

*Nos concitoyens, souvent, n'imaginent les évangéliques qu'à partir des choses qu'on dit ou qu'on voit sur les télévangélistes américains !*

*Il vaut la peine de s'informer plus exactement, et un regard relativement extérieur peut aider l'évaluation. Spécialiste du domaine concerné – il a publié les Nouveaux Rédempteurs sur le fondamentalisme en 1998 et la Nouvelle Droite américaine en 1999 – Mokhtar Ben Barka, de l'Université de Valenciennes, procède sans agressivité ni complaisance ; les questions qu'il soulève ne sont pas sans pertinence pour nous.*

## **Religion et nouvelles technologies de la communication de masse : l'exemple de l'« Eglise électronique »**

Mokhtar BEN BARKA  
Université de Valenciennes

Le phénomène de la télévision religieuse américaine, que l'on appelle couramment « Eglise électronique » ou encore « télévangélisme »<sup>1</sup> n'échappe plus à personne. Il se manifeste et s'impose de différentes façons. Il y a d'abord les innombrables émissions à caractère religieux qui envahissent la télévision américaine. En outre, les prédi-

cateurs des ondes (ou télévangélistes) ont beaucoup fait parler d'eux, ces dernières années. Certains, comme Jerry Falwell, James Robinson et Pat Robertson, se sont fait connaître par leurs prises de position politiques. D'autres, notamment Jim Bakker, Oral Roberts et Jimmy Swaggart, ont défrayé la chronique à cause des scandales financiers et sexuels dans lesquels ils étaient impliqués. Enfin et corrélativement à sa montée spectaculaire, l'Eglise électronique

---

1. L'appellation « télévangélisme » est un néologisme américain qui accole *television* à *evangelism*.

est l'objet d'une abondante littérature scientifique et populaire<sup>1</sup>. L'avènement de l'Eglise électronique constitue, à vrai dire, l'un des faits les plus marquants de la vie spirituelle des Etats-Unis depuis 1945.

Parallèlement à cette forte visibilité sociale, l'Eglise électronique est au cœur de débats qui animent et divisent aussi bien l'opinion publique, les journalistes que les spécialistes des sciences sociales. Les pages qui suivent tentent de donner la mesure de la polémique suscitée par l'Eglise électronique, en répondant aux questions suivantes : qu'est-ce que l'Eglise électronique ? Quels effets les nouvelles technologies de la communication de masse ont-elles sur le message chrétien ? Où en est l'Eglise électronique à l'âge de la « cyber-culture » ?

## I. Qu'est-ce que l'Eglise électronique ?

Inventée par Ben Armstrong, l'ancien président de l'association nationale des diffuseurs religieux (*National Religious Broadcasters Association*), l'appellation « Eglise électrique »<sup>2</sup> – devenue progressivement « Eglise électronique » – désigne un vaste ensemble de programmes religieux radiodiffusés et télévisés. Outre

les émissions purement culturelles (prières, sermons, lectures bibliques), la programmation religieuse comprend des émissions d'inspiration religieuse, allant des variétés musicales et des cours de cuisine jusqu'aux dessins animés bibliques. Aucun de ces programmes n'est dû à l'initiative de l'une des Eglises traditionnelles (*mainline churches*), pas même d'une vaste dénomination évangélique comme la *Southern Baptist Convention* qui, de nos jours, compte plus de 15 millions de fidèles. L'Eglise électronique est l'œuvre de prédicateurs protestants, le plus souvent fondamentalistes ou pentecôtistes, qui ne se rattachent à aucune dénomination ou qui se réclament d'Eglises indépendantes, en marge des grandes dénominations<sup>3</sup>. Quentin J. Schultze, spécialiste en communications, définit l'Eglise électronique par référence à six caractéristiques dominantes. « A de rares exceptions près, écrit-il, les principaux "ministères" à la télévision aux Etats-Unis sont 1) financés par les dons des auditeurs, 2) organisés autour d'une personnalité-vedette, 3) authentifiés par les expériences provoquées, 4) mis au bénéfice des techniques les plus raffinées, 5) conçues pour divertir et 6) marquées par l'esprit de conquête »<sup>4</sup>. Quant à Ben Armstrong, il présente l'Eglise électroni-

1. Cette abondance croissante a incité un éditeur américain à faire paraître une bibliographie annotée : George HILL, *Religious Broadcasting: An Annotated Bibliography*, New-York, Garland, 1984.  
2. Ben ARMSTRONG, *The Electric Church*, Nashville, Thomas Nelson Publishers, Inc., 1979.

