commencer à interagir. Des échanges se mettent en place dans le réseau.

---

<sup>5</sup> boyd et Ellison, « Social Network Sites ».

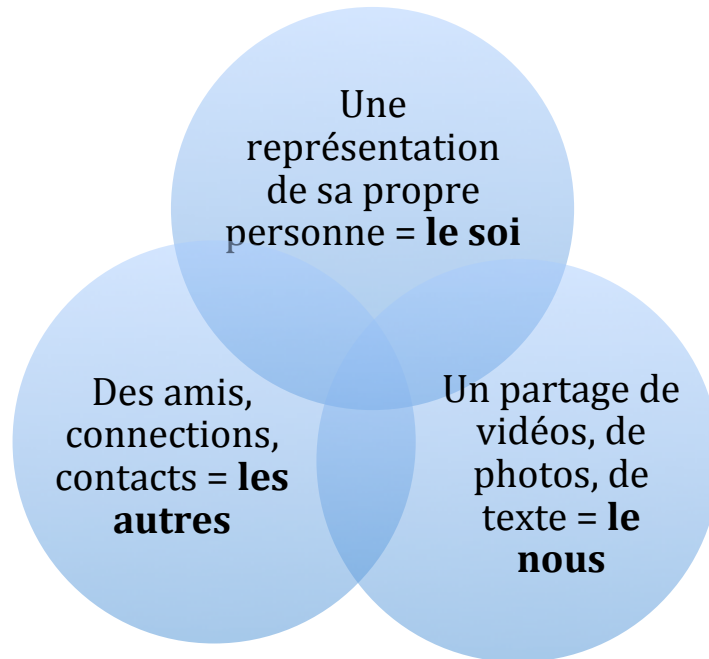


Figure 1 : Les trois piliers des réseaux sociaux.

### C. Objet d'étude

Nous avons passé en revue la généalogie des réseaux sociaux, allant d'une phase initiale dans les années quatre-vingt-dix à une forme moderne à partir des années deux-mille, ainsi que leurs caractéristiques principales. Il nous faut maintenant passer en revue la façon dont les réseaux sociaux sont devenus un objet d'étude.

Le monde académique, assistant à l'émergence des réseaux sociaux, s'est mobilisé pour étudier ce nouveau moyen de communication en pleine croissance. L'étude des réseaux sociaux se fait alors principalement au sein des départements de télécommunication, information, et media. L'approche de ce champ académique aussi connu sous le terme de *Internet studies* ou *Digital Media Studies* est empirique. Elle consiste à examiner l'utilisation des réseaux sociaux par le biais d'études de terrain et à en tirer des conclusions. Les chercheurs s'intéressent ici aux manifestations psycho-sociologiques de ce nouvel espace-temps que sont les réseaux sociaux afin de mieux comprendre ce « phénomène émergent ». <sup>6</sup> L'amitié, <sup>7</sup> le deuil virtuel, <sup>8</sup> ou encore l'expression

<sup>6</sup> boyd et Ellison.

<sup>7</sup> Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, et Cliff Lampe, « The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites »,

individuelle<sup>9</sup> sont des exemples d'études empiriques des réseaux sociaux. Certaines études ont aussi mis en avant le fait que l'utilisation des réseaux sociaux participe au développement du narcissisme,<sup>10</sup> est en corrélation avec la dépression,<sup>11</sup> ou encore participe au déclin du sentiment d'empathie.<sup>12</sup>

Nicole Ellison, et danah boyd<sup>13</sup>, précédemment citées, ont été des pionnières dans le milieu alors balbutiant de l'étude académique de ces nouveaux médias, principalement grâce à leur cartographie du phénomène.<sup>14</sup> Boyd s'est aussi intéressée au potentiel exploratoire des réseaux sociaux pour la formation de l'identité personnelle.<sup>15</sup> Zizi Papacharissi, connue pour avoir inventé le terme du « soi en réseau » [*networked self*], a également eu une influence importante dans la construction théorique de ce nouveau domaine d'étude<sup>16</sup>. Cette première vague de chercheurs provenait principalement des départements d'études de la communication et de l'information. Au fur et à mesure que les réseaux sociaux ont pris plus de poids dans notre quotidien, d'autres angles de recherche sont apparus. Suite à la consolidation du modèle utilisateur-produit expliqué précédemment, les spécialistes du domaine socio-économique ont commencé à

---

*Journal of Computer-Mediated Communication* 12, n° 4 (1 juillet 2007): 1143-68, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>.

