

# STEFAN BRATOSIN: Les interdépendances entre médias et religion

Paula de Souza PAES<sup>1</sup>

Entretien avec Stefan Bratosin  
Professeur des universités à l'Université  
Paul Valéry de Montpellier (UPVM), France,  
Directeur-adjoint du laboratoire de recherche CORHIS de  
l'UPVM et Directeur de la revue *Essays – Journal for  
Communication Studies*,

Dans cette édition, la revue PautaGeral- Estudos em Jornalismo réalise un entretien avec le professeur français Stefan Bratosin. Lors de son passage au Brésil, en décembre 2016, à l'occasion du I Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais, à l'Unisinos, Stefan Bratosin a répondu quelques questions à la revue.

Stefan Bratosin est venu au Brésil pour présenter ses travaux qui portent notamment sur les thématiques liées à la médiatisation de la religion et l'espace public et à la production de sens dans les espaces sociaux institutionnalisés. Son intérêt porté à la fois aux médias et aux institutions religieuses reflète son parcours professionnel : il est docteur en théologie et en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC). Il est aussi le directeur et fondateur du réseau Institute for Advanced Religious Studies and Communications Internetworking (IARISIC).

Dans l'entretien, il développe des "nouveaux" concepts sur lesquels il travaille dernièrement, comme celui de médialisation du religieux et de post néo-protestantisme dans le contexte du capitalisme affectif. Parmi ses publications, nous pouvons citer trois principalement: "[La médiatisation du religieux dans la théorie du post néo-protestantisme](#)" (2016), "[La foi et le langage : paradigmes de sens pour les médias](#)" (2015), "[Church in the public sphere: production of meaning between rational and irrational](#)." (2014).

Stefan Bratosin est également réalisateur et modérateur d'une émission hebdomadaire de télévision sur la médiatisation de la recherche scientifique, nommée *Signes et symboles*, diffusée à la chaîne internationale [Hope Channel – Speranta TV](#).

138

---

<sup>1</sup>Pós-doutoranda no PPG de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). paulasouzapaes@gmail.com



**Pauta Geral: Lors de votre participation au I Seminário Internacional de Pesquisa em Mídia e Processos Sociais - qui a eu lieu à l'Unisinos (Porto Alegre) le 12 au 15 décembre 2016 -vous avez fait une intervention sur la question de la médiatisation de la religion à l'heure actuelle. Pouvez-vous développer la manière dont vous comprenez ce processus de médiatisation ?**

**Stefan Bratosin:** Pour distinguer entre la simple « couverture » médiatique de la religion – qui est une approche spécifique aux chercheurs des pays du Nord de l'Europe – et le phénomène de « médiatisation de tout » qui transforme non seulement la manière de transmettre des contenus religieux et la substance même de ces contenus, mais aussi l'état et le statut des institutions et des sociétés

productrices de ces contenus, j'emploie le terme de « médiatisation » de la religion. Il s'agit d'un terme que j'ai défini dans un article publié récemment dans la revue « Social Compass » où j'affirme que l'enjeu majeur de la médiatisation consiste en un double changement dans la manière de transmission des informations sur un vécu, d'une part, et, d'autre part, dans le contenu même de ce vécu. Plus particulièrement, dans ce cadre, la mise capitale de la médiatisation du religieux est un changement dans la manière de présenter l'agir religieux et de produire, par ce changement dans la transmission des informations religieuses, une transformation du contenu et de la pratique de la religion.

**PG: Ce processus nous permettrait donc de comprendre les interdépendances entre la (es) religion (s) et les médias ?**

**Stefan Bratosin:** Oui, parce que lorsque les médias « traitent » de la religion, ils sont en même temps « traités » par la religion. Également, lorsque la religion s’empare des médias, elle est « informée » par les médias. Par conséquent, pour aller plus loin qu’une simple recherche en surface, de « couverture » médiatique, c’est-à-dire pour rendre vraiment compte de l’impact social du phénomène, il est indispensable d’observer les transformations mutuelles des religions et des médias dans leur diversité et dans leur complexité.

**PG: De quelle façon les institutions religieuses s’emparent des médias ? Pouvons-nous parler d’une évolution des pratiques des institutions ?**

**Stefan Bratosin:** Toutes les institutions religieuses légitiment leur raison d’être en contexte social. Dans la mesure où la société est de plus en plus fluide, elles ne peuvent pas garder leur solidité. Par conséquent, elles doivent composer leur existence et leur fonctionnement avec les médias, dans une sorte de négociation semblable à la rivière avec le relief. Les façons dont les institutions s’emparent des médias sont marquées par la diversité des cultures, des opportunités, des injonctions, etc. correspondant aux différentes identités religieuses, mais aussi par le charisme, la créativité et l’esprit entrepreneurial des personnalités ayant pouvoir décisionnel. Quant à l’évolution des pratiques institutionnelles, non, je ne parlerai pas d’évolution, mais tout

simplement de changement. La prédication online n’est pas une forme évoluée de la prédication dans l’église. Il s’agit d’une autre pratique. L’église sans murs, la communauté sur internet, ce ne sont pas non plus une forme évoluée de l’église historique avec murs et croix sur le clocher. C’est tout simplement autre chose.

