

RELIGION & COMMUNICATION

Sous la direction de David Douyère,
Stéphane Dufour et Odile Riondet

Camila Arêas
Andrea Catellani
David Douyère
Stéphane Dufour
Gustavo Gomez-Mejia
Romain Loriol
Olivier Manaud
Damien Mottier
Jacques Perriault
Franck Renucci
Philippe Ricaud
Odile Riondet
Gaspard Salatko
Fatimata Sow
Jeremy Stolow
Benoît Urgelli
Hervé Zénouda

Sous la direction de
David Douyère, Stéphane Dufour
et Odile Riondet

RELIGION & COMMUNICATION

MEI N°38

L'Harmattan

MEI « Médiation & information ». Revue internationale de communication

UNE REVUE-LIVRE. — Créée en 1993 par Bernard Darras (Université de Paris 1) et Marie Thonon (Université de Paris VIII), MEI « Médiation Et Information » est une revue thématique biannuelle présentée sous forme d'ouvrage de référence. La responsabilité éditoriale et scientifique de chaque numéro thématique est confiée à une Direction invitée, qui coordonne les travaux d'une dizaine de chercheurs. Son travail est soutenu par le Comité de rédaction et le Comité de lecture. Une contribution Centre de Recherche, Images, Cultures et Cognitions permet un fonctionnement souple et indépendant.

UNE REVUE-LIVRE DE RÉFÉRENCE. — MEI est l'une des revues de référence spécialisées en Sciences de l'information et de la communication, reconnue comme "qualifiante" par l'Agence d'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur (Aéres) et par le Conseil national des universités (CNU). Le dispositif d'évaluation en double aveugle garantit le niveau scientifique des contributions.

UNE REVUE-LIVRE INTERNATIONALE. — MEI « Médiation et information » est une publication internationale destinée à promouvoir et diffuser la recherche en médiation, communication et sciences de l'information. Onze universités françaises, belges, suisses ou canadiennes sont représentées dans le Comité de rédaction et le Comité scientifique.

UN DISPOSITIF ÉDITORIAL THÉMATIQUE. — Autour d'un thème ou d'une problématique, chaque numéro de MEI « Médiation et information » est composé de deux parties. La première est consacrée à un entretien avec les acteurs du domaine abordé. La seconde est composée d'une quinzaine d'articles de recherche.



Monnaie Kushana, représentation de Miho

Source : Hinnels, J., 1973. *Persian Mythology*. Londres : Hamlyn Publishing Group Ltd.

Médiation et information, tel est le titre de notre publication. Un titre dont l'abréviation MEI correspond aux trois lettres de l'une des plus riches racines des langues indo-européennes. Une racine si riche qu'elle ne pouvait être que divine. C'est ainsi que le dieu védique Mitra en fut le premier dépositaire. Meitra témoigne de l'alliance conclue entre les hommes et les dieux. Son nom évoque l'alliance fondée sur un contrat. Il est l'ami des hommes et de façon plus générale de toute la création. Dans l'ordre cosmique, il préside au jour en gardant la lumière. Il devient Mithra le garant, divin et solaire pour les Perses et il engendre le mithraïsme

dans le monde grec et romain.

Retenir un tel titre pour une revue de communication et de médiation était inévitable. Dans l'univers du verbe, le riche espace sémantique de mei est abondamment exploité par de nombreuses langues fondatrices. En védique, **mitra** signifie "ami ou contrat". En grec, **ameibein** signifie "échanger", ce qui donne naissance à **amoibaioi** "qui change et se répond". En latin, quatre grandes familles seront déclinées : **mutare** "muter, changer, mutuel...", **munus** "qui appartient à plusieurs personnes", mais aussi "cadeau" et "communiquer", **meare** "passer, circuler, permission, perméable, traverser..." et enfin **migrare** "changer de place".

© 2014, auteurs & Éditions de l'Harmattan.

7, rue de l'École-polytechnique. 75005 Paris.

Site Web : <http://www.librairieharmattan.com> - <http://www.mei-info.com/>

Courriel : diffusion.harmattan@wanadoo.fr et harmattan1@wanadoo.fr

ISBN : 978-2-343-03691-5 EAN : 9782343036915

Direction de publication

Bernard Darras

Rédaction en chef

Marie Thonon

Comité scientifique

Jean Fiset (UQAM, Québec)
 Pierre Fresnault-Deruelle (Paris I)
 Geneviève Jacquinot (Paris VIII)
 Marc Jimenez (Paris I)
 Gérard Loiseau (CNRS, Toulouse)
 Armand Mattelart (Paris VIII)
 J.-P. Meunier (Louvain-la-Neuve)
 Bernard Miège (Grenoble)
 Jean Mouchon (Paris X)
 Daniel Peraya (Genève)

Comité de lecture

Balveer Arora (Université Nehru, New Delhi, Inde)
 Pierre Barboza (Université Paris XIII)
 Claudine Batazzi (Université de Nice Sophia-Antipolis)
 Roger Bautier (Université Paris XIII)
 Sylvie Bourdin (Université Paul Sabatier, Toulouse)
 Brigitte Chapelain (Université Paris XIII)
 Benoît Cordelier (Uqàm, Canada)
 Philippe Gonzalez (Université de Lausanne, Suisse)
 Sylvie Grosjean (Université d'Ottawa, Canada)
 Frédéric Lambert (Institut français de presse)
 Joëlle Le Marec (Université Paris VII Denis Diderot)
 Sylvie Leleu-Merviel (Université de Valenciennes et du Haut-Cambrasis)
 Marc Lits (Université catholique de Louvain, Belgique)
 Fabienne Martin-Juchat (Université Stendhal Grenoble III)
 Aïssa Merah (Université de Bejaïa, Algérie)
 Vincent Meyer (Université de Nice Sophia-Antipolis)
 Cristiana Teodorescu (Université de Craiova, Roumanie)
 Alain van Cuyck (Université Lyon III)

Secrétariat

Gisèle Boulzaguet

Comité de rédaction

Dominique Chateau (Paris I)
 Bernard Darras (Paris I)
 Pascal Froissart (Paris VIII)
 Gérard Leblanc (École nationale supérieure
 « Louis-Lumière »)
 Pierre Moeglin (Paris XIII)
 Alain Mons (Bordeaux III)
 Jean Mottet (Paris I)
 Marie Thonon (Paris VIII)
 Patricio Tupper (Paris VIII)
 Guy Lochard (Paris III)

Correspondants

Robert Boure (Toulouse III)
 Alain Payeur (Université du Littoral)
 Serge Proulx (UQAM, Québec)
 Marie-Claude Vétraino-Soulard (Paris VII)

Édition & révision

David Douyère (Université Paris XIII)
 Stéphane Dufour (Université de Bourgogne)
 Odile Riondet (Cimeos)

Correction

Jean-Pierre Bacot (Université Paris XIII)
 Joëlle Paris

Publication subventionnée par l'Université Paris 13
 et le LabSIC (Université Paris 13)

Remerciements

Nous tenons à remercier tout particulièrement Danay Catalan Alfaro et Christian Chung qui ont assuré le design et la mise en page de ce numéro de MEI, Mamadou Kamissoko, ainsi que Jean-Pierre Bacot et Joëlle Paris qui en ont effectué la relecture-correction.

Nous remercions également le conseil scientifique de l'Université Paris 13 et le LabSIC pour le soutien apporté à cette publication.

Les articles n'engagent que leurs auteurs ; tous droits réservés.
 Les auteurs des articles sont seuls responsables de tous les droits relatifs
 aux images qu'ils présentent.

Toute reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement
 de son auteur ou de ses ayants droits, est illicite.

Éditions Op. Cit. — Revue MEI « Médiation et information »
 6, rue des Rosiers. 75004 Paris (France)
 Tél. & fax : +33 (0) 1 49 40 66 57
 Courriel : revue-mei@laposte.net

<http://www.mei-info.com/>

Introduction

Étudier la dimension communicationnelle des religions

David Douyère - Stéphane Dufour - Odile Riondet 7

Entretiens

Religion et communication : du judaïsme orthodoxe au spiritualisme technique

Jeremy Stolow 21

Technique et religion, de Kircher à @Pontifex : questions et enjeux

Jacques Perriault 43

Dossier

Maîtriser le prodigieux : stratégies comparées de la communication sur l'extraordinaire, entre Rome antique et Rome catholique

Romain Loriol 55

Construction d'un discours persuasif : l'emploi des actes directifs par des animateurs religieux au Sénégal

Fatimata Sow 67

De la Propagande à une éthique de la communication sociale : l'approche politique et théologique du père C. J. Pinto de Oliveira

David Douyère 79

La question du religieux comme espace d'énonciation

Stéphane Dufour 91

Prier en ligne à partir d'images : observations sémiotiques sur le site Notre Dame du Web

Andrea Catellani 101

Un culte hagiographique au sein d'un livre de visages : l'exemple de sainte Rita sur Facebook

Gustavo Gomez-Mejia 113

Détournement du langage et industrialisation du sacré : l'exemple du mouvement « la Kabbale »

Hervé Zénouda - Franck Renucci 127

Media-church. Ethnographie des dispositifs de médiatisation en milieu pentecôtiste charismatique

Damien Mottier 141

Décrire le sanctuaire comme opérateur de mise en présence du divin

Gaspard Salatko 153

Comment qualifier « l'émotion musicale » qui surgit en liturgie chrétienne ? De l'intérêt d'un dialogue entre la théologie et les sciences humaines

Olivier Manaud 167

Les médias dans l'espace public chez Jürgen Habermas et le rite dans la communauté croyante chez Jürgen Moltmann

Odile Riondet 177

Dispute rhétorique autour de la signification du voile intégral en France : de signe de sujétion à celui de liberté

Camila Arêas 189

De la médiatisation du néo-crétionnisme aux débats sur l'enseignement laïque de l'évolution
Benoît Urgelli 199

Les soubassements religieux de la vulgarisation scientifique dans la France du XIX^e siècle
Philippe Ricaud 211