<sup>8</sup> Jessa Lingel, « The Digital Remains: Social Media and Practices of Online Grief », *The Information Society* 29, n° 3 (1 mai 2013): 190-95, <https://doi.org/10.1080/01972243.2013.777311>.

<sup>9</sup> Alice E. Marwick et danah boyd, « I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience », *New Media & Society* 13, n° 1 (1 février 2011): 114-33, <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>.

<sup>10</sup> Jean M. Twenge, « Have Smartphones Destroyed a Generation? », *The Atlantic*, septembre 2017, <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/>.

<sup>11</sup> Jean M. Twenge et al., « Increases in Depressive Symptoms, Suicide-Related Outcomes, and Suicide Rates Among U.S. Adolescents After 2010 and Links to Increased New Media Screen Time », *Clinical Psychological Science* 6, n° 1 (janvier 2018): 3-17, <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>.

<sup>12</sup> Sara H. Konrath, Edward H. O'Brien, et Courtney Hsing, « Changes in Dispositional Empathy in American College Students over Time: A Meta-Analysis », *Personality and Social Psychology Review: An Official Journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc* 15, n° 2 (mai 2011): 180-98, <https://doi.org/10.1177/1088868310377395>.

<sup>13</sup> La non-capitalisation est volontaire et conforme au souhait de cette chercheuse. Voir: <https://www.danah.org>.

<sup>14</sup> boyd et Ellison, « Social Network Sites ».

<sup>15</sup> Marwick et boyd, « I Tweet Honestly, I Tweet Passionately ».

<sup>16</sup> Zizi Papacharissi, *A Networked Self Identity, Community and Culture on Social Network Sites* (New York: Routledge, 2010).

pointer du doigt l'exploitation économique de l'industrie en question.<sup>17</sup> Certains ont également appliqué un prisme marxiste pour dénoncer ces mêmes réseaux sociaux.<sup>18</sup> Enfin, les sociologues du fait religieux ont fait leur apparition dans le débat de l'analyse des réseaux sociaux. Nous pensons ici à des chercheurs comme Heidi Campbell, de l'Université du Texas, dont l'intérêt porte sur le concept de religion en ligne et en réseau.<sup>19</sup>

Nous ne manquons donc pas d'études dans le cadre des sciences sociales pour comprendre le phénomène des réseaux sociaux. Il nous maintenant nous tourner vers la recherche théologique sur ce sujet.

#### D. La recherche théologique dans le cadre de la *Digital Theology*

La recherche théologique sur les réseaux sociaux est encore très restreinte, mais il existe néanmoins un noyau de chercheurs intéressés par le sujet. Le principal investigateur de cette entreprise est le centre d'études de la Théologie Numérique - *Digital Theology* - à l'Université de Durham, en Angleterre. Fondé en 2014, il s'agit d'un environnement dynamique de mise en relation ainsi que de publication de travaux pour des chercheurs du monde entier.<sup>20</sup> Ce centre d'études est également connu pour avoir lancé le premier Master en Théologie Numérique au monde.

Son directeur, Dr. Peter Phillips, a théorisé quatre vagues de la Théologie Numérique, que nous reprenons ici sous forme schématique, et que nous allons emprunter pour esquisser une théologie des réseaux sociaux. Ces quatre caractéristiques ont pour avantage de donner un cadre pour toute étude se situant dans le champ de la Théologie Numérique. L'objectif de cette théologie innovatrice est de permettre une « réévaluation théologique du numérique » ainsi qu'une « réévaluation numérique de la théologie. »<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> Mark Andrejevic, « Social Network Exploitation », in *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, éd. par Zizi Papacharissi, 1 edition (New York: Routledge, 2010), 82-101.

<sup>18</sup> Christian Fuchs, *Social Media: A Critical Introduction / Christian Fuchs*. (Thousand Oaks, California: Sage Publication, 2014), <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bham/detail.action?docID=1605476>.