3. Le sociologue Steve Bruce estime qu'en 1990, « c'est peut-être jusqu'à 75 % de toutes les émissions religieuses à la radio et à la télévision qui sont maintenant évangéliques ou fondamentalistes », Steve BRUCE, *Pray TV: Televangelism in America*, Londres & New-York: Routledge, 1990, p. 31.  
4. Quentin J. SCHULTZE, *Televangelism and American Culture. The Business of Popular Religion*, Grand Rapids, Baker Books, 1991, p. 28.

que comme la continuation authentique et miraculeuse de l'Eglise du Nouveau Testament. Il importe enfin de préciser que la prédication télévisuelle, s'inscrivant dans la tradition des Grands Réveils des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles, vise à provoquer la conversion, le basculement soudain de l'individu dans une foi intense.

**L'Eglise électronique est l'œuvre de prédicateurs protestants, le plus souvent fondamentalistes ou pentecôtistes.**

L'Eglise électronique a ses propres vedettes dont les plus connues (et d'orientations diverses) sont : Pat Robertson, Jerry Falwell, Paul and Jan Crouch, Oral Roberts, Kenneth Copeland, Kenneth Hagin, Benny Hinn et Robert Schuller<sup>1</sup>. Mais des centaines d'autres évangélistes, beaucoup moins connus, œuvrent à l'échelle locale et régionale. Et comme le font remarquer Jeffrey K. Hadden and Charles E. Swann, « toute ville qui a une station de télévision a aussi des prédicateurs qui rêvent de devenir télévangélistes »<sup>2</sup> Qu'ils soient célèbres ou en passe de le devenir, tous les pasteurs cathodiques sont férus de communication dont ils sont devenus de grands spécialistes.

## II. Des origines à nos jours

Les racines historiques de l'Eglise électronique remontent aux années 20, avec l'apparition de la première station commerciale américaine, KDKA, établie à Pittsburgh par *Westinghouse Electric*. Le 2 janvier 1921, deux mois jour pour jour après les débuts de la radio, KDKA transmet le culte dominical de la *Calvary Episcopal Church* à Pittsburgh. Il en va de même du petit écran, puisque les émissions religieuses sont parmi les toutes premières à être transmises par la télévision américaine. C'est en 1940 à l'occasion des fêtes de Pâques que la télévision transmet, pour la première fois, des programmes religieux<sup>3</sup>. Autant dire que dès qu'un média est mis au point, les institutions religieuses sont les premières à s'en accaparer pour porter au monde la Bonne Nouvelle de Dieu.

Face à une programmation sauvage et irresponsable, un certain contrôle devait être instauré. Dans les années 40, les stations décidèrent, conformément au principe de la gratuité imposé par la Federal Communications Commission (FCC), de ne plus vendre de temps d'antenne aux prédicateurs, mais d'en donner gratuitement à chaque Eglise, tard la nuit ou tôt le dimanche. Elles donnèrent la priorité aux Eglises traditionnelles et considèrent le

1. Membre de la Reformed Church of America (Eglise calviniste), Robert Schuller n'est ni évangélique ni fondamentaliste. Il est parmi les rares exceptions.
2. Jeffrey K. HADDEN & Charles E. SWANN, *Prime-Time Preachers: The Rising Power of Televangelism*, Reading, Addison-Wesley Publishing Company, Inc., 1981, p. 45.

