

Médias CEPPLÉ – Mai 2019 – Paris

Discerner l'attitude ajustée à adopter sur des questions d'éthique de la communication en Église à partir d'études de cas.

Cas 1 :

Paul Bertin est pasteur. Il utilise sa page Facebook sous le nom « Pasteur Paul Bertin » pour faire connaître les activités de sa paroisse et entrer en contact avec les chrétiennes et chrétiens intéressés par sa démarche. De sensibilité plutôt libérale, il aborde de nombreux sujets sur sa page Facebook.

Un jour, un sujet de bioéthique est abordé sur sa page. Un collègue de Paul Bertin, Etienne Loiseau (plutôt conservateur), commente la publication de Paul en désapprouvant le sujet bioéthique.

Charles Maison est un « ami Facebook » de Paul. Il suit avec intérêt la démarche de ce pasteur, qui le réconcilie avec l'Église. Très blessé dans son histoire personnelle, il est directement concerné par le sujet bioéthique en question. Furieux contre les propos d'Etienne, il lui répond par commentaires publics. Le ton monte du côté de Charles qui finit par insulter Etienne.

Etienne écrit alors ce commentaire : « Paul, ce monsieur m'insulte publiquement sur ta page Facebook. Tu ne réagis pas ? »

Question : Que doit faire Paul ?

Cas 2 :

Elisabeth Morin est pasteure de l'Église Protestante Unie de son pays. Elle a un profil Facebook à son nom : « Elisabeth Morin ».

Le synode prend une décision en complète opposition avec les valeurs qu'elle défend.

Sur sa page Facebook, elle écrit un long message qui dénonce le président de son Église comme un « fruit pourri qui contamine tout le panier ».

Le message est visible des 5000 ami-e-s Facebook d'Elisabeth. Une capture d'écran est envoyée au président.

Question : Que doit faire le président de l'Église d'Elisabeth ?

Cas 3 :

Luigi Davo est pasteur depuis 2 ans. Il s'ennuie dans sa paroisse, où il est peu entouré. Un soir, pris de déprime, il publie un message expliquant combien il s'ennuie dans sa paroisse et combien il trouve ses paroissiens stupides. Il a pris

soin de rendre le message invisible aux yeux des paroissiens, mais des collègues voient le message. Parmi eux, la directrice des ressources humaines.

Question : Que doit faire la directrice des ressources humaines ?

Cas 4 :

Vous gérez le site internet de votre Eglise ou de votre média d'Eglise au niveau national.

Quand vous publiez un article, les visiteurs ont la possibilité de laisser un commentaire sous l'article.

Nous sommes à la veille du deuxième tour d'une élection majeure. Ce matin, la présidente de votre Eglise a pris une position claire en appelant à voter pour une candidate plutôt qu'une autre.

Cette position, vous devez la publier sur le site web. Rappel, sauf choix contraire de votre part, les visiteurs du site peuvent commenter l'article.

**Question : choisissez-vous d'empêcher les commentaires sous l'article ?
Pourquoi ?**

Cas 5 :

Vous gérez toujours le site internet de votre Eglise ou de votre média d'Eglise au niveau national.

Quand vous publiez un article, les visiteurs ont la possibilité de laisser un commentaire sous l'article.

Nous sommes à la veille du deuxième tour d'une élection majeure. Ce matin, la présidente de votre Eglise a pris une position claire en appelant à voter pour une candidate plutôt qu'une autre.

Vous avez publié cette position en faisant le choix de laisser la possibilité de commenter.

Un visiteur, romeo348, se réjouit de la prise de position de votre présidente et commente, au sujet de l'autre candidate sur un ton haineux, en souhaitant qu'elle meure assassinée.

Vous supprimez le commentaire.

romeo348 publie ensuite de nombreux commentaires pour exiger des explications concernant la suppression de son premier commentaire.

Question : quelles suites donnez-vous aux demandes de romeo348 ?