<sup>19</sup> Heidi A. Campbell, « Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society », *Journal of the American Academy of Religion* 80, n° 1 (2012): 64-93.

<sup>20</sup> « Centre for Digital Theology - Durham University », consulté le 29 septembre 2021, <https://www.dur.ac.uk/digitaltheology/>.

<sup>21</sup> Peter Phillips, Kyle Schiefelbein-Guerrero, et Jonas Kurlberg, « Defining Digital Theology: Digital Humanities, Digital Religion and the Particular Work of the CODEC Research Centre and Network », *Open Theology* 5, n° 1 (1 janvier 2019): 29-43, <https://doi.org/10.1515/opth-2019-0003>.





*Figure 2 – Cartographie de la Théologie Numérique*

## **II. Théologie des réseaux sociaux**

Nous proposons maintenant une évaluation de la pratique des réseaux sociaux au travers des quatre axes de la Théologie Numérique présentées précédemment.

### **DT1. La théologie sous influence des réseaux sociaux**

La première vague en Théologie Numérique entend regarder de plus près la façon dont la théologie se construit grâce et en lien avec le numérique. Nous sommes ici proche de la démarche dite des humanités numériques qui consiste à utiliser l'outil numérique à des fins d'analyse pour l'histoire, la littérature, la sociologie etc. La création et collection de données, la numérisation de manuscrits, l'analyse de texte par le biais d'intelligence artificielle, sont quelques exemples de pratique dans le milieu des humanités numérique. Dans le cadre de l'étude des réseaux sociaux, il faut nous demander comment la théologie, en tant que science académique, s'approprié et utilise-t-elle ces mêmes réseaux

sociaux ? Comment en est-elle ensuite influencée et transformée ? Cette première vague est typique de toute recherche située dans le milieu de la recherche au croisement entre technologie et théologie. Prenons l'exemple, très cher aux protestants, de l'imprimerie. Dans son ouvrage séminal *The Printing Press as an Agent of Change*, Elizabeth Eisenstein explique comment la technologie de l'imprimerie a changé les mentalités de ceux qui l'utilisent, et que nous nommons maintenant les 'modernes'.<sup>22</sup> La capacité à reproduire rapidement des ouvrages a contribué largement à la dissémination de nouvelles idées. La réduction du coût des livres a également permis à plus d'intellectuels de converser et d'accumuler des livres, donc de la connaissance.

Ce lien inexorable entre technologie et théologie doit aussi être mis en parallèle avec la célèbre thèse de Marshall McLuhan selon laquelle « *the medium is the message* ». <sup>23</sup> Pour McLuhan en effet, l'information évolue et se transforme par le biais du convoyeur qui déplace cette même information. Une lettre écrite est différente, dans son essence, d'un message écrit sur un téléphone portable car ils utilisent des méthodes qui ont des spécificités propres. Nous comprenons maintenant comment la propagation des idées sur les réseaux sociaux est unique, et entraîne une transformation du message qui y est véhiculé.

Une communication sur les réseaux sociaux tend à être courte, directe, et instantanée. Les explications théologiques ont inversement tendance à être longues. Comment est-il donc possible de faire de la théologie en utilisant un medium qui limite l'écriture, comme la plateforme de micro-blogging Twitter et ses deux-cent quatre-vingt caractères ? Comment sera-t-elle transformée par ce bouleversement de la transmission des idées par le biais des réseaux sociaux ?

Un exemple frappant de relation entre théologie et réseaux sociaux est l'étude réalisée en 2019 par Peter Phillips et son équipe de chercheurs de Durham.<sup>24</sup> Ceux-ci ont analysé les données de versets bibliques partagés sur certains réseaux sociaux et les ont ensuite rangés dans deux catégories :

1. *thérapeutique/ anthropocentrique* : renvoi à des injonctions bibliques sur la façon dont les êtres humains doivent se comporter, et vivre en harmonie ensemble. *E.g.* 3 Jean 1:2

---

<sup>22</sup> Elizabeth L. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe* (Cambridge: University Press, 1980).

<sup>23</sup> Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, 1st éd. (New York: McGraw-Hill, 1964).

<sup>24</sup> Peter M. Phillips, *The Bible, Social Media and Digital Culture* (London: Routledge, 2019), <https://doi.org/10.4324/9780429000997>.