3. Pour une étude plus complète de l'histoire de l'Eglise électronique, voir Jeffrey K. HADDEN & Charles E. SWANN, *op. cit.* Voir également Peter G. HORSFIELD, *Religious Television: The American Experience*, New-York & Londres, Longman, 1984.

Conseil fédéral des Eglises (devenu Conseil national des Eglises) comme le représentant officiel des Eglises protestantes. Les petites Eglises et les mouvements indépendants dans lesquels se trouvait incarnée la tendance fondamentaliste réagirent à cette situation qui les pénalisait gravement en créant la *National Religious Broadcasters Association* (1944).

Les années 50 connurent un relâchement dans le contrôle. Les groupes fondamentalistes parvinrent à acheter du temps d'antenne aux stations de radio et ensuite aux stations de télévision indépendantes. Ils s'aperçurent très vite que, dans un système commercial de télévision, ils pouvaient faire du profit. Alors, ils se lancèrent dans l'achat de temps d'antenne et même de stations, comme le fit Pat Robertson avec son *Christian Broadcasting Network* (devenu *The Family Channel*). Sachant qu'en vendant du temps d'antenne aux groupes fondamentalistes elles pouvaient augmenter leurs propres profits, les stations diminuèrent considérablement le temps gratuit mis à la disposition des Eglises. Dans les années 60, la FCC favorisa cette évolution en insistant de moins en moins sur le principe de la gratuité. Il s'ensuivit un renversement de situation : en achetant du temps d'antenne et en créant leurs propres chaînes, les évangéliques en vinrent à exclure des ondes les Eglises traditionnelles et à dominer la télévision religieuse américaine.

En gros, la décennie 1975-1985 représente l'époque dorée de l'Eglise électronique. Pour les 66 émissions religieuses

« syndiquées » (*syndicated programs*), Arbitron évalua, en 1980, l'audience hebdomadaire à 20,5 millions de spectateurs. Toutefois, ces chiffres ne tenaient pas compte des réseaux par câble dont le nombre d'abonnés fut de 15 millions, soit 20 % des foyers<sup>1</sup>. On était, à coup sûr, loin des chiffres qu'atteignent régulièrement les programmes profanes les plus populaires, mais l'audience de l'Eglise électronique n'était pas négligeable. A noter au demeurant que l'influence des télévangélistes atteignit son apogée dans les années 1977-1978<sup>2</sup>.

**En gros, la décennie 1975-1985 représente l'époque dorée de l'Eglise électronique.**

Qu'en est-il aujourd'hui ? Comme l'indique clairement *USA Today* en titrant : « les télévangélistes des années 80 s'effacent du paysage médiatique », l'Eglise électronique est en perte de vitesse<sup>3</sup>. Connus sous le nom de « Gospelgate », les scandales provoqués par les malversations financières de Jim Bakker (1987), l'arnaque financière de

1. Jeffrey K. HADDEN & Anson SHUPE, *Televangelism, Power and Politics on God's Frontier*, New-York, Henry Holt and Company, 1988, p.53. Voir également Stewart M. HOOVER, « The Religious Television Audience: A Matter of Significance or Size? » in Robert ABELMAN & Stewart M. HOOVER (eds), *Religious Television. Controversies and Conclusions*, Norwood Ablex Publishing Corporation, 1990, p. 109-129.
2. Voir Peter G. HORSFIELD, *op. cit.*, p. 105-106.
3. Martha T. MOORE, « 1980s televangelists fade from media landscape », *USA Today*, April 9, 1997, 2A.

