

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 Bournonville, 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.