Introduction

Étudier la dimension communicationnelle des religions

David DOUYÈRE¹

Université Paris 13
Labsic

Stéphane DUFOUR²

Université de Bourgogne
Cimeos / 3S

Odile RIONDET³

Université de Bourgogne
Cimeos / 3S

Les religions entretiennent sans doute des relations ambiguës avec la communication : elles ne se pensent pas comme de la communication pure, parce qu'elles reçoivent et transmettent un message, une parole, une loi qui les fondent et qui émanent selon elles le plus souvent d'une instance qui les appelle à dire, suivre, et pourtant elles communiquent ainsi. Elles peuvent également faire montre de vives réticences, si ce n'est de vives critiques, à l'égard du monde de l'information et de la communication, et notamment des médias. Cela ne les empêche cependant pas de déployer un ensemble de moyens de communication – tous ceux que l'humanité a pu trouver – pour dire et répéter ce qu'elles pensent être le message qu'elles ont reçu, ce qui les place certainement parmi les premières sources de réflexion sur la communication et ses prémices de stratégies. Ce faisant, en effet, les religions instancient précisément le divin, et en font une « réalité », que celui-ci ait besoin d'une réalité d'être supplémentaire ou non. Il y a donc, à côté et au centre de leur réalité sociale et anthropologique, une réalité communi-

¹ David Douyère est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13 (Sorbonne Paris Cité), chercheur au Labsic. david.douyere@gmail.com

² Stéphane Dufour est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Bourgogne, chercheur au laboratoire Cimeos, équipe « Sensoriel sensible et symbolique » (3S). stephane.dufour@u-bourgogne.fr

³ Odile Riondet est maître de conférences, habilitée à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, chercheuse au laboratoire Cimeos, équipe « Sensoriel sensible et symbolique » (3S), de l'Université de Bourgogne. odile.riondet@wanadoo.fr

cationnelle des religions. Les écrits qui les fondent, les textes par lesquels elles commentent les écrits qui les fondent, leur prédication et la parole propagée, les mots qu'elles prescrivent ou proscrivent ou encore dont elles induisent l'usage, qui disent et forment des réalités, les images qu'elles suscitent, ou la façon dont elles les écartent, les médias qu'elles forgent et animent, les dispositifs de télécommunication qu'elles mobilisent, les rites et les espaces qu'elles agencent, les corps qu'elles modèlent et habillent, leurs théories même de la communication, du langage, du signe, de l'image, de la parole et du silence, la distance qu'elles posent vis-à-vis de ces médiations ou la façon dont elles en encadrent l'usage, forment la dimension proprement communicationnelle du religieux, tout à la fois verbale, non verbale et iconique, qui vient s'incarner dans des pratiques et des « modes de vie », leur faire prendre sens, tandis que se pose la question de la crédibilité de leur message.

Ce recueil d'articles, issu du travail du réseau Relicom⁴, « Communication et espaces du religieux » réalisé entre 2010 et 2013, entend prolonger le travail recommencé il y a peu dans les sciences de l'information et de la communication françaises sur le religieux dans la communication. Il nous a semblé en effet que cette question, si souvent tenue à l'écart, méritait d'être repositionnée en sciences de l'information et de la communication en France comme un objet légitime, et digne d'intérêt et de savoir. La question demeure cependant très sensible et délicate à travailler : d'une part certains estiment qu'elle n'aurait même pas lieu d'être, d'autre part la chose a ses partisans, et ses adversaires. Le fait de savoir « d'où l'on parle » est par conséquent très important, tout comme la construction d'une position scientifique admise comme telle est essentielle. En ce sens, le réseau Relicom s'efforce de promouvoir une position scientifique distanciée à l'égard du religieux, bien évidemment non confessionnelle, et qui ne soit ni une critique empreinte d'hostilité, ni une promotion du religieux, ou d'une religion. Il s'agit de réhabiliter les religions comme objet de recherche en sciences de l'information et de la communication. Ceci est d'autant plus important que ce champ de recherche fourmille de questions communicationnelles : quelle est la place du texte et de la parole dans une religion, qu'est-ce qu'un dialogue avec Dieu ?, comment une église montre-t-elle des signes et des figures (de la présence) du divin ?, comment se forme la parole des prédicateurs ?, quel usage est fait des médias ?, quel mode de délibération est prescrit dans une communauté religieuse ?, pourquoi l'image peut-elle devenir, à certaines conditions, signe du divin, ou au contraire comment celui-ci en vient à la proscrire ?..., et mille autres questions, faits, objets et textes que la recherche peut interroger.

4 Consulter les sites web <http://relicom.jimdo.com/> et <http://relicom.hypotheses.org/>.

La communication, le religieux et les sic en France

La recherche française, à la marge des sciences de l'information et de la communication (sic), s'est, d'une certaine façon, fortement intéressée à la question, avec les travaux pionniers de Régis Debray et des médiologues, mais cette direction longtemps unique l'a aussi quelque peu enclavée, sinon sanctuarisée, si l'on peut dire, en médiologie. En deuxième lieu, il semble que les sciences de l'information et de la communication se soient méfiées – peut-être à juste titre – de la dimension idéologique de l'objet, de la difficulté d'en parler sans y prendre part – ce qui toutefois s'avère semblable pour les outils numériques et les jeux vidéos, notamment... Peut-être une culture post-marxiste imprégnant les sic a-t-elle ici joué son rôle ; pourtant, un certain nombre de chercheurs fondateurs ou ayant accompagné le développement des sic venaient, semble-t-il, de la gauche chrétienne. En troisième lieu, le fait que les sic aient privilégié souvent les dimensions techniques, télécommunicationnelles et industrielles de la communication a fait que le champ du religieux pouvait paraître mineur à cet égard (et n'a été travaillé que sous l'angle de la presse ou des médias chrétiens). C'est d'ailleurs précisément au moment où les religions montrent qu'elles ont surgi sur le web, ce que les médias raffolent de décrire (sites internet de prêtres ou de monastères chrétiens, comme s'il y avait là un décalage saisissant et anachronique entre religion et modernité technologique... ; « cyber-islamisme », etc.), que la recherche commence à s'y intéresser.

Des chercheurs ont pourtant conduit il y a quelques années déjà, des travaux sur les religions, le sacré, les sociétés fraternelles, l'anthropologie religieuse et rituelle, menés sous un angle communicationnel : Daniel Bournoux, Jean Devèze, Hughes Hotier, Annie Lenoble-Bart, Jacques Perriault, Odile Riondet, Pascal Lardellier, Corinne Abensour, notamment. Plus récemment, les recherches de Stéphane Bratosin, Frédéric Lambert, Claudine Batazzi, Stéphane Dufour, David Douyère, Céline Bryon-Portet, Jean-Pierre Bacot, Stéphane Caro, Agnès Bernard, notamment, ont investigué des dimensions communicationnelles du religieux : la « nouthésie » (le placer-dans-l'esprit, par des hymnes et des chants), les représentations médiatiques de la prière, le rôle de la croyance, la place du symbolique en organisation, le patrimoine religieux, les théologies de la communication et la prière numériquement assistée, les rites maçonniques, les sociétés fraternelles⁵, le déclin du religieux, les conceptions religieuses de l'image et l'informatique, les pèlerinages, les manifestations et la circulation de signes religieux notamment, ont été analysés sous des modalités communicationnelles, créant un espace multiple de recherche qui se partage entre les concepts de sacré, de symbolique, de rite, de religieux, de croyance et de représentation médiatique de la prière... Des travaux francophones ont également abordé fortement ces questions, comme

⁵ *Qui s'apparentent, s'opposent au religieux, entendent le dépasser, ou se construisent, sans doute, en miroir de celui-ci.*

ceux de Bernard Dagenais, Guy Marchessault, au Québec ; d'Axel Gryspeerdt, Aurore Van de Winkel, avec son réseau « Credentia », et Andrea Catellani, en Belgique ; de Philippe Gonzalez en Suisse ; de Mihai Coman en Roumanie, sur le symbolique, et de collègues africains. Des thèses sont en cours qui portent sur les émissions musulmanes, certains groupes catholiques, la prière et les technologies de l'information et de la communication.

Plusieurs numéros de revues ont été consacrés à des aspects de ce champ : *Essachess* a publié un numéro sur « la communication et le sacré » (4, 2/8, 2011), dirigé par Céline Bryon-Portet et Mihai Coman ; *Le Temps des médias* sur « Communiquer le sacré » (17, 2011), sous la direction de Denis Maréchal, Cécile Méadel et Isabelle Veyrat-Masson ; *Questions de communication* a fait paraître un dossier, conçu par Stéphane Dufour et Jean-Jacques Boutaud, consacré aux « Figures du sacré » (23, 2013) ; *Recherches en communication* publie, sous la direction d'Aurore Van de Winkel et de Sarah Sepulchre, un numéro sur « communication et croyance » (38, 2014) ; *Religiologiques* (Uqàm) consacre, sous la direction de Roxanne Marcotte, un numéro au « Croire à l'ère du numérique » (2014), tandis que le *Canadian Journal of Communication* propose un numéro sur le thème *Visible-Invisible: Religion, Media, and the Public Sphere* (2014). D'autres en préparent, comme la revue en ligne *Tic & société* (sur « TNC & religions : enjeux communicationnels, économiques et géo-politiques ») ; d'autres projets viendront sans doute. En parallèle se tiennent des journées d'étude et des colloques⁶ qui prennent le religieux, le sacré, le rituel ou le symbolique comme objet de recherche communicationnelle. Les appels à communication ou la recherche d'articles pour ces numéros et colloques ont montré qu'un grand nombre de chercheurs travaillaient sur ces questions et se retrouvaient un peu partout dans le champ des sc, mais pas seulement : ces dossiers et ces rencontres sont souvent interdisciplinaires, mêlant approches d'historiens, d'anthropologues, de sociologues... Car ces disciplines travaillent également, et ce depuis un moment, tout comme les sciences politiques et les sciences de gestion, sur ces questions. L'Association française de

6 Notamment : la journée d'étude *Relicom* du 4 mai 2012 (Labsic, Université Paris 13 ; Cimeos, Université de Bourgogne) ; le colloque « Entreprise et sacré : regards transdisciplinaires », Paris, décembre 2011 (*Propédia*, ICS Paris, Cimeos/3S, Université de Bourgogne), dont les actes sont parus en 2012 : Lardellier, P., Delaye, R. (dir.), *Entreprise et sacré*, Paris, Hermès Lavoisier ; le colloque « Communication du symbolique et symbolique de la communication dans les sociétés modernes et postmodernes », Béziers, novembre 2012 (*Essachess*, ORC Iarsic), dont les actes ont été publiés : Bratosin, S., Tudor, M. A. (coord.), *Communication du symbolique et symbolique de la communication dans les sociétés modernes et postmodernes*, Iasi (Roumanie), Institutul European, « *Colloquia* » (13), 2013 ; le colloque « Représentations médiatiques des communautés de croyance : le rôle politique de la prière et du recueillement », Paris, juin 2012 (*Carism*, IFP), dont les actes, coordonnés par Frédéric Lambert, sont parus sous le titre *Prières et Propagandes. Études sur la prière dans les arènes publiques*. Suivi du livre *I de La Prière* de Marcel Mauss aux éditions Hermann (collection « Cultures numériques ») en 2014.

sciences sociales des religions (AFSR)⁷, le Centre d'études interdisciplinaire des faits religieux (CEIFR) de l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), le labex Hastec, ont notamment fortement investi ces questions.