Oral Roberts<sup>1</sup> et les égarements sexuels de Jimmy Swaggart (1988) ont considérablement réduit l'influence de l'Eglise électronique et entamé la crédibilité de la plupart de ses vedettes. La conséquence en est double : une chute de l'audimat – seulement 4,8 millions de téléspectateurs en 1997<sup>2</sup> – qui entraîne une diminution des dons. Outre le *Gospelgate*, l'Eglise électronique souffre de la concurrence sous toutes ses formes. Il y a d'abord l'augmentation du nombre des chaînes câblées qui est passé de 20 en 1977 à 250 en 1997. Ensuite, on assiste depuis peu à une nouvelle tendance : les grandes chaînes profanes passent de plus en plus d'émissions d'inspiration religieuse, telles que *Touched by an Angel* sur CBS. Les « méga-églises », qui ressemblent plus à de gigantesques centres de loisirs qu'à des édifices religieux traditionnels, connaissent par ailleurs une croissance exponentielle au détriment des grandes confessions mais aussi des Eglises évangéliques, jusque-là en plein essor. On ajoutera enfin que la *Christian Coalition* (1989) et le groupe des *Promise Keepers* (1991) représentent des sources supplémentaires de concurrence, puisque de plus en plus d'adeptes de l'Eglise électronique se tournent vers eux<sup>3</sup>. Pour remonter la pente, « des stations religieuses de plus en plus nombreuses se recentrent et mettent l'accent sur le divertissement familial moralement sain dans l'espoir d'attirer un plus large public »<sup>4</sup>.

**Les « méga-églises », qui ressemblent plus à de gigantesques centres de loisirs qu'à des édifices religieux traditionnels, connaissent par ailleurs une croissance exponentielle.**

### III. Evangélisme<sup>5</sup> et nouvelles technologies de la communication de masse

L'influence des télévangélistes est révélatrice du rôle crucial de l'audiovisuel dans la vie religieuse américaine mais aussi de la confiance et de la foi qu'ont les évangéliques (*Evangelicals*) dans les techniques de la communication. Qu'il s'agisse de l'imprimerie ou des satellites de communication, ils cherchent constamment à mettre les innovations technologiques au service de la foi chrétienne<sup>6</sup>. Contrairement aux grandes Eglises traditionnelles qui se sont engluées dans

1. En mars 1987, Oral Roberts apparaît devant ses fidèles pour leur annoncer qu'il a reçu « en direct » l'injonction de Dieu de réunir 8 millions de dollars, sans quoi il va mourir.  
2. Martha T. MOORE, *op. cit.*  
3. *Ibid.*

4. Lori SHARN, « Christian TV's new look: Quiz shows and sits coms », *USA Today*, April 9, 1997, 2A.  
5. L'évangélisme (*Evangelicalism* en anglais) est un courant théologique issu de la Réforme. En suivant l'historien Bebbington, on peut le définir par quatre accents : la conversion (changement de vie sous l'effet de l'expérience religieuse), l'activisme (engagement militant), le biblicisme (la Bible est reçue comme « Parole de Dieu ») et le crucicentrisme (thème central de la Croix). Voir David W. BEBBINGTON, *Evangelicalism in Modern Britain: A History from the 1730s to the 1980s*, Londres, 1989, p. 2-17.  
6. David Paul Nord étudie le rôle de l'imprimerie dans l'émergence des « Bible societies » dans « The Evangelical Origins of Mass Media in America, 1815-1835 », *Journalism Monographs*, Columbia, A. E. J. M. C., May 1984.

d'innombrables disputes sur l'opportunité ou non de s'engager dans la communication électronique, les télévangélistes, conscients de l'émergence d'une civilisation nouvelle qui requérait des moyens d'évangélisation nouveaux, ont abordé sans hésiter l'ère de la télévision par satellite et des chaînes câblées. Ils ont dès le départ compris le rôle que pouvaient jouer les nouveaux médias électroniques dans la diffusion de la parole de Dieu dans la planète entière, et ce conformément au commandement rapporté par Marc : « Allez dans le monde entier, proclamez l'Évangile à toute la création » (Mc 16.15). Beaucoup d'évangéliques, à l'instar de Ben Armstrong, voyaient dans l'avènement des médias électroniques l'un des grands miracles des temps modernes et un signe de la faveur divine. En l'occurrence, il dit : « Je crois que Dieu a suscité cette puissante technique de la radio et de la télévision, précisément pour que le message encore plus puissant de l'Évangile atteigne tout homme, toute femme, tout garçon et toute fille sur la terre »<sup>1</sup>. Dans les dernières pages de son livre, Ben Armstrong cite ce verset de l'Apocalypse : « Puis, je vis un autre Ange qui volait au zénith, ayant une bonne nouvelle éternelle à annoncer à ceux qui demeurent sur la terre, à toute nation, race, langue et peuple » (Ap 14.6), en déduisant que l'Ange est une allusion aux satellites géostationnaires<sup>2</sup>. L'audiovisuel a en définitive offert une chance exceptionnelle aux évangéliques qui, en devenant les maîtres de la télévision

religieuse, ont acquis de la présence et du respect.