**PG: De quelle manière la logique médiatique s’impose aux pratiques religieuses ?**

**Stefan Bratosin:** De la même manière qu’elle s’impose aux pratiques politiques, aux pratiques économiques, aux pratiques culturelles et d’une manière générale, à toutes les pratiques sociales. Malheureusement, il y a très peu d’institutions qui résistent d’une façon programmée aux logiques des médias.

**PG: S’agit-il d’un phénomène plus visible dans certains pays qued’autres ?**

**Stefan Bratosin:** La visibilité du phénomène est conditionnée du lieu dans lequel se trouve celui qui observe. Donc, je dirai que dans chaque pays – en rapport direct avec la spécificité de son espace public – le regard est focalisé sur certains aspects du phénomène. Mais la visibilité ne préjuge pas de l’ampleur du phénomène qui est considérable et qui couvre et renferme toutes les sociétés.

**PG: Vous avez également souligné, au moment de votre intervention au Séminaire, le fait que le capitalisme s’est emparé des lieux symboliques de la religion. Pour vous, la médiatisation de la religion relève de**

### **l'emprise de la logique économique dans le secteur des médias ?**

**Stefan Bratosin:** Effectivement, dans la partie conclusive de ma conférence lors du Séminaire, j'ai affirmé que l'une des conséquences de la virtualisation de l'éthique post néo-protestante de la réactivité pulsionnelle est le fait qu'elle apporte dans l'esprit capitaliste un renversement du sens de l'efficacité symbolique dans l'exercice du pouvoir économique, car désormais ce n'est plus la religion qui accueille la symbolique du capitalisme, mais au contraire, le capitalisme qui s'empare des lieux symboliques de la religion. Plus exactement, je signale l'émergence d'un nouvel ordre symbolique – induit par la médialisation du religieux – dans la logique économique qui même dans son sens le plus large est aujourd'hui, d'une manière ou d'une autre manière assujettie aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Mais cela ne veut pas dire que la médialisation de la religion ne participe pas des logiques économiques.

**PG: Vous avez déjà écrit sur le rôle joué par de « nouvelles » pratiques des croyants sur le web dans le processus de médialisation. Comment se caractérisent ces pratiques ? De nouvelles normes communicationnelles émergent ?**

**Stefan Bratosin:** Il s'agit des pratiques de médialisation de la rencontre factuelle non seulement avec l'imprévisible, mais aussi avec l'incroyable, des pratiques de médialisation qui en fait transforment la crise de l'institution religieuse en crise religieuse personnelle du croyant.

Ces pratiques placent au centre de l'intérêt non pas le projet social, mais les émotions qui peuvent promouvoir ce projet en tant que produit de la foi. Est-ce que ce bouleversement instaure de nouvelles normes communicationnelles ? Sans doute, mais il est évident que le sens sera produit dans un paradigme différent, celui de l'affect.

**PG: Dans vos recherches, vous abordez les relations entre sphère publique et institutions religieuses. Pouvons-nous affirmer que le processus de médialisation relève également d'une visibilité accrue des Eglises et des religieux dans des débats publics et dans le champ politique ?**

**Stefan Bratosin:** La présence des Eglises et des religions dans les débats publics est une situation problématique et forcément elle attire les médias. En même temps, il ne faut pas oublier que les médias fascinent les religions. D'autre part, il ne faut pas oublier le lien ontologique entre la religion et la politique. S'il a été possible d'instaurer – à juste titre, d'ailleurs – la séparation entre l'Eglise et l'Etat, il ne faut pas croire qu'il est possible de penser pertinemment une séparation entre religion et politique. Il y a plusieurs raisons. Je vous en donne deux : a) l'homme – même athée – est fondamentalement religieux par sa nature et lorsqu'il fait de la politique, il ne peut pas faire abstraction de sa nature et b) l'espace public est une émanation de la pensée théologique et philosophique chrétiennes, donc il est lié « génétiquement » à la religion. Sans aucun doute, on peut faire l'hypothèse que les médias puissent être des lieux d'expression de ce lien.



**PG: Croyez-vous que de nouveaux rapports de forces sont en œuvre dans la sphère publique contemporaine en raison de ce processus de médiatisation de la religion?**

**Stefan Bratosin:** Je ne sais pas si on peut parler de nouveaux rapports de forces, mais je pense qu'une manière nouvelle de vivre la religion s'impose aujourd'hui à l'humanité, une nouvelle manière de vivre la religion que j'appelle « post néo-protestantisme ». Il ne s'agit pas d'une nouvelle religion. Le post néo-modernisme n'est pas une doctrine et il ne se rattache pas non plus à une organisation religieuse. Je le conçois transorganisationnel, transconfessionnel voire même transreligieux.