Le projet à l'origine de ce volume

La spécificité de ce numéro est d'avoir placé la notion de religion au centre de son projet, s'intéressant non pas au « sacré » de façon diffuse, qui peut être constitué dans différents objets du champ social (le repas, une boutique, une église...), ni à la croyance, mais aux institutions et aux acteurs qui entendent promouvoir et réguler une vie, notamment de l'esprit, accompagnée à la fois langagièrement et par un ensemble de signes et de rites, de prescriptions morales, dans une communauté, structurée autour d'une doctrine et de textes ou d'une parole de référence. C'est ici le christianisme, l'islam et le judaïsme qui ont été considérés, mais également la laïcité quand elle se réfère au religieux monothéiste, s'affirme contre ce dernier, ou emprunte à la gnose sa conception de la connaissance. La place des religions dans l'espace public est aussi abordée.

En effet, l'explosion des moyens de communication à partir du XIX^e siècle s'est accompagnée d'une systématisation du discours religieux (essentiellement chrétien), à la fois critique et théorique, tenu sur la communication, les médias, jusqu'à englober les pratiques du secteur professionnel (journalisme et communicants), donnant voix au chapitre à de nouveaux acteurs, religieux (par ex. Pierre Babin, ou plus récemment Christophe Levalois, pour le christianisme catholique et orthodoxe) de la pensée communicationnelle, qui prolongent au présent une réflexion très ancienne et, à bien des égards, pionnière, des communautés et des institutions religieuses sur l'écriture, la parole, l'image et les moyens de diffusion, ainsi que sur leur portée.

Si les religions proposent parfois une vision théorique de la communication, qui entre inévitablement en résonance et se définit avec d'autres conceptions politiques, idéologiques et sociales de cet univers, elles font également partie de la réalité communicationnelle dont elles traitent puisqu'elles y participent elles-mêmes abondamment par leurs pratiques. Les religions interviennent en effet dans l'espace public par leurs discours, leurs actions ou des campagnes d'information, y compris dans l'acceptation marketing des campagnes (travaux de Stéphane Dufour), qui visent à donner une visibilité à l'institution et à ses membres comme à porter la foi, ou le message religieux. Enfin, les groupes religieux communiquent et interagissent dans et par des actions rituelles et des

⁷ Avec notamment l'ouvrage collectif dirigé par F. Duteil-Ogata, I. Jonveaux, L. Kuczyński et S. Nizard, *Le Religieux sur internet*, Paris, L'Harmattan / Association française de sciences sociales des religions (à paraître en 2014).

célébrations corporelles, performatives et symboliques dont les sciences de l'information et de la communication sont disposées à rendre intelligibles les signes, qu'il s'agisse d'observations *in situ* ou des conditions de leur circulation dans l'espace médiatique.

Dans ce vaste espace de recherche qu'ouvrent les religions aux sciences de l'information et de la communication, nous avons proposé initialement quatre grands axes de réflexion croisés qui permettaient d'investir quelque peu ce territoire de la communication déjà ancien et pourtant encore insuffisamment exploré : les signes et discours de la « communication » religieuse (prises de parole, rites et rituels, etc.) ; la « propagande de la foi », l'apostolat et la mission : quelle action et quelle rhétorique de la communication entrent en jeu ? (actions de propagation de la foi dans le temps et l'espace, etc.) ; les expressions du religieux dans l'espace public et médiatique (interventions de religieux ou d'institutions dans le débat public, la presse, le cinéma, etc.) ; les techniques, pratiques et représentations du fait religieux, saisies dans leur dimension communicationnelle.

En effet, si les religions présentent une réalité historique étudiée par des historiens, une réalité politique observée par des politologues et des juristes, une réalité anthropologique et sociologique scrutée par des sociologues – avec les travaux pionniers de Durkheim par exemple – leur indéniable dimension communicationnelle nous a semblé rester encore assez peu explorée. Ainsi que nous le notions plus haut, la recherche française sur ces questions est en effet demeurée longtemps, pour l'essentiel, isolée, ne suivant réellement que quelques-unes des pistes de recherche possibles ; elle a été sporadiquement portée par les penseurs du signe et de la signification, à l'origine ou en marge des sciences de l'information et de la communication (comme R. Barthes), qui se sont préoccupés très tôt du sens du religieux, ou par des chercheurs religieux (M. de Certeau). Plus récemment, la médiologie initiée par Régis Debray a également apporté une contribution intellectuelle significative, mais au travers d'un angle bien spécifique. Nous proposons donc ici d'approfondir et de contribuer à renouveler la recherche française sur la dimension communicationnelle du fait religieux.

Nous avons souhaité rassembler des travaux venant de différentes disciplines (*sic*, anthropologie, sciences de l'éducation, philologie latine), mais ayant pour trait commun l'approche de la dimension communicationnelle des terrains, *corpus* ou situations étudiés. La dimension internationale est présente, puisque les chercheurs ici réunis viennent du Canada, de Belgique et de France. Les contributions présentées portent sur plusieurs religions ou groupes religieux, mais aussi sur la communication dans la résistance au religieux, notamment dans la laïcité française. Qu'il s'agisse d'analyses de situations de communication religieuse particulières ou d'un questionnement épistémologique, la dimension communicationnelle (médiation, langage, oralité, écriture, signes, médias, dispositif ou technique d'échange et de transmission) étudiée est mise en avant, et interroge en propre cette dimension, objet de ce numéro.

Structure et cohérence de l'ouvrage

Pour amorcer cette riche exploration du domaine religieux dans une perspective communicationnelle, l'ouvrage s'ouvre avec un point de vue extérieur au contexte scientifique français. L'entretien mené avec Jeremy Stolow (Concordia University, *Département of communication studies*, Montréal, Canada) porte sur le champ de recherche communication et religions, plus vaste que la question des médias, au sens large du terme, dans une acception anglo-saxonne. Il revient notamment sur les travaux menés et coordonnés par ce chercheur sur la technique et le religieux (*Deus in Machina : Religion, Technology, and the Things in between*, 2013), et sur son étude des publications éditoriales dans le secteur du judaïsme orthodoxe (*Orthodox by Design: Judaism, Print Politics, and the ArtScroll Revolution*, 2010). Il aborde également des questions épistémologiques et méthodologiques pour la recherche sur la communication et le religieux.

Un second entretien, mené avec Jacques Perriault (Professeur émérite à l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense ; ISCC CNRS), l'auteur de *La logique de l'usage* (1989) et de *L'accès au savoir en ligne* (2002), ouvre des perspectives de recherche dans le champ communication et religion, notamment chrétien, questions sur lesquelles il s'est penché de longue date. Il revient, dans le prolongement de ses recherches menées pour *Mémoires de l'ombre et du son : une archéologie de l'audiovisuel* (1981) sur le rôle de la projection d'images animées (*lanterna magica*) développée par le jésuite Athanase Kircher (1602-1680), dans le cadre de ce qu'il a appelé, avec l'anthropologue italien Franco Cagnetta, l'archéo-cinéma, qui a opéré comme mobilisation du visuel dynamique en soutien à la prédication. Il aborde également les conceptions théologiques de la lumière (« *Lux & Lumen* », 2000) qu'il a étudiées, en lien avec l'image et l'espace de l'église chrétienne. Il propose ici une mise en perspective de la mobilisation des outils de communication par les religions, et notamment par le christianisme catholique.

Plutôt que de suivre le fil chronologique des sujets abordés ou de procéder par regroupement des religions entre elles, les recherches présentées par les articles qui suivent ces deux entretiens sont réparties en six ensembles thématiques, aux contours non tracés, qui essaient d'éclairer d'un jour différent et complémentaire le vaste champ de la communication religieuse. Les recherches rassemblées portent sur 1) la communication religieuse par le discours, 2) la communication et la pratique religieuse par les technologies d'information et de la communication, 3) la médiatisation du religieux, 4) la communication religieuse par le rite, 5) l'expression des religions dans l'espace public et, enfin 6) le religieux en lien avec la communication et les sciences.

1). La communication religieuse par le discours est abordée par des travaux qui s'intéressent à la façon dont le religieux intervient comme une norme pour assurer sa légitimité, qui étudient la parole médiatique de responsables religieux, et investiguent l'élaboration et la théorisation de la communication dans l'Église catholique. Romain Loriol (Hisoma, Université Jean Moulin Lyon 3) s'intéresse à la régulation discursive du miracle et du prodigieux dans la Rome antique et dans les *Normes pour la reconnaissance des apparitions miraculeuses* de la Rome catholique contemporaine, faisant apparaître comment une institution religieuse doit canaliser et qualifier le prodigieux. Il montre ainsi la façon dont une institution communique dans la durée et se fonde comme autorité de confiance. La norme entre ici en jeu comme vecteur de la communication qui l'origine. Fatimata Sow (Université Laval, Québec) s'intéresse au discours des animateurs musulmans d'émissions radiophoniques religieuses au Sénégal. Elle montre comment les actes directifs (recommandation d'une vie religieuse, invitation à la prière...) s'insèrent dans une dimension persuasive, et se trouvent atténués par souci d'être mieux pris en compte par l'auditeur, avec lequel s'instaure parfois un dialogue. David Douyère s'intéresse, dans le prolongement de ses travaux précédents, à une « théologie de la communication », soit une élaboration théorique religieuse, chrétienne en l'occurrence, de la notion de communication, en étudiant comment le père dominicain brésilien Carlos Josaphat Pinto de Oliveira (né en 1922) développe une approche politique et théologique, et montre comment l'Église catholique doit selon lui passer de la Propagande, dont il a étudié quelque peu l'histoire (*Information et propagande, responsabilités chrétiennes*, 1968), à une éthique de la communication sociale. Le travail plus prospectif proposé par Stéphane Dufour (Cimeos/3S, Université de Bourgogne) sur le religieux comme espace d'énonciation explore une voie sémiologique du discours religieux, principalement chrétien. Il montre comment l'Église catholique, notamment, s'est posée la question de la communication, et comment les travaux de Roland Barthes, mais aussi d'Yves Jeanneret sur la trivialité et la circulation des savoirs, permettraient d'aborder ces questions.