***Ben Armstrong cite ce verset de l'Apocalypse : « Puis, je vis un autre Ange qui volait au zénith » (Ap 14.6), en déduisant que l'Ange est une allusion aux satellites géostationnaires.***

L'usage habile des médias, et en particulier des nouvelles technologies de la communication de masse, a considérablement favorisé la réussite de l'Église électronique. Fille des nouvelles technologies, son essor résulte dans une large mesure de l'extraordinaire affinement des techniques audiovisuelles, telles que la mise au point de la couleur télévisuelle, la mise en orbite de satellites de télécommunications, la diffusion par câble et l'utilisation et la commercialisation grandissante des magnétoscopes et des cassettes vidéo. Sur l'emploi audacieux des médias électroniques vient se greffer l'utilisation du téléphone et de l'ordinateur. Tout au long de l'émission, un numéro vert défile lentement en bas de l'écran. Les appels téléphoniques sont reçus par des « conseillers spirituels » qui enregistrent dans un fichier informatique les coordonnées ainsi que le profil social et spirituel de chaque personne qui téléphone ou qui envoie un courrier. Ces données vont permettre aux ordinateurs de relancer les donateurs potentiels, en expédiant des lettres dites « personnalisées », mises au point par des spécialistes du marketing commercial. Il s'avère ainsi que si la télévision a permis à l'Église électronique d'exister, l'ordinateur en a fait une source

---

1. Ben ARMSTRONG, *op. cit.*, p. 7.

2. *Ibid.*, p. 172-3.

de profit. Grâce à l'informatique les télévangélistes sont passés maîtres dans l'art du « courrier personnalisé » (*direct mail*) et de la collecte de fonds. Le direct mail est une affaire commerciale bien juteuse qui rapporte chaque année des centaines de millions de dollars. Il n'est donc pas étonnant si pratiquement tous les télévangélistes sont à la tête de véritables empires : institutions universitaires, hôpitaux, maisons de retraite, hôtels, parcs d'attraction. En dépit de l'apparente réussite de leurs entreprises, la plupart d'entre eux sont confrontés à de graves difficultés de trésorerie.

Dans leur rapport aux médias séculiers, les télévangélistes n'ont cure des incohérences. D'un côté, ils vouent une admiration sans bornes aux moyens de communication qu'ils considèrent comme d'excellents moyens missionnaires et un instrument de salut. De l'autre, ils dénoncent les effets sécularisants des médias, coupables, à leurs yeux, de dissolution du religieux, de relativisme moral et de « dégénérescence » spirituelle. Autre paradoxe majeur : alors qu'ils condamnent la télévision commerciale qui, dit-on, introduit dans les foyers trop de violence et de sexualité, sans compter les mauvaises nouvelles, les télévangélistes s'en inspirent directement, notamment en adoptant les mêmes « formats ». Par exemple, Jim Bakker, inspiré par le succès de l'émission de variété « Tonight Show » de Johnny Carson créa en 1974 un *talk show* distrayant, le « PTL Club ». En 1980, Pat Robertson prit exemple sur les magazines des grandes chaînes hertziennes pour transformer son émission

« 700 Club » en un magazine télévisé chrétien. Bref, il n'est point de salut en dehors de l'échiquier audiovisuel ; les évangélistes des ondes l'ont bien compris.