**PG: Considérez-vous que les recherches récentes en communication ou en journalisme sur le sujet de la médiatisation de la religion développées en France et au Brésil ont des points en commun ? Lesquels?**

**Stefan Bratosin:** La recherche en communication/journalisme sur le sujet de la médiatisation de la religion en France, effectuée de manière systématique et explicite, est relativement récente. Nous sommes, à l'Université Paul Valéry, les fondateurs

de cette recherche puisqu'on est les premiers à travers IARSIC, Essachess et le colloque Comsymbol à avoir institutionnalisé ce champ. Ma collègue, Mihaela-Alexandra Tudor, apporte une réponse complète dans un article publié en 2015 dans Tic & société où elle souligne : « En France, les questions liées à la religion et aux (nouveaux) médias ont été plutôt explorées par la psychologie, la sociologie ou l'anthropologie. Il est donc difficile d'affirmer qu'il existe une masse critique d'études et des recherches dans le domaine des sciences de la communication.

Cependant, dernièrement, on pourrait remarquer un intérêt accru, qui a le potentiel de devenir systématique, à travers les études sur la communication du symbolique, du sacré et de la religion. Ces études sont valorisées aussi bien dans des colloques internationaux thématiques que dans des dossiers de revues scientifiques (...) ou des réseaux de chercheurs (...). Toutes ces contributions ont le mérite de reprendre les interrogations actuelles sur la question du religieux sans délimitation des frontières et celle des (nouveaux) médias qui intéressent les chercheurs à l'échelle internationale en valorisant la spécificité des approches de l'école française des sciences de la communication » (<https://ticetsociete.revues.org/1840>). De ce point de vu, je considère qu'il y a des points communs entre la France et le Brésil. Dans le cadre de ma recherche réalisée lors de ce séjour à UNISINOS en tant que lauréat du projet Be a DOC de Coimbra Groupe, j'ai pu constater qu'au Brésil il y a une richesse de contributions qui ont le mérite d'être de très bonnes synthèses



des résultats de recherche théoriques et empiriques internationaux sur le thème. Notre projet commun, franco-brésilien, serait désormais d'internationaliser davantage la plus value scientifique des deux pays.

**PG: Vous êtes fondateur et directeur de publication de *Essachess – Journal for Communication Studies*, pouvez-vous présenter cette revue en quelques mots?**

**Stefan Bratosin:** *Essachess – Journal for Communication Studies* est une revue fondée en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) qui se distingue par cinq caractéristiques essentielles, signes de sa spécificité dans le paysage des revues françaises académiques en SIC que vous trouverez développer sur le site de la revue:

<http://www.essachess.com/index.php/jcs/index>. Elle est la plus indexée revue française des SIC (sinon la seule) dans des bases de données internationales ce qui est une chose capitale pour les auteurs puisqu'être cité au niveau international, donc, reconnu par les collègues de partout, signifie faire progresser sa recherche, accéder à des réseaux internationaux afin de répondre à des appels à projets internationaux, par exemple, etc. Bien évidemment, la revue bénéficie de la reconnaissance du Haut Conseil d'Évaluation de la Recherche Scientifique (HCERES) faisant partie des revues *qualifiantes* (<https://rfsic.revues.org/1923>). *Essachess* est membre institutionnel de l'ECREA et est parrainé par l'Agence Universitaire de la Francophonie.

Stefan Bratosin: J'ai créé la revue *Essachess* en 2008 à l'Université de

Toulouse où j'ai été professeur titulaire à l'époque. La revue a vite commencé à prendre de l'ampleur au niveau international, et à faire évoluer le groupe qui dépassait désormais les frontières physiques des universités en se transformant, suite à ma mutation à l'Université Paul Valéry de Montpellier (UPVM) en 2011, dans un institut de type *open center* (*IARSIC*), faisant partie du projet d'habilitation par le HCERES du Corhis (Communication, Ressources Humaines et Intervention Sociales - EA 7400) de l'UPVM (<https://rfsic.revues.org/1923>). Le fonctionnement éditorial reflète la pensée qui est derrière la politique de la revue: faire une revue qui soit l'expression d'une révolution en cours – les Digital Humanities. Dans ce contexte, la stratégie de développement de la revue consiste à préserver le caractère de la revue, réagir face à la révolution du numérique, continuer à œuvrer pour la qualité du contenu et pour l'augmentation de la visibilité et de l'impact des auteurs à travers notre engagement dans le processus de référencement dans les bases de données, continuer nos projets alternatifs de développement du réseau international de *Essachess* (<https://rfsic.revues.org/1923>).