2) Les discours du religieux ne sont pas seulement proférés à la radio, portés dans des livres ou des consignes normatives, ils sont également accompagnés et questionnés par le développement des technologies numériques de l'information et de la communication (TNIC). Deux travaux portant sur la communication et la pratique religieuse par les TNIC s'intéressent ainsi à la prière et à la dévotion en ligne. Andrea Catellani (UCL, Louvain-la-Neuve) poursuit à la fois le travail qu'il a entrepris il y a plusieurs années sur l'image jésuite et sa relation à la prière (*Lo sguardo e la parola. Saggio di analisi della letteratura spirituale illustrata*, 2009) et sur le site internet *Notre Dame du Web*, en s'intéressant à la fois à la prière proposée à partir d'images d'œuvres d'art, interprétées dans un sens « spirituel », et au partage de prières, de louanges ou d'intentions, déposées sur le site. Il montre

une certaine continuité historique dans la mobilisation de l'image dans la prière, et dans le développement d'une tradition spirituelle, la tradition ignatienne, qui se recommande d'Ignace de Loyola, fondateur de la Compagnie de Jésus. En étudiant la dévotion à la célèbre sainte chrétienne des « causes désespérées », sainte Rita (de Cascia), sur *Facebook*, Gustavo Gomez-Mejia (Citeres, Université François Rabelais, Tours) montre comment le format et « l'architecte » numérique cadre et contraint, mais aussi n'empêche pas, l'expression du culte à la sainte, et accueille les plaintes et prières qui sont déposées « devant elle ».

3) La mobilisation des outils de communication audiovisuelle et numérique à l'intérieur des pratiques religieuses, visant à les élargir et à les renouveler, conduit, nous semble-t-il, à un phénomène singulier, la médiatisation du religieux. Dans cette perspective, l'approche d'Hervé Zénouda et de Franck Renucci (I3M, Ingémédia, Université de Toulon, et également ISCC CNRS, pour le second) montre comment la médiatisation du religieux en produit une reconfiguration qu'ils jugent détournée de son sens. Étudiant, à titre d'exemple-type, deux vidéos d'un mouvement spirituel *new age* intitulé « la Kabbale », ils montrent comment s'établit par le numérique et la diffusion sur internet une « industrialisation du sacré » qui, l'élargissant et le ramenant à quelques slogans simplifiés, réduisent le message complexe et issu d'un apprentissage lent de la tradition juive de la Kabbale (ce qui rejoint les travaux de Jeremy Stolow sur le judaïsme orthodoxe). C'est ici un appauvrissement de la tradition religieuse par la médiation communicationnelle qui est montré, par une étude historique de la doctrine de la Kabbale, et du rapport à la langue et à l'interprétation dans le judaïsme, son détournement, et le remplacement d'une expérience religieuse par une autre, en en gardant le nom, soit une forme de spectacularisation, au sens de Guy Debord, du religieux. Damien Mottier (Université Paris Ouest Nanterre La Défense, HAR), pour sa part, étudie la retransmission vidéo de cultes dans deux églises pentecôtistes charismatiques de la région parisienne, au cours même des célébrations : il montre comment l'image contribue à l'amplification visuelle du « charisme » du prédicateur, et concourt à la constitution de celui-ci, autant que de l'expérience religieuse. Pour l'ethnologue, les médias constituent ici l'église, qui existe à travers eux dans son culte même ; il qualifie ce type d'église de « *Media-church* ». Ce sont ici deux « effets » de la médiatisation du religieux, qui sont étudiés, l'un externe, l'autre interne à une tradition religieuse.

4) Le rite lui-même peut être considéré comme une médiation autant qu'une expression du religieux. Il est étudié ici de deux façons, dans la tradition chrétienne catholique, par deux chercheurs. Le premier, anthropologue, Gaspard Salatko (Centre Norbert Elias, EHES), s'intéresse au sens affecté à l'architecture ecclésiale et à l'assignation à présence du divin qu'il effectue, allouant certains lieux à signifier la présence du dieu chrétien, sous la figure du Christ. *L'artefact*

méthodologique utilisé ici est celui d'une visite effectuée par des étudiants, au sein d'une association, et au cours de laquelle se trouvent « expliqués » le lieu que constitue l'église, et son sens spirituel. L'auteur montre ainsi comment l'espace architectural est utilisé pour exprimer le divin, ou, du moins « l'instancier ». Il nous a paru intéressant également qu'un théologien et liturgiste catholique, puisse, à partir de ses travaux de recherche de doctorat, présenter son approche de la liturgie et de la musique religieuse chantée en communauté. Par le concept d' « écho-système » puis d' « écho-résonance », l'abbé Olivier Manaud (diocèse de Quimper et Léon ; Institut supérieur de théologie des arts, Theologicum, Institut catholique de Paris) montre comment l'espace ecclésial crée une réalité sonore pensée comme l'écho de « l'Église du Ciel », et comment la communauté chantante crée quelque chose qui ne doit pas être interprété, suivant en cela le théologien Jean Mouroux et une certaine tradition catholique, augustinienne notamment, comme émotion, mais « dans la foi », comme s'il convenait de se défaire de l'effet de l'artifice esthétique quand il montre ce qu'il vise. C'est à un « dialogue entre la théologie chrétienne et les sciences humaines » qu'invite l'abbé Manaud, montrant en tout cas au chercheur en sciences de l'information et de la communication que la signification théologique et spirituelle des dispositifs de médiation communicationnelle ne saurait être totalement ignorée ou tenue à l'écart par le chercheur, quand bien même celui-ci ne se limiterait pas à faire dépendre son discours d'un mode d'explicitation religieux. Ce regard nous rappelle qu'une recherche féconde est également menée dans les disciplines théologiques et liturgiques, et qu'elle peut intéresser le chercheur, qu'il souhaite dialoguer ou non avec elle.

5) Le religieux, au-delà du rite accompli (le plus souvent) en son enceinte, vise à s'exprimer dans l'espace public, et les médias se l'approprient. Deux articles permettent ici de penser cette relation : le premier par une étude mettant en rapport deux approches, philosophique et théologique, l'autre par une étude de discours de presse sur l'irruption du religieux dans l'espace public, et son contrôle. Odile Riondet (Cimeos/3S, Université de Bourgogne) propose un parallèle singulier entre la notion de médias dans l'espace public chez le philosophe Jürgen Habermas et la notion de rite dans la communauté chrétienne pour le théologien protestant Jürgen Moltmann. Ces deux éléments apparaissent en effet chez ces auteurs comme le lieu d'une réflexivité sur l'action et l'engagement pour et dans la communauté. Ces deux modalités communicationnelles, médias et rite, permettent de construire et de poser des valeurs sociales partagées. Abordant l'expression des religions dans l'espace public et les communications produites dans l'espace public français à propos du religieux, le travail de Camila Arêas (Carism, Institut français de presse) étudie l'« affaire » du voile intégral en France telle qu'elle est apparue dans les médias. Elle analyse le débat sur la signification du voile, qu'elle aborde comme une dispute

rhétorique, montrant comment, en un chiasme argumentatif, les associations musulmanes invoquent la laïcité, et les défenseurs de la proscription du voile intégral le *Coran*, pour montrer que le livre saint musulman n'en prescrit en rien l'usage ; le *niqab* passe ainsi, du discours des uns au discours des autres, de signe de sujétion à celui de liberté. Il ne s'agit pas tant de communication religieuse ici (quand bien même c'est celle-ci qui est l'objet de cette affaire) que de communication à propos du religieux et de la laïcité, son envers ou son cadre.

6) La question des sciences, en contexte de laïcité, est une figure particulière de la communication religieuse dans l'espace public. Les deux articles réunis autour de la question du religieux, de la communication et des sciences, entendent l'étudier à la fois de manière contemporaine et dans une mise en perspective historique. L'approche de Benoît Urgelli (Cimeos, Université de Bourgogne), au croisement des sciences de l'éducation et des sciences de l'information et de la communication, étudie un débat récent : l'enseignement de la théorie de l'évolution et du créationnisme à l'école, au moment de l'apparition du livre *Atlas de la création* (2006) de Harun Yahya, qui s'efforçait de promouvoir les thèses créationnistes. Étudiant prises de positions et manuels, l'auteur montre, à travers une grille analytique, l'apparition d'une « laïcité de compréhension » à l'égard du discours religieux, faisant apparaître comment la laïcité à l'affaire, dans l'enseignement qu'elle prodigue en vue de la formation des citoyens, aux métamorphoses du discours religieux, et peut ne pas chercher à les ignorer ou à les contredire de façon frontale. Étudiant Saint-Simon, Auguste Comte et Ernest Renan comme figures exemplaires de la théorisation des sciences, Philippe Ricaud (Cimeos/3S, Université de Bourgogne) montre que la science du XIX^e siècle entendait certainement à la fois se substituer à la religion et la couronner ; toutefois, en procédant de la sorte, la vulgarisation scientifique se donnait ainsi des soubassements religieux. Mais de quel religieux s'agissait-il ? L'auteur entend montrer qu'une certaine tradition gnostique, qui allie spiritualité et connaissance, est certainement présente dans certaines de ces approches. La science laïque apparaît ainsi en miroir ou en aboutissement du religieux, semblant recomposer celui-ci.

Modes d'approche communicationnelle du religieux

Étudiant différentes religions (judaïsme, christianisme, islam) ou formations conceptuelles et politiques ayant à voir avec le religieux (la laïcité), ce volume aborde différents espaces (Sénégal, France, Rome, Brésil et Suisse), différentes époques (Antiquité, XVI^e, XIX^e et XX^e siècles, période très contemporaine) pour comprendre les modalités de l'énonciation communicationnelle du religieux, invitant à de nouveaux travaux, afin d'étudier d'autres aspects singuliers de la communication religieuse.

Si la question des médias (presse, télévision, édition) tient finalement assez peu de place dans ces études, un certain nombre de grandes questions communicationnelles sont abordées : les représentations médiatiques, les discours, les technologies numériques d'information et de communication (TNIC), l'industrialisation de la communication, les théories de la communication. La norme et la régulation communicationnelle, le rôle de la technique dans la communication sont également étudiés. Les travaux rassemblés abordent également, ce qui est plus rare en SIC, le rite et la pratique religieuse en assemblée, ainsi que le sens de l'espace architectural investi symboliquement. L'école, la science et la vulgarisation scientifique, sont à leur tour étudiées comme des lieux où le religieux se trouve, là aussi, signifié et communiqué. Le politique n'est pas absent de ces recherches, ni les débats sociaux. On voit donc que ce volume croise quasiment tous les champs des sciences de l'information et de la communication françaises.