#### IV. « The medium is the message »

---

Il s'agit là de la formule bien connue de Marshall McLuhan selon lequel tout message est déterminé par les propres exigences du média utilisé<sup>1</sup>. Autrement dit, l'accès aux médias n'est pas neutre. Les télévangélistes s'accommodent parfaitement des contraintes de la télévision et acceptent, par là-même, que leurs programmes soient adaptés aux goûts des téléspectateurs. Le fait de vouloir séduire un public important les pousse à appliquer les règles du spectacle, devenant ainsi de véritables vedettes du show business.

Bien que la télévision avive le penchant des télévangélistes pour le spectacle, le show religieux n'est pas étranger à la culture évangélique. Éléments essentiels de la foi évangélique, la conversion et ses miracles induisent une gestuelle des plus spectaculaires. Or le mouvement est le champ préférentiel de la télévision. Aussi celle-ci prise-t-elle tout ce qui fait appel aux émotions plutôt qu'à la raison.

---

1. Voir Marshall MCLUHAN, *Understanding Media: The Extensions of Man*, New-York, The New American Library, 1964.

« L'Eglise électronique, affirme Jacques Gutwirth, cède évidemment par certains côtés au show-biz et au business, car elle est tributaire de l'utilisation du média télévisuel dans le contexte de l'économie de marché »<sup>1</sup>. Cette situation particulière dicte certains impératifs auxquels l'Eglise électronique ne peut guère échapper. Il s'agit de la concurrence commerciale, la banalisation de la théologie et la commercialisation de la religion que vient aggraver un charlatanisme éhonté.

D'abord, les télévangélistes sont obligés de rivaliser avec les autres producteurs de spectacle ; et même entre télévangélistes, il existe une rivalité sans merci. Dans ce domaine, le succès du divertisseur se mesure à son aptitude à susciter des sensations fortes. L'émission du jour sera jugée en fonction du fait qu'elle fut plus sensationnelle et donc plus spectaculaire que celle de la veille ou de l'avant-veille. Ce qui compte, c'est le spectaculaire et non le spirituel. Que la religion soit mise en équation avec un spectacle du genre le plus éphémère ne semble pas inquiéter les téléprédicateurs.

Ensuite, le choix de la télévision en tant que vecteur principal entraîne une banalisation et une simplification outrancière de la théologie qui s'opèrent d'autant plus facilement que la télévision s'accommode très bien de la dissolution du religieux et de ses manifestations annexes. Quentin J. Schultze souligne la pauvreté théologique

du message « électronique » en ces termes : « L'Eglise électronique évite, en général, de recourir à la tradition religieuse, aux sciences bibliques, à la théologie académique, aux symboles et confessions de la foi chrétienne historique, et même au corpus si riche des livres et textes des saints et des autres figures influentes et vénérées de l'histoire du christianisme occidental »<sup>2</sup>. Sans grandes rationalités théologiques, la religion cathodique se ramène à quelques principes de base : prééminence de la Bible et salut individuel garanti par la conversion.

***Le choix de la télévision en tant que vecteur principal entraîne une banalisation et une simplification outrancière de la théologie.***

L'Eglise électronique développe, en outre, la commercialisation de la religion qui devient un simple produit de consommation. Avec l'attirail complet du marketing médiatique, Dieu et Jésus se transforment en biens de consommation que les vedettes du petit écran vendent à leurs clients. Outrageusement commercialisé, le message chrétien perd sa substance et son caractère de discipline transcendante.

Enfin, le message électronique se fonde dans un syncrétisme charlatanesque où seuls comptent la recherche immédiate du bonheur, de la réussite matérielle et du bien-être. C'est ce qu'on appelle communément l'« Evangile de la prospérité et du bien-être » ou « Health and Wealth

1. Jacques GUTWIRTH, *L'Eglise électronique. La saga des télévangélistes*, Paris, Bayard, 1998, p. 218.

2. Quentin J. SCHULTZE, *op. cit.*, p. 34.

Gospel ». Par la prédication, Dieu se fait, paraît-il, présent pour résoudre tous les problèmes et satisfaire tous les besoins pressants. Mais pour que le Seigneur intervienne, il faut que le fidèle envoie un chèque au télévangéliste de son choix. Quentin J. Schultze le dit bien : « Les télévangélistes donnent souvent l'impression d'avoir une ligne directe qui les relie au Père céleste »<sup>1</sup>. Sous des apparences de chaleur humaine et de convivialité, les téléprédicateurs attisent la soif de satisfactions immédiates, encouragent l'hédonisme et exploitent les angoisses et les frustrations de leurs fidèles.