2. *propositionnel/ théocentrique* : il s'agit de passages plus descriptifs et dogmatique présentant la vie de Jésus, sa mort, et sa résurrection, ainsi que des caractéristiques propre à Dieu. *E.g.* Deutéronome 6:4

Après avoir montré que la majorité des versets partagés sur les réseaux sociaux étudiés sont d'ordre *thérapeutique/ anthropocentrique*, Phillips *et al* concluent qu'il faudrait presque considérer qu'il existe un « nouveau canon de versets bibliques » ayant sa propre existence sur les réseaux sociaux. Cette orientation théologique est auto sélective et souhaite répondre aux attentes d'une audience réceptive à des versets bibliques qualifiés de thérapeutique.

## DT2. Les théologiens en réseau

L'application du stade DT2 à une théologie des réseaux sociaux signifie s'interroger sur la façon dont les acteurs de la théologie – dans le monde académique aussi bien qu'ecclésiologique - utilisent les réseaux sociaux. Les théologiens pratiquent en effet les réseaux sociaux pour échanger des idées, communiquer, et se mettre en réseau.<sup>25</sup> Ces échanges sur les réseaux sociaux ont deux caractéristiques principales que nous souhaitons aborder dans cette section: l'intersectionnalité et l'instantanéité.

L'intersectionnalité est la pratique qui consiste à mettre en commun des personnes sans passer par une hiérarchie préalablement définie. Dans le monde professionnel, on parle de management transversal pour décrire ce phénomène. Cette notion nous aide à comprendre le rapport d'autorité sur les réseaux sociaux. En leur sein, l'autorité et la hiérarchie y sont remaniées. Il est ainsi possible de 'suivre' des personnes directement, sans passer par des intermédiaires. Prenons un exemple concret. Imaginez qu'au lieu de passer par l'intermédiaire de *Foi et Vie* pour diffuser mon essai sur une théologie des réseaux sociaux, je décidais d'écrire ce même article sur une plateforme en ligne et de le partager à mon réseau. Nul doute que vos possibilités en tant que lecteur de mon article sur cette plateforme sont nombreuses : vous pourriez lever ou baisser un pouce virtuel pour indiquer si vous aimez ou non l'article, vous auriez la possibilité de commenter mes écrits et également de m'interpeller directement. Mais l'autorité intermédiaire que représente *Foi et Vie* qui s'établie entre l'auteur et sa réception ne permet pas ce niveau d'intersectionnalité. Assurément, si vous lisez ces lignes, c'est que vous avez pris la décision de placer votre foi en l'autorité-intermédiaire de *Foi et Vie* pour vous garantir des articles ayant un certain standard de qualité et ayant été passé au rigoureux procédé de relecture.

---

<sup>25</sup> Il existe même un livre pour aider les théologiens à utiliser les réseaux sociaux! Voir: Thomas Jay Oord, *Theologians and Philosophers Using Social Media: Advice, Tips, and Testimonials*, 1st edition (SacraSage Press, 2017).

Dans le monde des réseaux sociaux, il existe une figure particulière qui fait preuve d'autorité complètement désintermédiée : l'influenceur. Une personne qui a emmagasinée une audience sur une plateforme peut ainsi se construire son propre réseau. Il est aujourd'hui beaucoup plus compliqué de localiser les multiples sources d'autorité qui naviguent autour de nous. Les figures traditionnelles d'autorité facilement identifiables comme la famille, l'école, l'église, sont en déclin au profit d'influenceurs que nous ne connaissons pas. Sur les réseaux sociaux, l'autorité est en quelque sorte décentralisée. Commentant sur le contexte des magazines féminins pour adolescentes, la journaliste Kate Dwyer écrivait : « Alors que dans le passé les adolescentes avaient foi en la sagesse de femmes qui étaient de quatre ou vingt ans leurs aînées, elles se tournent maintenant vers d'autre adolescentes sur TikTok. »<sup>26</sup> Un autre exemple frappant d'intersectionnalité sur les réseaux sociaux est le succès croissant de support thérapeutique orchestré par des adolescents pour d'autre adolescents.<sup>27</sup> Là où dans le passé nous nous tournions vers des experts (dans ce cas précis, un pédopsychiatre), nous nous tournons maintenant vers des pairs rendus légitimes par leur forte présence sur les réseaux sociaux.