Relevant autant d'un choix scientifique que d'un aperçu des recherches actuelles, différents « objets » du champ sémantique religieux sont étudiés : la prière, la liturgie, l'espace architectural du culte, la dévotion aux saints, l'émotion, la « présence » de Dieu, le culte et la prédication, la doctrine (créationnisme), la tradition interprétative et « herméneutique », l'étude (telle que pratiquée dans le judaïsme), le miracle, l'apparition et le prodige divin, la prescription religieuse et morale, l'habit religieux et sa perception, la conception de la place du religieux dans la société et l'espace public... D'autres objets pourraient encore être étudiés et, nous l'espérons, le seront dans de prochains recueils, ouvrages et colloques.

Plusieurs cadres théoriques sont mobilisés dans ces travaux : approche sémiotique, techno-sémiotique, historique, d'histoire des doctrines spirituelles, sociologie pragmatique, anthropologie de l'instanciation du divin, psychologie de la réception musicale, théologie chrétienne catholique, théorie de l'agir communicationnel et de l'espace public. Les travaux présentés mettent en œuvre, enfin des méthodologies très différenciées : analyse de discours, étude des « architextes » et des signes structurant une communication numérique, analyse des images et de leurs paratextes, observation participante, étude anthropologique, étude historique des doctrines, philologie classique, analyse de sources historiques, étude des points conceptuels d'une œuvre, analyse de vidéos, étude lexicale de prières déposées sur un espace dédié, questionnaire et entretiens, analyse de presse, réflexion philosophique et morale, mise en perspective historique.

Ce volume donne une idée des travaux qui peuvent être menés dans le champ religion et communication, que nous espérons (re)naissant. Sans doute pour terminer pouvons-nous indiquer, en lien avec les travaux présentés ici, et comme en prolongement de ceux-ci, et sans vouloir pour autant produire « les dix commandements » de la recherche en SIC sur le religieux, les aspects qui nous semblent importants dans ce domaine, pour notre champ scientifique :

- 1) prendre au sérieux les énonciations et théorisations religieuses (dans une perspective qu'Albert Piette qualifie, plusieurs auteurs le citent ici, de théisme méthodologique) ;
- 2) étudier les objets autant que les situations et les pratiques ;
- 3) porter attention aux discours et au langage tenus ;
- 4) étudier les représentations du religieux, sociales et médiatiques ;
- 5) prendre en compte les dimensions sociales et politiques ;
- 6) s'intéresser aux théorisations de la communication que le religieux produit ;
- 7) étudier le sens des doctrines et positions spirituelles, dans leur diversité et leur spécificité, éventuellement dans leur constitution historique ;
- 8) s'appuyer sur une détermination conceptuelle précise de ce qu'est le sacré, le religieux, une religion ou le symbolique, et ce qui les différencie ;
- 9) adopter une posture de recherche qui soit claire et explicite quant à la relation portée à l'objet étudié, et au religieux ;
- 10) mobiliser l'interdisciplinarité, et la pluralité des angles théoriques, du moins dans les travaux collectifs.

Ce volume de travaux montre que le religieux ne se réduit pas à la question de la propagande, et que les modalités communicationnelles de l'expression sociale du religieux sont d'une grande richesse et variété, qu'il importe de saisir, pour en tirer les conclusions politiques qu'il se doit, ou non.

Nous voudrions pour finir remercier les personnes et institutions qui ont soutenu et accompagné dans ses différentes phases ce projet : le conseil scientifique de l'Université Paris 13, le Labsic, le Ciméos (Université de Bourgogne), Bertrand Legendre et Daniel Raichvarg, John Doherty, Messody Zrihen, Bernard Darras et la revue *MEI*, mais aussi Jeremy Stolow et Jacques Perriault pour le temps qu'ils ont bien voulu nous consacrer.

Nous adresserons également un très vif remerciement aux membres du comité éditorial scientifique de ce numéro, qui ont procédé à l'évaluation des très nombreuses propositions d'articles reçues : Balveer Arora (*Centre for multilevel federalism*, Université Nehru, New Delhi, Inde), Pierre Barboza (Labsic, Université Paris 13), Claudine Batazzi (13M, Université de Nice Sophia-Antipolis), Roger Bautier (Labsic, Université Paris 13), Sylvie Bourdin (Certop, CNRS ; Université Paul Sabatier, Toulouse), Brigitte Chapelain (Laboratoire Communication et politique, CNRS ; Université Paris 13), Benoît Cordelier (Uqàm, Canada), Philippe Gonzalez (Université de Lausanne, Suisse), Sylvie Grosjean (Grico, Université d'Ottawa, Canada), Frédéric Lambert (Carism, Institut français de presse), Joëlle Le Marec (Cérilac, Université Paris 7 Denis Diderot), Sylvie Leleu-Merviel (DeVisu, Université de Valenciennes et du Haut-Cambrasis), Marc Lits (IL&C PCOM, Université catholique de Louvain, Belgique), Fabienne Martin-Juchât (Gresec, Université Stendhal Grenoble III), Aïssa Merah (Université de Bejaïa, Algérie), Vincent Meyer (13M, Université de Nice Sophia-Antipolis), Cristiana Teodorescu (Université de Craiova, Roumanie), Alain van Cuyck (Elico, Université Lyon 3).

Nous espérons, comme ces collègues, que vous trouverez intérêt à ces travaux, et qu'ils vous seront utiles pour contribuer vous-même à la progression de ce champ de recherche, sur de nouveaux objets, ou pour réfléchir à une meilleure compréhension de la dimension communicationnelle du religieux.

Entretiens

Religion et communication : du judaïsme orthodoxe au spiritualisme technique

entretien avec Jeremy STOLOW¹

Departement of communication studies
Concordia University
Montreal (Canada)

réalisé par David DOUYÈRE²

– Quelle est la relation entre religion et communication ?

Il faut d'abord clarifier les termes que l'on compare. Pour moi, ce n'est pas la même chose que de parler de « religion et communication » ou de « religion et médias ». L'étude des questions de religion et communication constitue un domaine beaucoup plus large, comprenant plusieurs dimensions – langage, communication visuelle, communication interpersonnelle, organisationnelle – qui touchent à ce que l'on peut identifier comme fait « religieux ». De façon plus restreinte, le champ « religion et médias » englobe principalement ce qui, comme on dit en anglais, se situe « *in between* », c'est-à-dire ce qu'il y a entre deux acteurs. Il s'agit de questions de connexion, de transmission, de stockage, d'échange, qui s'effectuent à travers un *medium*, un intermédiaire, ou un protocole de médiation. Le dispositif médiatique, ainsi compris, inclut les processus de dissémination, de coordination et de représentation ; dans cette perspective, nous considérons la religion comme un phénomène qui prend place à l'intérieur de tels actes de médiation.

¹ Jeremy Stolow est professeur associé à l'Université Concordia, à Montréal (Québec, Canada) ; il enseigne au sein du département des études en communication de cette université. Il est l'auteur, notamment, de *Orthodox by Design: Judaism, Print Politics, and the ArtScroll Revolution* (Berkeley, University of California Press, 2010) et a coordonné l'ouvrage *Deus in Machina: Religion, Technology, and the Things in Between* (New York, Fordham University Press, 2012). Il a publié « Le synthétique sacré. Réflexions sur les aspects matériels des textes juifs orthodoxes » dans la revue *Terrain* (n° 59) en 2012 (p.120-137). Bibliographie et textes sur www.jeremystolow.com.

² Cet entretien a été mené le 11 juin 2013 à Montréal (Québec, Canada).

Technique et religion, de Kircher à @Pontifex : questions et enjeux

entretien avec Jacques PERRIAULT¹

Université Paris Ouest Nanterre La Défense
ISCC CNRS

réalisé par Stéphane DUFOUR²

– Quel angle spécifique s’ouvre, selon vous, aux sciences de l’information et de la communication (sic) pour investir le champ du religieux par rapport à d’autres sciences humaines et sociales ?

- D’abord, je note que toutes les religions ont accordé beaucoup d’importance à la communication sous différents angles. Même lorsque la règle du silence dans les ordres contemplatifs chrétiens est instaurée, c’est de la communication non verbale, mais c’est de la communication quand même ! De multiples *items* dans le champ du religieux devraient intéresser les sic. Il y a tout ce qui est de l’ordre du discours : le prêche, l’argumentation, les figures rhétoriques comme la parabole, les psaumes, avec les logiques qui les sous-tendent. Tout cela est en rapport avec les sic, ou plutôt c’est à la jonction des deux, information et communication. Le deuxième *item* dans les sic est le dispositif. On a beaucoup écrit sur le dispositif, mais peu sur le dispositif religieux ; j’entends par là l’agencement de l’espace. Cela renvoie à des questions qui ont été traitées ailleurs, en philosophie notamment, par Régis Debray³ et son équipe, sans oublier les travaux d’Erwin Panofsky⁴ sur le dispositif, sur la mise en scène. Panofsky, parlant de l’abbé Suger, à qui l’on doit la basilique de Saint-Denis, dit qu’il a été le premier inventeur du

¹ Jacques Perriault est professeur émérite en sciences de l’information et de la communication à l’Université Paris Ouest Nanterre La Défense, et membre du conseil scientifique de l’Institut des sciences de la communication du CNRS (ISCC). Il est l’auteur notamment de *Mémoires de l’ombre et du son* (Paris, Flammarion, 1981), *La Logique de l’usage* (Paris, Flammarion, 1989), *L’Accès au savoir en ligne* (Paris, Odile Jacob, 2002), et *Dialogues autour d’une lanterne, une brève histoire de la projection animée* (Paris, L’Harmattan, 2013).

² L’entretien a été réalisé en septembre 2013.