La télévision a du reste cette particularité supplémentaire de « sacraliser » le communicateur et d'amplifier l'autorité et le charisme du présentateur, qu'il soit journaliste, prédicateur ou divertisseur. Dans le domaine de l'audiovisuel, « plus que le message, c'est l'homme-messager qui compte. Plus que les paroles ce sont les prêtres qui comptent »<sup>2</sup>. L'intérêt que les télévangélistes portent pour la communication électronique s'explique d'autant plus facilement qu'ils sont, en règle générale, autoritaires.

**La télévision a du reste cette particularité supplémentaire de « sacraliser » le communicateur et d'amplifier l'autorité et le charisme du présentateur.**

1. *Ibid.*, p. 36.

2. Gérard HEINZ, *Radiodiffusion et télévision : approches théologiques*, (thèse de doctorat d'État présentée à l'université de Strasbourg le 4 mai 1981), p. 53.

#### IV. Les évangéliques sur Internet

Les années 90 voient s'ouvrir un nouveau chapitre dans l'histoire des technologies de l'information et de la communication : celui du « numérique », des « multimédias » et des « autoroutes de l'information ». Depuis 1992, avec la création du *World Wide Web*, le réseau Internet connaît un développement exponentiel que rien ne semble arrêter. Le magazine *Newsweek* a d'ailleurs baptisé 1995 « l'année d'Internet ». En même temps qu'il a pris une place prépondérante dans divers secteurs d'activité, Internet y a provoqué des bouleversements en profondeur. Car, comme le rappelle Joshua Cooper Rama, « la vérité essentielle des révolutions technologiques est qu'elles changent tout ce qu'elles touchent »<sup>3</sup>. Devenu si vaste et si puissant, Internet s'impose aujourd'hui comme un outil incontournable. Tout porte à croire que dans l'avenir il prendra davantage d'importance.

Le succès d'Internet tient au fait qu'il présente d'énormes avantages : rayonnement mondial, partage de grandes quantités d'informations, rapidité, rentabilité, avantage concurrentiel. Internet, dont les réseaux électroniques couvrent la majeure partie de la planète, permet d'atteindre des millions de personnes à travers le monde<sup>4</sup>. Le courrier électronique

3. Joshua Cooper RAMA, « Finding God on the Web », *Time*, Dec.16, 1996, p. 46.

4. Toutes les nations. Au total, Internet couvre plus de 170 pays.

(e-mail), qui est la plus grande messagerie du monde, met en relation des dizaines de millions d'utilisateurs distants de milliers de kilomètres et favorise les échanges de vues et de documents en temps réel. Internet est aussi la plus grande source d'informations mondiale : l'utilisateur peut avoir accès à un nombre incalculable d'informations qui circulent à une vitesse prodigieuse à travers les réseaux, portés par les flux numériques. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont singulièrement rentables, car les coûts de transmission des données sont bas. Aussi l'accès à Internet implique-t-il un usage moindre du téléphone, de la publicité classique ou du courrier. Un autre aspect particulièrement attractif des technologies d'Internet, c'est qu'elles permettent de développer une nouvelle clientèle et de toucher de nouveaux marchés dans des pays jusqu'alors inexplorés. Les entreprises qui sauront intégrer cette nouvelle donnée de l'économie auront à coup sûr un avantage sur les autres. Ajoutons enfin qu'Internet offre des forums de discussion, des lieux de rencontre (virtuels !) et un environnement extraordinaire où les opinions personnelles peuvent librement s'exprimer : « Par nature, les réseaux d'ordinateurs font communiquer des gens qui, autrement, ne se rencontreraient jamais – sans réticence, même pour s'entretenir de choses aussi intimes que les croyances personnelles »<sup>1</sup>. Grâce à Internet, les groupes marginaux, mal pris en compte par le système politique et social, pourraient mieux se mobiliser pour défendre leurs intérêts. Un exemple

précis : « Pour les fondamentalistes auxquels il est interdit de discuter ouvertement de problèmes de société comme l'homosexualité et l'avortement, la Toile est devenue le meilleur moyen – parfois le seul moyen – de s'exposer à toute une gamme d'opinions religieuses »<sup>2</sup>.