Les échanges sur les réseaux sociaux se font également de manière instantanée, c'est-à-dire en permettant à des utilisateurs d'échanger en temps réel. Si des conversations peuvent avoir lieu de façon asynchrone, il est néanmoins de mise sur ces plateformes d'écrire et de réagir très vite.

En résumé, comment est-ce que les théologiens comprennent ce remaniement profond des figures d'autorité ? Comment est-ce que la théologie est influencée par ces échanges instantanés ? Comment élaborer une étude théologique par le biais d'un médium favorisant un échange court, instantané, et désintermédié ?

### **DT3. Les réseaux sociaux au regard de la théologie**

Cette troisième étape de la théologie numérique appliquée aux réseaux sociaux entend renverser l'analyse élaborée en DT1. Ici, en DT3, il s'agit de passer en revue les réseaux sociaux au prisme de la théologie. Cette étape est en soi une véritable entreprise qui demanderait plus de temps et d'espace pour être élaborée. Nous présentons néanmoins deux thèmes pouvant offrir des premiers éléments de réponse.

---

<sup>26</sup> Kate Dwyer, « Could the Teen Magazine Rise Again? », *The New Yorker*, consulté le 29 septembre 2021, <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/could-the-teen-magazine-rise-again>.

<sup>27</sup> Taylor Lorenz, « High Schoolers Across the Country Are Seeking 'Teenager Therapy' », *The New York Times*, 29 juillet 2020, sect. Style, <https://www.nytimes.com/2020/07/29/style/teenager-therapy-podcast.html>.

Au cœur des réseaux sociaux se situe cette relation fondamentale entre le soi et l'autre, qui forment ensemble le « nous » du réseau. Ceux que nous nommons les autres portent différents noms selon la plateforme utilisée. Ils peuvent être désignés par le terme 'amis' – terme trompeur, car qui peut vraiment avoir des centaines voir des milliers d'amis ? – ou bien le terme plus neutre de 'contact'. Tout théologien s'intéresse de près à la question du soi et de l'autre. La construction du nous et du vivre ensemble commence dès le début du livre de la Genèse et cette sempiternelle question posée à Caïn par Dieu: « où est ton frère Abel? ». Les réseaux sociaux permettent donc de mettre en contact un utilisateur avec d'autres personnes. Mais dans quelle mesure cette mise en relation permet-elle de favoriser une cohabitation harmonieuse ? De nombreux exemples plaident en faveur des réseaux sociaux comme outils permettant à des individus de se connecter très rapidement afin de mener à bien des efforts positifs de justice sociale. Les exemples du Printemps Arabe<sup>28</sup> ou encore plus récemment des manifestations à Hong-Kong<sup>29</sup> ont mis en lumière le rôle prépondérant des réseaux sociaux pour mobiliser les activistes. Mais dans son utilisation plus quelconque et quotidienne, est-ce que les réseaux sociaux n'offriraient-ils pas une fausse impression de socialisation ? C'est l'opinion de la sociologue Sherry Turkle dans son fascinant livre titré *Seuls Ensemble*.<sup>30</sup>

Autre exemple d'un aspect des réseaux sociaux qui pose question pour le théologien est la question de la « suivance ». Nous l'avons expliqué précédemment : les réseaux sociaux mettent en lien des utilisateurs qui construisent ainsi un « nous » commun. Ceux-ci peuvent se connecter les uns aux autres de manière bidirectionnelle ou bien de manière unilatérale. Ici spécifiquement nous souhaitons aborder la connexion non-réciproque, ou unidirectionnelle, lorsque nous 'suivons' une personne sans réciproque. En général, il s'agit d'une personnalité publique connue et qui agit sur les réseaux sociaux comme influenceur. Ainsi, le réseau social *Twitter* fait une différence entre le nombre de personnes que l'utilisateur suit, et le nombre de personnes qui suivent l'utilisateur. Cette dichotomie fait écho au fameux thème théologique de la « suivance », particulièrement important dans l'Evangile de Marc, où les premiers mots de Jésus à ceux qui deviendront ses disciples sont : « suivez-moi et je vous ferai pécheurs d'hommes » (Marc 1 :17). Comment placer cet appel à suivre personnellement Jésus et entrer dans sa « suivance » au regard de toutes les autres personnalités publiques que nous pouvons maintenant suivre ?