³ *Philosophe de formation, Régis Debray a créé la médiologie dont les bases intellectuelles sont rassemblées dans Debray, R. (1994). Manifestes médiologiques, Paris, Gallimard, et Debray, R. (2000). Introduction à la médiologie. Paris, PUF.*

⁴ *Panofsky, E. (1967). Architecture gothique et pensée scolastique. Précédé de L’abbé Suger de Saint-Denis. Paris, Minuit.*

Maîtriser le prodigieux : stratégies comparées de la communication sur l'extraordinaire, entre Rome antique et Rome catholique

Romain LORIOL¹
Université Jean Moulin Lyon III
Laboratoire HiSoMA

L'étude comparée du traitement et de la communication du prodigieux par les autorités religieuses des deux Rome, antique et contemporaine, autour de quatre thèmes (doctrine, émotion, temporalité, espace), permet de caractériser les traits dominants de leur stratégie discursive, entre contrôle et valorisation de l'extraordinaire. Leur positionnement implicite, comme le montre en particulier l'analyse filée des *Normes pour la reconnaissance des apparitions miraculeuses*, publiées en mai 2012, semble défini surtout par un objectif général de régulation.

MOTS-CLÉS : PRODIGES, MIRACLES, NORMES, RELIGION ROMAINE, ÉMOTION, RÉGULATION.

Mastering Prodigies: Communicating on the Extraordinary in Ancient Rome and Present Day Vatican

This comparative study of the treatment of prodigies in ancient Roman religion and present day Catholicism focuses on the communication strategies of both religious authorities regarding the extraordinary. Relying on four significant themes shared by ancient Rome and the Vatican – doctrine, emotion, time and space –, and a close reading of the recently published *Norms Regarding the Manner of Proceeding in the Discernment of Presumed Apparitions or Revelations* (May 2012), the comparison will show how both authorities have attempted to maintain an unsteady balance between controlling and stimulating the miraculous, and how their communications on the subject have been above all determined by objectives of order.

KEYWORDS : PRODIGIES, MIRACLES, NORMS, ROMAN RELIGION, EMOTION, REGULATION.

¹ Romain Loriol est chercheur en littérature et histoire religieuse du monde romain au laboratoire Histoire et sources des mondes antiques (UMR 5189) de l'Université de Lyon (Jean Moulin Lyon 3). romain.loriol@gmail.com.

Construction d'un discours persuasif : l'emploi des actes directifs par des animateurs religieux au Sénégal

Fatimata SOW¹
Université Laval
Ciral

Ce travail porte sur les actes de langage, plus précisément les actes directifs produits par deux animateurs sénégalais lors d'émissions religieuses radiophoniques. Nous nous basons sur un *corpus* de 29 émissions produites par deux animateurs et enregistrées à l'hiver 2010 et ce afin d'analyser le comportement des animateurs devant le tiers absent (l'auditeur) ou en sa présence (l'appelant ou l'invité). Cette recherche nous permet ainsi de présenter la relation interpersonnelle qui se construit entre les animateurs et les différents intervenants. Il en ressort que, malgré ce à quoi on pouvait s'attendre (relation verticale avec animateurs en position haute et intervenants en position basse), il existe une hiérarchie modérée qui aboutit à une relation consensuelle.

MOTS-CLÉS : ISLAM, RADIO, ACTES DIRECTIFS, ANIMATEURS RELIGIEUX, SÉNÉGAL.

Persuasive discourse construction: Use of directive acts by Senegalese religious hosts

This work is about speech acts, especially the directive speech acts produced by two Senegalese hosts during religious broadcasts. To carry out this work, we have collected during winter 2010 a *corpus* of 29 broadcasts from two hosts. This helped us to analyse the behaviour of the hosts towards the listeners and the guests. The research allowed us to consider the interpersonal relationship that is built between the hosts and their various participants. It emerges from this study that the various participants are building a harmonious relationship.

KEYWORDS : ISLAM, RADIO, DIRECTIVES ACTS, RELIGIOUS HOSTS, SENEGAL.

¹ Fatimata Sow est titulaire d'un Ph.D. en linguistique et chercheuse au Centre interdisciplinaire de recherches sur les activités langagières (Ciral), à l'Université Laval (Québec, Canada). fatimata-sow21@gmail.com

De la Propagande à une éthique de la communication sociale : l'approche politique et théologique du père C. J. Pinto de Oliveira

David DOUYÈRE¹
Université Paris 13
Labsic

Le théologien catholique d'origine brésilienne Carlos Josaphat Pinto de Oliveira (né en 1922), dominicain, a élaboré, à partir d'une réflexion sur l'utilisation des médias dans une perspective chrétienne, une éthique et une théorie critique de la communication. Inauguré par une thèse portant sur les rapports historiques entre l'Église catholique et la communication (1965), publiée en 1968 (*Information et propagande, responsabilités chrétiennes*), le travail du père Pinto de Oliveira s'inscrit dans une perspective de théologie morale fondamentale. Son projet théologique l'amène à inscrire la communication chrétienne dans une perspective sociale et émancipatrice, qui le rapproche des travaux menés en économie politique de la communication. C'est cette œuvre et son projet, marqués par le rapport MacBride (1980), que nous entendons ici interroger, dans le cadre d'une recherche sur l'appropriation chrétienne de la communication.

MOTS-CLÉS : CATHOLICISME, ÉMANCIPATION, AUDIOVISUEL, JOURNALISME, RAPPORT MACBRIDE.

From Propaganda to an ethic of social communication: the political and theological approach of Fr C.J. Pinto de Oliveira

The Brazilian Dominican theologian Carlos Josaphat Pinto de Oliveira (b. 1922), working on the use of the media from a Christian perspective, has constructed an ethic and a critical theory of communication, starting with his doctoral thesis on the historical relationship between the Catholic church and communication, *Information and Propaganda: Christian Responsibility*, written in 1965 and published in 1968. In a context of fundamental moral theology, he looks at the social and emancipatory aspects of Christian communication in a way that has links to research done within the political economy approach to communication. This work, which has been marked by the MacBride Report (Unesco, 1980), is discussed in the framework of research on Christian theoretical approaches to communication.

KEYWORDS: CATHOLICISM, EMANCIPATION, AUDIOVISUAL, JOURNALISM, THE MACBRIDE REPORT.

¹ David Douyère est maître de conférences de sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13 (Sorbonne Paris Cité), chercheur au Labsic. david.douyere@gmail.com

La question du religieux comme espace d'énonciation

Stéphane DUFOUR¹
Université de Bourgogne
Cimeos/3S

Préoccupation présente dès l'origine de la religion, le principe de communication en constitue aussi son point de fuite : véhiculer, diffuser, en somme propager le message divin si bien que la religion ne prendrait sa réelle existence qu'à partir du moment où s'organise sa transmission, son exposition, son expression qui impliquent d'une façon ou d'une autre un destinataire individuel ou collectif. Alors que l'on constate un intérêt renouvelé pour le sujet depuis quelques années au sein des sciences de l'information et de la communication, cette contribution ambitionne de tracer à grands traits quelques voies d'accès, quelques nœuds épistémologiques du champ religieux à partir d'un regard socio-sémiotique sur l'Église catholique : saisir la religion comme objet d'analyse et déplier le fait religieux comme un espace d'énonciation, tant pragmatique que technique et langagier aux limites, certes encore floues, dans lequel circulent, se croisent et se confrontent parfois des signes et des discours.

MOTS-CLÉS : FAIT RELIGIEUX, ÉGLISE CATHOLIQUE, TRANSMISSION, ÉNONCIATION.

Religion as space of enunciation

The principle of communication, which has been present since the origins of religion, can also be seen as its "vanishing point" in the artistic sense: the necessity of relaying, broadcasting, spreading the divine word is such that it is almost as if religion only really exists insofar as it is transmitted, exposed, expressed in some way to a receiver or audience. While this subject has received increased academic interest within the field of communication over recent years, this paper aims to depict certain possible lines of analysis and certain epistemological challenges which are encountered when studying religion. More specifically, it will approach the catholic Church from a socio-semiotic standpoint, thus taking religion as an object of study and looking, in pragmatic, technical and linguistic terms, at religious activity as an as yet incompletely-defined space of enunciation, in which different signs and discourses meet, mingle, and may sometimes enter into conflict with one another.

KEYWORDS : RELIGION, CATHOLIC CHURCH, TRANSMISSION, ENUNCIATION.

¹ Stéphane Dufour est maître de conférences de sciences de l'information et de la communication à l'Université de Bourgogne, chercheur au laboratoire Cimeos, dans l'équipe « Sensoriel sensible et symbolique » (3S). stephane.dufour@u-bourgogne.fr

Prier en ligne à partir d'images : observations sémiotiques sur le site *Notre Dame du Web*

Andrea CATELLANI¹
Université catholique de Louvain
Lasco

L'étude que nous présentons ici se fonde sur le constat que la prière est présente aujourd'hui sur le web. Nous avons observé cette réalité dans le cas du site catholique français *Notre Dame du Web*. Une des sections de ce dernier propose en effet à l'internaute de prier à partir d'images artistiques : nous avons donc fait quelques considérations sur ces instructions. L'autre dimension explorée est celle des prières postées par les internautes dans la section « prière continue », qui constituent un *corpus* de grande richesse pour comprendre comment la prière prend forme dans un environnement numérique. L'interrogation tourne donc autour de deux différentes modalités discursives, celle de la parole « pastorale » (le guide de la prière) et celle de la parole « personnelle » sur internet. L'article propose les résultats de l'analyse de quelques dispositifs du site et d'un petit échantillon de prières des internautes.

MOTS-CLÉS : PRIÈRE, IMAGE, SÉMIOTIQUE, NUMÉRIQUE, CATHOLICISME.

Praying On-line in Front of Images: Semiotic Observations on the Website Notre Dame du Web

This paper is based on the idea that prayer is present on the web today. The French catholic website *Notre Dame du Web* is a clear example of this reality. One section of this website proposes to the visitor to pray using artistic images as a support: I have made some observations on these instructions. The other dimension of the website I explored is the one of prayers posted by web surfers in the section called "continuous prayer". These prayers are a very rich corpus, useful to understand how prayer develops in an electronic environment. My research is focused on these two discursive forms: "pastoral" speech (the guide of prayer) and "personal" speech on the Internet. This paper proposes the results of the analysis of some parts of the website and of a small sample of prayers by the web surfers.

KEYWORDS : PRAYER, IMAGE, SEMIOTICS, DIGITAL, CATHOLICISM.

