

NOUS SOMMES TOUS DEVENUS DES CITOYENS DIGITALES



Avec la diffusion de la pandémie est devenu plus que jamais évident que nos comportements ont des conséquences, en positif ou en négatif, sur qui est autour. Endosser

le masque et respecter la distance sociale sont deux actions à travers lesquelles nous nous prenons soins de nous-mêmes et des autres. Respectant ces deux règles, nous faisons notre part de bons citoyens. Cette attention vers les autres est fondamentale même online, encore plus aujourd'hui que notre vie se développe à l'intérieur d'ambiances digitales qui contribuent en large partie à la construction des représentations sociales de la réalité. Mais quelles responsabilités avons-nous? Luhmann disait que ce que nous savons dépend des médias. Aujourd'hui ces paroles valent encore plus que hier. Ce que nous retenons être vrai dépend toujours plus des médias digitales. Une des règles base de la communication de crise affirme que la vraie crise n'est pas ce qui est réellement advenu, mais ce que les personnes retiennent être advenu. Surtout dans un contexte émergent, les informations que nous consommons ont des effets sur la réalité qui peuvent contribuer, par exemple, à faciliter ou à ralentir la campagne de vaccination en cours. Mais, souvent, les règles d'une bonne communication de crise qui devrait être claire, cohérente et exhaustive sont manquantes, alimentant un sentiment de méfiance de la part des citoyens. L'abondance informative qui caractérise notre temps peut accroître le sentiment de désorientation perçu par les citoyens, plutôt qu'atténuer les craintes. Telle désorientation peut être aiguë par des conflits entre niveaux de l'Etat ou entre experts (virologues, médecins, etc...) ou aussi par les mêmes médias

et toujours plus par les social media, devenus partie intégrante de notre diète médiatique. A travers les plateformes digitales, nous repérons des informations et venons en contact avec des multiples points de vue qui s'alignent au flux communicatif provenant des sources officielles. Pensons à combien d'informations nous arrivent par nos réseaux familiaux ou amicaux à travers Facebook, Instagram, WhatsApp ou Télégramme. Face à ces nombreuses informations – souvent contradictoires – provenant de sources plus ou moins fiables, à qui croire? La tentation est celle de croire à moi-même, à ce à qui je préfère croire, à ce qui coïncide avec mes convictions précédentes, peut être filles de préjugés et stéréotypes. Dans un climat de méfiance générale la tentation est celle de choisir de croire davantage à un parent ou à un ami de la chat de foot plutôt que à qui est au-dessus de nous. Il est donc évident que chacun de nous a des responsabilités. Nous tous sommes vecteurs d'information et sommes appelés à être prudents dans le partager des contenus. Partager un contenu produit par d'autres ne nous rend pas moins responsables par rapport à un post ou un message écrit ex novo par nous. Si nous prêtons attention aux contenus que nous partageons sur la chat WhatsApp de la famille ou de l'école ou sur un des nombreux social media où nous avons un compte, nous aurons fait notre part de bons citoyens digitales.

Rita Marchetti

Associazione WebCattolici Italiani
Avvenire - Lazio Sette