---

<sup>28</sup> Paolo Gerbaudo, *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*, Illustrated edition (London: Pluto Press, 2012).

<sup>29</sup> « What Is Telegram and Why Was the App so Popular during Hong Kong Protests? », South China Morning Post, 14 juin 2019, <https://www.scmp.com/tech/apps-social/article/3014382/what-telegram-and-why-did-messaging-app-prove-so-popular-during>.

<sup>30</sup> Sherry Turkle, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, 3rd ed. edition (Basic Books, 2017).

## DT4. L'éthique théologique des réseaux sociaux

Enfin, le dernier pan d'une théologie des réseaux sociaux se doit d'apporter un regard critique sur cette pratique nouvelle. C'est cet angle d'approche qui est abordé en DT4, et qui se soucie de la façon dont la théologie peut proposer une évaluation des risques éthiques potentiels liés à l'utilisation des réseaux sociaux. Cette question est d'autant plus d'actualité à l'heure où un grand nombre d'églises locales, fraîchement équipées de caméras et micros, proposent une diffusion en direct de leurs activités religieuses sur des plateformes numériques. Alors que certaines églises ont pris le parti de la participation sur les réseaux sociaux, le développement d'une éthique théologique sur le sujet est d'autant plus pertinent.

Beaucoup d'églises locales mettent aujourd'hui à disposition leurs cultes sur des plateformes telles que *YouTube*, *Facebook*, ou *Instagram*. Ces plateformes ne sont pas neutres. A la différence de l'outil-*techne* tel le marteau qui est une technique compréhensible, les réseaux sociaux sont des technologies complexes. De plus, ces plateformes sont orchestrées par des entreprises privées ayant un but lucratif avéré. Nous sommes loin d'une vision de la technologie dite 'instrumentaliste' qui considère toute technologie comme neutre. Un pan entier de l'éthique théologique des réseaux sociaux doit se pencher sur la question de la responsabilité institutionnelle de l'église lors de l'adoption d'un réseau social. Le choix d'une plateforme doit répondre à un positionnement éthique cohérent. Une église qui emploie des salariés se doit, par engagement chrétien, d'être un employeur juste et équitable. De manière comparable, l'église devrait être le garde-fou d'abus éthiques liés à l'utilisation d'un réseau social, comme par exemple, lors des abus révélés de l'entreprise *Facebook* entraînant son boycott en 2020.<sup>31</sup>

L'église est de plus en plus mise en ligne, évaluée, classée, et partagée. Un culte qui était auparavant vécu par une congrégation à un instant donné, est maintenant rendu accessible à n'importe qui dans le monde et cela pour toujours. Quels sont les risques associés à cette mondialisation de la parole locale ? Faut-il conserver les vidéos de nos cultes sur des plateformes en ligne pour toujours ? Inversement, si tout chrétien est engagé dans une église locale mais est bercé par la prédication d'un pasteur situé sur un autre continent, dans un tout autre contexte, quel remaniement ecclésiologique cela va-t-il engendrer ? Ne peut-on craindre qu'une généralisation et banalisation des cultes en lignes

---

<sup>31</sup> Raphaël Balenieri, Anaïs Moutot, et Nicolas Rauline, « Publicité : le boycott de Facebook en 8 questions », *Les Echos*, 2 juillet 2020, <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/publicite-le-boycott-de-facebook-en-8-questions-1220697>.

entraîne une baisse de l'engagement local ? Comment appréhender le phénomène de 'youtubisation' pour l'église de demain ?