¹ *Andrea Catellani est professeur en communication à l'Université catholique de Louvain, chercheur au laboratoire d'analyse des systèmes de communication des organisations (Lasco). andrea.catellani@uclouvain.be*

Un culte hagiographique au sein d'un *livre de visages* L'exemple de sainte Rita sur *Facebook*

Gustavo GOMEZ-MEJIA¹
Université François Rabelais
Citeres

Cet article étudie les conditions de possibilité d'un culte hagiographique sur le web à partir de l'exemple des pages consacrées à sainte Rita de Cascia sur *Facebook*. Des recherches documentaires et des analyses techno-sémiotiques et sémio-discursives appliquées à des captures d'écran nourrissent une étude qui articule la construction hagiographique de la figure de Rita à ses modalités de réécriture sous forme de '*fan page*'. Dans ces négociations entre la symbolique de la sainte intermédiaire et la matérialité du dispositif médiateur, l'auteur décrit les pratiques (textuelles, iconiques, énonciatives) qui caractérisent le culte des '*fans*' de la sainte sur ce site et propose des pistes sur la configuration numérique d'un croire religieux.

MOTS-CLÉS : CATHOLICISME, HAGIOGRAPHIE, TECHNO-SÉMIOTIQUE, FANS, RÉSEAUX SOCIAUX.

A hagiographical cult within a Book of faces: the example of Saint Rita on Facebook

This article studies the conditions under which a hagiographical cult becomes possible on the Web, as illustrated through the example of Saint Rita of Cascia's pages on Facebook. Document research, techno-semiotic approaches and discourse analysis applied to screenshots shed light on the hagiographical construction of Rita's figure while dealing with its rewritings under the 'fan page' formats. The negotiation between the symbols of the intermediary saint and the mediating apparatuses of Facebook encompasses a description of textual, iconic and speech practices that define the cult of Saint Rita's 'fans' and explore a digital configuration of religious beliefs.

KEYWORDS : CATHOLICISM, HAGIOGRAPHY, TECHNO-SEMIOTICS, FANS, SOCIAL NETWORKS.

¹ Gustavo Gomez-Mejia est maître de conférences de sciences de l'information et de la communication à l'Université François-Rabelais (IUT de Tours), chercheur au laboratoire Cités, territoires, environnement et sociétés (Citeres, UMR 7324). gustavo.gomez-mejia@univ-tours.fr

Détournement du langage et industrialisation du sacré : l'exemple du mouvement « la Kabbale »

Hervé ZÉNOUDA

Université de Toulon
i3M

Franck RENUCCI¹

Université de Toulon
i3M, ISCC CNRS

Dans le dévoiement de la tradition mystique de la Kabbale hébraïque traditionnelle par le mouvement *new age* appelé « La Kabbale », le détournement du langage joue un rôle central. L'utilisation d'un même terme pour désigner des réalités différentes, voire opposées, en est la caractéristique principale. Cette manipulation de concepts – fondée sur quelques procédés récurrents comme la simplification extrême, la mise hors contexte (culturel, religieux, historique...), la réification de processus dynamiques – nous semble être la marque d'une industrialisation du champ de la communication religieuse.

MOTS-CLÉS : KABBALAH, MYSTIQUE JUIVE, INDUSTRIALISATION, SACRÉ, COMMUNICATION, LANGAGE.

The diversion of language and the industrialization of the sacred: the example of «Kabbalah» movement

In the corruption of the mystical tradition of the traditional Hebrew Kabbalah by the New Age movement called "Kabbalah", diversion of language plays a key role. The use of the same term for different things, even opposite, is the main feature. This manipulation of concepts – based on few recurring methods such as extreme simplification, decommissioning context (cultural, religious, historical ...), the reification of dynamic processes – appears to be the hallmark of industrialization of the field of religious communication.

KEYWORDS: KABBALAH, JEWISH MYSTICISM, INDUSTRIALIZATION, SACRED, COMMUNICATION, LANGUAGE.

¹ Hervé Zénouda et Franck Renucci, sont maîtres de conférences de sciences de l'information et de la communication à l'Université de Toulon, UFR Ingémédia, et chercheurs au laboratoire Information, milieux, médias, médiations (i3M). Franck Renucci est chercheur en délégation à l'Institut des sciences de la communication (ISCC) du Centre national de la recherche scientifique. zenouda@univ-tln.fr, renucci@univ-tln.fr

Media-church. Ethnographie des dispositifs de médiatisation en milieu pentecôtiste charismatique

Damien MOTTIER¹

Université Paris Ouest Nanterre La Défense

Les Églises pentecôtistes charismatiques, dont l'essor est étroitement corrélé, sur le modèle des télévangélistes, à l'utilisation des nouveaux médias, sont un terrain privilégié pour analyser la manière dont les dispositifs de médiatisation se muent en principe organisateur de l'expérience charismatique. Ces Églises, en effet, peuvent être définies comme des Églises médiatiques (*Media-church*), tant les dispositifs de médiatisation de la performance scénique des prédicateurs, régulièrement amplifiée pendant le culte par une retransmission simultanée sur écrans géants et commercialisée *a posteriori* en DVD, ou retransmise sur internet, participent au rituel. Fondé sur l'idée que les divers processus de médiation constituent une opération structurante de la croyance, cet article, à partir de deux études de cas menées en région parisienne, se donne pour objectif d'analyser l'influence exercée par ces dispositifs sur la production du charisme, à travers la manière spécifique dont ils configurent le complexe de relations au sein de l'espace cérémoniel.

MOTS-CLÉS : PENTECÔTISME, MÉDIATISATION, CHARISME, ÉCRANS.

Media Church. Ethnographic of mediatisation devices in Pentecostal Charismatic Churches

Pentecostal Charismatic Churches are an ideal ground to analyse how mediatisation devices are turned into an organizing principle of the charismatic experience. Actually their rapid expansion is closely correlated to the use of new media, on the pattern of televangelists. These churches can therefore be defined as *media-churches*, since the mediatisation devices of the preachers' theatrical achievement (regularly increased during cult by a simultaneous broadcast on large screens and *a posteriori* marketed in DVDs, or shown on the internet) are part of the ritual. This article is based on the idea that the various mediation processes constitute a founding operation of the religious belief. From two case studies led in Parisian suburbs, its aim is to analyse the influence exerted by these mechanisms over the production of charisma, through the specific way by which they configure the complex of relations within the ceremonial space.

KEYWORDS : PENTECOSTAL CHARISMATIC CHURCHES, MEDIATISATION, CHARISMA, SCREENS.

¹ Damien Mottier est anthropologue, maître de conférences à l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense, chercheur au laboratoire Histoire des arts et des représentations (HAR)

Décrire le sanctuaire comme opérateur de mise en présence du divin

Gaspard SALATKO¹

ÉHESS

Centre Norbert Elias

L'observation ethnographique d'églises catholiques contemporaines montre comment le sanctuaire peut être décrit comme opérateur d'accès au dieu chrétien supportant, par la médiation des objets, une situation de communication hétérotopique entre des êtres humains et l'entité de déité dont ils postulent l'existence.

MOTS-CLÉS : ARCHITECTURE, CHRISTIANISME, MÉDIATION, RITUEL, SANCTUAIRE.

Describing the sanctuary as an access operator to the divine

The ethnographic observation of contemporary catholic churches shows how the sanctuary can be described as an access operator to the Christian god supporting, by the objects mediation, a heterotopic situation of communication between human beings and the divine entity of which they postulate the existence.

KEYWORDS: ARCHITECTURE, CHRISTIANISM, MEDIATION, RITUAL, SANCTUARY.

¹ Gaspard Salatko, docteur en anthropologie, est chercheur au Centre Norbert Elias (UMR 8562), École des hautes études en sciences sociales (Marseille, Avignon). gaspard.salatko@gmail.com

Comment qualifier « l'émotion musicale » qui surgit en liturgie chrétienne ? De l'intérêt d'un dialogue entre la théologie et les sciences humaines

Olivier MANAUD¹

Institut catholique de Paris
Theologicum / Ista

En tant que chercheur en théologie, je propose, à travers la question de « l'émotion musicale », qui est un phénomène fréquent dans l'expérience liturgique, de montrer que le vocabulaire de l'émotion est théologiquement inadéquat pour le qualifier. Dès lors comment parler de ce mécanisme de la sensibilité dans le cadre religieux ? Cet article présente la genèse d'un nouveau concept, celui de « l'écho-résonance ». Chaque discipline possède sa méthodologie et son appareillage conceptuel. Alors que les sciences humaines se penchent sur l'objet des phénomènes religieux, il semble intéressant de pouvoir intégrer les données des recherches en théologie. L'interdisciplinarité requiert, autant que possible, l'utilisation d'un champ sémantique qui puisse être reconnu simultanément par les tenants des disciplines convoquées.

MOTS-CLES : ÉMOTION, THÉOLOGIE, MUSIQUE, PSYCHOLOGIE, LITURGIE, SENTIMENT.

How to qualify the “musical emotion” which appears in Christian liturgy ? About the interest of a dialogue between theology and human sciences

As a researcher in theology, I would like to demonstrate through the question of “musical emotion” which is a recurrent phenomenon in the liturgy experience, that the vocabulary used for describing emotion is theologically inappropriate. Consequently how can the mechanisms of sensitivity be defined within the religious framework ? This article presents the genesis of a new concept, the one of “echo-resonance”. Each discipline possesses its own methodology and conceptual equipment. When human sciences look into the issue of religious phenomenon, it appears interesting to be able to integrate the results of theological research. Interdisciplinarity needs, as much as possible, the use of a semantic field that can be simultaneously ratified by the supporters of the disciplines called upon.

KEYWORDS : EMOTION, THEOLOGY, MUSIC, PSYCHOLOGY, LITURGY, SENSITIVITY.

¹ Olivier Manaud est prêtre catholique (diocèse de Quimper et Léon). Docteur en théologie, il enseigne à l'Institut supérieur de théologie des arts au Theologicum de l'Institut catholique de Paris. pomanaud@live.fr

Les médias dans l'espace public chez Jürgen Habermas et le rite dans la communauté croyante chez Jürgen Moltmann

Odile RIONDET¹

Université de Bourgogne
Cimeos / 3S

Nous présentons ici deux auteurs allemands dont les publications les plus connues sont des années 1980. Jürgen Habermas est un philosophe de l'École de Francfort, d'une lignée marxiste. Jürgen Moltmann un théologien protestant. Malgré d'évidentes et notables différences dans leur pensée, ils présentent un point commun intéressant : pour l'un comme pour l'autre, une expression (médiatique, rituelle) est l'un des aspects d'une anthropologie complète, c'est-à-dire de leur représentation raisonnée de l'humain. Et l'espace public comme le rite doivent être pris au sérieux comme espaces où se jouent nos choix fondamentaux de vie. Leur comparaison met en évidence, sur le plan de la communication, l'importance des phénomènes de la réception, la manière dont elle est à la fois communication avec soi-même, interrelation dans un groupe d'appartenance et construction d'action commune dans une visée historique.