Tout comme le monde des affaires, les institutions scolaires et universitaires ou les services gouvernementaux, les institutions religieuses se sont installées en force sur le Web. Des presbytériens aux sectes les plus extravagantes en passant par les Amish, qui sont pourtant hostiles à la technique et à la modernité, tous se sont précipités pour créer leurs propres sites, si bien que « en un clin d'oeil, la communauté électronique de l'Internet s'est mise à ressembler à un bazar spirituel effréné »<sup>3</sup>. Le « religieux en ligne » est omniprésent sur le Web : on ne dénombre pas moins de 410 000 entrées comportant le mot Dieu, et plus de 146 000 entrées contiennent le mot Christ. Qui plus est, de nouveaux sites « spirituels » apparaissent presque quotidiennement. Tout le monde est conscient de la nécessité d'être présent dans le cyber-espace électronique afin de pouvoir affronter l'avenir. C'est dire qu'Internet fait figure d'arme stratégique.

***Des presbytériens aux sectes les plus extravagantes en passant par les Amish, qui sont pourtant hostiles à la technique et à la modernité, tous se sont précipités pour***

1. Joshua Cooper RAMA, *op. cit.*, p. 43.

2. *Ibid.*

3. *Ibid.*, p. 42.

**créer leurs propres sites.**

Très tôt, les évangéliques ont massivement investi le cyber-espace, en y créant d'innombrables sites. Mark A. Kellner le confirme : « Le mouvement évangélique, au sein du christianisme protestant, se trouve au premier rang des utilisateurs les plus militants de l'Internet, à la fois pour atteindre ceux du dehors et pour l'édification. On le constate aussi en voyant les sites évangéliques si nombreux et variés sur la Toile, qui attendent votre visite »<sup>1</sup>. En effet, les évangéliques étaient parmi les premiers à reconnaître qu'Internet est le meilleur moyen pour porter la parole de Dieu au plus grand nombre. Billy Graham lui-même (qu'il faut mettre à part) est la première personnalité religieuse à avoir utilisé Internet, à l'occasion d'une conférence qu'il donna en 1993 sur le serveur *America on line*<sup>2</sup>.

Pour conclure, on peut noter que dans ce foisonnement les dérives se multiplient

sur Internet qui reste ouvert à tous les excès. En témoignent ces commentaires de Joshua Cooper Rama : « A la périphérie de la Toile mondiale, détachés de la religion majoritaire, des prêcheurs tapageurs et des théologies excentriques poussent comme des champignons »<sup>3</sup>. D'autre part, on peut à juste titre penser qu'Internet, tout comme la télévision, accentue l'individualisme et entraîne l'affaiblissement des relations sociales et de tout lien direct avec les institutions ecclésiastiques. Enfin on peut se demander si Internet va révolutionner la foi et les pratiques cultuelles. Le concept de Dieu, sera-t-il affecté par la cyber-culture ? Est-il correct de parler de cyber-spiritualité, de cyber-église ou de cyber-théologie ? Le développement d'Internet, conduira-t-il au renouveau du télévangélisme ? Autant de questions qui méritent réflexion, bien que pour le moment il soit impossible d'y répondre avec exactitude.

M.B.B.

1. Mark A. KELLNER, *God on the Internet*, Foster City, IDC Books Worldwide, Inc., 1996, p. 243.
2. *Ibid.*, p. 10.

3. Joshua Cooper RAMA, *op. cit.*, p. 48.