Enfin, un problème important d'utilisation des réseaux sociaux qu'il nous faut évaluer par l'éthique théologique est celui de la confidentialité. Nous avons vu comment les réseaux sociaux utilisent les données personnelles comme l'équivalent d'une matière première. Aujourd'hui, beaucoup d'adolescents font face à un véritable rituel de passage lorsqu'ils découvrent la quantité d'information (notamment d'images) associés à leur nom présent sur les réseaux sociaux.<sup>32</sup> Le droit à l'image et le droit à la confidentialité sur les réseaux sociaux deviennent des questions pressantes lorsque les églises enregistrent et filment de plus en plus. Ainsi les théologiens – et tout chrétien engagé - doivent développer un robuste cadre permettant de comprendre ces enjeux au travers de la bonne nouvelle de l'Évangile. Comment favoriser un lieu – l'église - où les droits individuels liés à l'image peuvent être respectés ? Quelle théologie de la confidentialité peut être développée pour soutenir ces réflexions ?

---

<sup>32</sup> Taylor Lorenz, « When Kids Realize Their Whole Life Is Already Online », The Atlantic, 20 février 2019, <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/02/when-kids-realize-their-whole-life-already-online/582916/>.

## Conclusion

Il est important de noter que la pandémie de Covid-19 entraîne et va entraîner un intérêt accru pour la Théologie Numérique. Les églises locales, engouffrées dans l'utilisation de nouvelles technologies, ont déjà commencé à s'interroger sur leurs pratiques et à se positionner sur leur relation avec la technologie numérique. Dans un précédent article, j'ai expliqué comment la réaction des églises face à l'utilisation des technologies numériques représente un positionnement théologique ayant des conséquences sur un grand nombre de questions d'ordre ecclésiologique.<sup>33</sup>

L'échafaudage que nous avons présenté d'une théologie des réseaux sociaux reste encore vacillant et beaucoup reste à faire pour arriver à un stade où la structure serait plus stable. Mais, bien qu'incomplète et risquée, notre entreprise n'en est pas pour le moins nécessaire. Une réflexion théologique ambitieuse sur les réseaux sociaux, maintenant omniprésents dans nos vies, est essentielle. Pour reprendre les termes d'Alistair McGrath, la théologie chrétienne est avant tout une ouverture qui « rend possible une nouvelle façon de se voir soi-même, les autres, et le monde, et ses conséquences sur la façon dont nous agissons. »<sup>34</sup> Assurément, la théologie doit s'appuyer sur d'autres départements académiques afin de bien appréhender les réseaux sociaux. Mais une approche pluridisciplinaire ne doit pas cacher l'apport unique de la théologie dans le débat sur les réseaux sociaux et leur utilisation dans notre société.

---

<sup>33</sup> Antonin Ficatier, « L'Église hybride : Apports théologiques à une ecclésiologie remaniée par les technologies numériques », *Foi et Vie* 11/2020 (novembre 2020), <https://www.foi-et-vie.fr/archive/byauthor.php?author=Ficatier,%20Antonin>.

<sup>34</sup> Alister E. McGrath, *Christian Theology: An Introduction*, 6 édition (Chichester, West Sussex ; Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2016), 85.



## Bibliographie

- Andrejevic, Mark. « Social Network Exploitation ». In *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, édité par Zizi Papacharissi, 1<sup>ère</sup> édition., 82-101. New York: Routledge, 2010.
- Balenieri, Raphaël, Anaïs Moutot, et Nicolas Rauline. « Publicité : le boycott de Facebook en 8 questions ». *Les Echos*, 2 juillet 2020. <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/publicite-le-boycott-de-facebook-en-8-questions-1220697>.
- boyd, danah, et Nicole B. Ellison. « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship ». *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, n° 1 (1 octobre 2007): 210-30. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.
- Campbell, Heidi A. « Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society ». *Journal of the American Academy of Religion* 80, n° 1 (2012): 64-93.
- « Centre for Digital Theology - Durham University ». Consulté le 29 septembre 2021. <https://www.dur.ac.uk/digitaltheology/>.
- Pew Research Center: Internet, Science & Tech. « Demographics of Social Media Users and Adoption in the United States ». Consulté le 20 octobre 2021. <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>.
- Dwyer, Kate. « Could the Teen Magazine Rise Again? » *The New Yorker*. Consulté le 29 septembre 2021. <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/could-the-teen-magazine-rise-again>.
- Eisenstein, Elizabeth L. *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe*. Cambridge: University Press, 1980.
- Ellison, Nicole B., Charles Steinfield, et Cliff Lampe. « The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites ». *Journal of Computer-Mediated Communication* 12, n° 4 (1 juillet 2007): 1143-68. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>.
- Ficatier, Antonin. « L’Église hybride : Apports théologiques à une ecclésiologie remaniée par les technologies numériques ». *Foi et Vie* 11/2020 (novembre 2020). <https://www.foi-et-vie.fr/archive/byauthor.php?author=Ficatier,%20Antonin>.
- Fuchs, Christian. *Social Media: A Critical Introduction / Christian Fuchs*. Thousand Oaks, California: Sage Publication, 2014. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bham/detail.action?docID=1605476>.
- Gerbaudo, Paolo. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. Illustrated edition. London: Pluto Press, 2012.
- Konrath, Sara H., Edward H. O’Brien, et Courtney Hsing. « Changes in Dispositional Empathy in American College Students over Time: A Meta-Analysis ». *Personality and Social Psychology Review: An Official Journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc* 15, n° 2 (mai 2011): 180-98. <https://doi.org/10.1177/1088868310377395>.