MOTS-CLEFS : HABERMAS, MOLTMANN, RITE, ESPACE PUBLIC, ANALYSE DE LA RÉCEPTION.

Medias in public space according to Jürgen Habermas and rite in faith community according to Jürgen Moltmann

Two German authors, who wrote their main books in the 80th, are introduced here. Jürgen Habermas is a philosopher of the School of Francfort (Marxist) and Jürgen Moltmann a Protestant theologian. Their thoughts have obviously great differences, but they have something in common : they both consider an expression (ritual or conducted through a media) as an aspect in a complete anthropology, that is a view of humanity. And a "public sphere", as a ritual, have to be taken seriously, because they are the spheres of our main choices in life. The comparison throws light on the phenomenon of reception, how it could be in the same time self-communication, belonging to a group, preparation of a collective action in a view of History.

KEYWORDS : HABERMAS, MOLTMANN, PUBLIC SPHERE, RITE, RECEPTION THEORY.

¹ *Odile Riondet est maître de conférences habilitée à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, chercheuse au laboratoire Cimeos, équipe « Sensoriel sensible et symbolique » (3S), de l'Université de Bourgogne. odile.riondet@wanadoo.fr*

Dispute rhétorique autour de la signification du voile intégral en France : de signe de sujétion à celui de liberté

Camila ARÊAS¹

Institut français de presse
Université Paris 2
Carism

Cet article porte sur la dimension discursive et rhétorique du débat de presse autour de « l'affaire de la *burqa* » et de la loi contre le voile intégral (2009-2010) en France avec pour but d'analyser les réappropriations des répertoires laïcs et religieux et de rendre intelligible une inversion de stratégies discursives. Tandis que les opposants à la loi (notamment les acteurs religieux) portent des arguments laïcs pour défendre le principe de tolérance, les défenseurs de la loi (surtout les représentants de la majorité politique de l'époque) présentent des arguments moraux et dogmatiques pour justifier la légitimité d'interdire ce signe de l'islam, dit radical. Dans une approche socio-discursive, l'étude de la dimension communicationnelle du phénomène de publicisation du fait religieux nous permettra de comprendre le voile intégral comme un signe dont la signification est au centre d'un conflit de pouvoir qui se dit dans le discours et à travers des disputes rhétoriques autour de son sens.

MOTS-CLÉS : VOILE INTÉGRAL, AFFAIRE DE LA BURQA, PRESSE, RHÉTORIQUE, SIGNIFICATION.

Rhetorical dispute on the meaning of full-face veil in France: from a sign of subjection to one of liberty

This paper studies discursive and rhetoric dimensions of press debate on full face veil law (2009-2010) in France, also known as « integral veil affair », with the aim of analyzing appropriations of secular and religious repertoires and making intelligible an inversion of discourse strategies. While the opponents to this law (especially religious actors) mobilize secular arguments to defend tolerance principles, the supporters of this law (notably political majority representatives) use moral and dogmatic arguments to justify the legitimacy of interdicting this Muslim sign, identified as radical. Following a socio-discursive approach, the study of communicational dimension of religious publicization phenomenon will enable the comprehension of full face veil as a sign whose signification is at the center of a power struggle held inside speeches and by means of rhetorical disputes over its meaning.

KEYWORDS : FULL FACE VEIL, INTEGRAL VEIL AFFAIR, PRESS, RHETORIC, MEANING.

¹ Camila Arêas est doctorante en sciences de l'information et de la communication au Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias (Carism) de l'Institut français de presse, à l'Université Paris 2 Panthéon Assas. cc.areas@gmail.com

De la médiatisation du néo-crétionnisme aux débats sur l'enseignement laïque de l'évolution

Benoît URGELLI¹
Université de Bourgogne
Cimeos

En février 2007, l'envoi dans les écoles et les universités françaises d'un *Atlas de la création* réfutant la théorie de l'évolution a fait l'objet d'une vaste production discursive dans la presse quotidienne nationale. Face à cette « offensive créationniste », les récits journalistiques insistent sur la proscription de l'ouvrage par le ministère de l'Éducation nationale, pour lutter contre le prosélytisme et défendre l'enseignement scientifique. Progressivement, les reconfigurations narratives vont conduire aux débats sur l'enseignement d'une question située entre sciences et croyances. Une diversité de positions, de la part des scientifiques et des enseignants, apparaît alors dans plusieurs lieux de production discursive à visée éducative. Entre *laïcité d'évitement*, *de réfutation* ou *de compréhension*, cette pluralité de positions souligne l'existence d'une controverse déontologique portant sur l'enseignement laïc des sciences et les relations entre sciences, religion et école publique.

MOTS-CLÉS : SCIENCES, ÉVOLUTION, CRÉATIONNISME, ÉDUCATION, COMMUNICATION, LAÏCITÉ.

From the French media coverage of neo-creationism to debates on the secular teaching of evolution

In February 2007, a discursive production in national press covered the sending out of *The Atlas of Creation* into several French schools and universities. Journalistic narratives emphasized on the education ministry's disregard of this creationist book refuting Darwin's theory of evolution. Accounts insist that the main reason of ministerial withdrawal was to prevent proselytism and defend science based education. Gradually, the narrative reconfigurations will lead to the debate in which secular education system faces an issue between science and belief. A range of positions have been expressed by scientists and teachers. Between *avoidance*, *refutation* or *understanding*, this diversity highlights an ethical controversy regarding secular science education and relationships between science, religion and public school.

KEYWORDS : SCIENCE, EVOLUTION, CREATIONISM, EDUCATION, COMMUNICATION, SECULARISM.

¹ Benoît Urgelli est maître de conférences de sciences de l'information et de la communication, chercheur au laboratoire Cimeos de l'Université de Bourgogne. benoit.urgelli@u-bourgogne.fr

Les soubassements religieux de la vulgarisation scientifique dans la France du XIX^e siècle

Philippe RICAUD¹
Université de Bourgogne
Cimeos / 3S

La vulgarisation des sciences a connu au XIX^e siècle une expansion sans précédent. Or, le siècle a également connu une immixtion de la religion dans la science, donnant lieu à des doctrines qui ont cherché à valoriser et promouvoir la science dans la société. Le propos de cet article est d'analyser les formes prises par cette immixtion, d'identifier le type général auquel rattacher ces doctrines et de montrer comment ce substrat religieux a pensé la vulgarisation. L'enquête porte sur trois auteurs dont la pensée a été et reste déterminante sur le sujet : Saint-Simon, Auguste Comte, Ernest Renan. Cette étude entend souligner un aspect relativement peu exploré de l'histoire de la vulgarisation des sciences.

MOTS-CLÉS : VULGARISATION, SCIENCES, RELIGION, SAINT-SIMON, COMTE, RENAN.

The Religious Bases of Science Popularization in XIXth-Century France

During the XIXth century, science popularization experienced an exceptional development. At the same time, religion interfered with science, giving birth to various doctrines that tended to enhance and promote science in our human society. The purpose of this paper is to analyze the forms of this intrusion, to identify the general type with which to subsume these doctrines, and to show how this religious substrate has considered science popularization. The investigation deals with three authors whose thinking has been and still is dominant on this matter: Saint-Simon, Auguste Comte, and Ernest Renan. This study intends to focus on a rather less studied aspect of the history of science popularization.

KEYWORDS : SCIENCE POPULARIZATION, RELIGION, SAINT-SIMON, COMTE, RENAN.

¹ *Philippe Ricaud est maître de conférences habilité à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Bourgogne, chercheur au laboratoire Cimeos, équipe « Sensoriel sensible et symbolique » (3S). philippe.ricaud@u-bourgogne.fr*

Conditions de publication

1. MEI publie des articles originaux relatifs aux différents domaines d'étude de la communication, de la médiation et des Sciences de l'information.
2. Les articles sont publiés en français ou en anglais.
3. Tout chercheur peut proposer d'organiser un numéro thématique. Après acceptation du projet par la Direction de MEI « Médiation et information », un fonctionnement éditorial délégué se met en place. La Direction invitée s'engage alors à respecter la prémaquette suivante :
 - Ouvrant le numéro, un « Entretien » rassemble les propos d'une ou plusieurs personnalités dont les travaux sont pertinents pour le thème choisi. Longueur de cette partie : 120 000 signes, notes et espaces compris.
 - Composant le cœur du numéro, les articles thématiques sont sélectionnés par la Direction invitée, après appel à contribution. Les articles sont soumis à l'avis et aux demandes de correction éventuelles du Comité de lecture. Chaque article est accompagné d'un résumé en français et en anglais. Longueur de chaque contribution : 25 000 signes, notes et espaces compris.En conséquence de quoi, chaque numéro compte environ 180 pages.
4. Les articles et leur résumé sont envoyés par courrier électronique (format d'échange .doc ou RTF).
5. Les notices bibliographiques sont présentées en suivant la codification de l'American Psychological Association (APA, sixième édition) de la manière suivante : Nom, Initiale du prénom (date). Titre article ou chapitre. Titre ouvrage, film ou exposition. Lieu : Éditeur. (Exemple : Greimas, A. J. (1983) *Du sens II. Essais sémiotiques*. Paris : Seuil)

6. Les graphiques, schémas, etc., doivent être d'excellente qualité. Ils sont fournis sur support électronique (définition : 300 dpi). Pour les illustrations et les hors-textes soumis au droit d'auteur, l'auteur(e) doit obtenir les autorisations de reproduction qui ne peuvent être à la charge de la revue.
7. Tout article soumis pour la publication est considéré comme un travail original, non publié ailleurs ni proposé à d'autres journaux ou revues. S'il est accepté, il ne sera pas publié ailleurs sous la même forme, en aucune langue, sans l'accord de la Rédaction.
8. La Rédaction décide de la publication des articles proposés et peut demander aux auteur(e) s les modifications du texte jugées nécessaires. Le comité de lecture de MEI opère en double aveugle. Il contribue au contrôle scientifique des articles et propose aux auteurs des corrections et des adaptations de contenu.
9. Après intégrations des corrections par l'auteur, l'article corrigé est renvoyé au comité de rédaction pour publication.
10. Après parution, l'Auteur(e) reçoit un exemplaire de la revue et un tiré à part numérique en PDF de son article.

Toute correspondance est à adresser à :
Éditions Op. Cit. - Revue MEI. Médiation et information
6, rue des Rosiers, 75004 Paris (France)
Tél. & fax : 33 (0) 1 49 40 66 57