- Lingel, Jessa. « The Digital Remains: Social Media and Practices of Online Grief ». *The Information Society* 29, n° 3 (1 mai 2013): 190-95.  
<https://doi.org/10.1080/01972243.2013.777311>.
- Lorenz, Taylor. « High Schoolers Across the Country Are Seeking ‘Teenager Therapy’ ». *The New York Times*, 29 juillet 2020, sect. Style.  
<https://www.nytimes.com/2020/07/29/style/teenager-therapy-podcast.html>.
- . « When Kids Realize Their Whole Life Is Already Online ». *The Atlantic*, 20 février 2019.  
<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/02/when-kids-realize-their-whole-life-already-online/582916/>.
- Marwick, Alice E., et danah boyd. « I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience ». *New Media & Society* 13, n° 1 (1 février 2011): 114-33.  
<https://doi.org/10.1177/1461444810365313>.
- McGrath, Alister E. *Christian Theology: An Introduction*. 6 édition. Chichester, West Sussex ; Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2016.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. 1st éd. New York: McGraw-Hill, 1964.
- NW, 1615 L. St, Suite 800 Washington, et DC 20036 USA 202-419-4300 | Main 202-419-4349 | Fax 202-419-4372 | Media Inquiries. « Three Technology Revolutions ». *Pew Research Center: Internet, Science & Tech* (blog). Consulté le 10 octobre 2019. <https://www.pewinternet.org/three-technology-revolutions/>.
- Oord, Thomas Jay. *Theologians and Philosophers Using Social Media: Advice, Tips, and Testimonials*. 1st édition. SacraSage Press, 2017.
- Papacharissi, Zizi. *A Networked Self Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge, 2010.
- Phillips, Peter M. *The Bible, Social Media and Digital Culture*. London: Routledge, 2019. <https://doi.org/10.4324/9780429000997>.
- Phillips, Peter, Kyle Schiefelbein-Guerrero, et Jonas Kurlberg. « Defining Digital Theology: Digital Humanities, Digital Religion and the Particular Work of the CODEC Research Centre and Network ». *Open Theology* 5, n° 1 (1 janvier 2019): 29-43. <https://doi.org/10.1515/oph-2019-0003>.
- Picon, Raphaël. *Tous théologiens*. Paris: van Dieren, 2001.
- Turkle, Sherry. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. 3rd ed. édition. Basic Books, 2017.
- Twenge, Jean M. « Have Smartphones Destroyed a Generation? » *The Atlantic*, septembre 2017.  
<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/>.
- Twenge, Jean M., Thomas E. Joiner, Megan L. Rogers, et Gabrielle N. Martin. « Increases in Depressive Symptoms, Suicide-Related Outcomes, and Suicide Rates Among U.S. Adolescents After 2010 and Links to Increased New Media

Screen Time ». *Clinical Psychological Science* 6, n° 1 (janvier 2018): 3-17.  
<https://doi.org/10.1177/2167702617723376>.

South China Morning Post. « What Is Telegram and Why Was the App so Popular during Hong Kong Protests? », 14 juin 2019.  
<https://www.scmp.com/tech/apps-social/article/3014382/what-telegram-and-why-did-messaging-app-prove-so-popular-during>.