

ESSACHES

Journal for Communication Studies

Vol. (N° 2(, 1/201%

Publication *ESSACHESS*

Réalisation couverture : Stefan Bratosin

Illustration couverture : Stefan Bratosin

© *ESSACHESS*

eISSN 1775-352X

La communication et le sacré

Coordination du numéro :
Céline BRYON-PORTET, Université de Toulouse, France
Mihai COMAN, Université de Bucarest, Roumanie

Avant-propos / 7

Dossier / 11

Entretien avec Gilbert DURAND / 13

Marcel BOLLE DE BAL

Le sacré, Janus philosophique et sociologique / 17

Denis JEFFREY

Le sacré, entre médiations et ruptures / 31

Bernard LAMIZET

Sémiotique du sacré / 47

Philippe BRETON

La sacralisation de l'information / 59

Yves CHEVALIER

Les systèmes d'information : entre naturalisation et sacralisation / 69

Jean-Jacques WUNENBURGER

Les écrans du sacré ou l'imaginaire religieux de la télévision / 81

Stéphane DUFOUR

Les marques sont-elles des reliques postmodernes ? Regard sur les nouveaux objets sacrés / 93

María DEL MAR RUBIO-HERNANDEZ

Sports players : the heroes of the mediated sacred sphere / 105

Mihaela-Simona APOSTOL

Pilgrimage phenomenon in the new context of post-communist Romanian media / 127

Johanna SUMIALA, Minttu TIKKA

Reality on circulation – School shootings, ritualised communication, and the dark side of the sacred / 145

Carlos AGUIAR

Le Nouvel Âge et l'Imaginaire mystique des réseaux numériques / 161

Salvador JIMENEZ MURGUÍA

Cyber Execration: a case study of *Ushi no Koku Mairi* and its Re-Enchantment through online cursing / 175

Olivier NANNIPIERI

L'homme, la machine et le sacré : quand la réalité virtuelle
réenchante le monde / 191

Notes de lecture et parutions / 203

Prochain numéro / 211

Appel à contributions pour le volume 5, n°1 (9)/ 2012 de la
revue « ESSACHESS » / 213

Call for papers for volume 5, n°1 (9)/ 2012 « ESSACHESS » / 217

Avant-propos

La société moderne occidentale s'est caractérisée par une sécularisation progressive, un affaiblissement de la foi, des grandes idéologies transcendantes et des cadres institutionnels de la religion, qui firent dire à Nietzsche, à la fin du 19ème siècle, que « Dieu est mort »... Certains en ont hâtivement conclu qu'une société vidée de son substrat religieux se présente nécessairement comme une société désacralisée, confortés en outre par l'idée que les formes symboliques auxquelles le sacré est attaché constituent la marque des mentalités primitives et des cultures archaïques. Pourtant, rien n'est moins sûr. Si l'on s'accorde à reconnaître que la sphère du sacré déborde largement celle du religieux, il apparaît nécessaire de décorrélérer les deux phénomènes. Face à ce que Max Weber a appelé le « désenchantement du monde », nombre de sociologues et d'anthropologues contemporains ont d'ailleurs cru identifier un mouvement inverse de ré-enchantement, à travers une réapparition ou plutôt une métamorphose du sacré : sacralisation des célébrités (du sport, de la musique et de certaines figures du septième art) ou des leaders politiques charismatiques (Isabela Peron, Benazir Bhuto), ritualisations accrues des manifestations politiques et des comportements sur les réseaux numériques, mythifications dans le champ de la publicité et du marketing, le sacré semble bien se déplacer, investir de nouveaux territoires et prendre des formes inédites. Sans oublier les mutations du sacré dans les grandes religions : les sanctifications des gens ordinaires (Paola Elisabeta Cerioni, Luigi Orione, Gianna Beretta Mola, Annibale Maria di Francia canonisés par Jean Paul II en 2004), ou les martyrisations en masse des jeunes combattants en islamisme.

Il convient donc d'interroger la nature même du sacré, ainsi que ses fonctions, qui paraissent immuables malgré les incessants changements socioculturels (notamment sa fonction cohésive – au niveau infra-groupal – et séparative – au niveau extra-groupal), mais aussi ses mutations éventuelles, dans le contexte de la modernité et de la postmodernité.

Tel est précisément l'objectif que s'est fixé ce numéro de la revue *Essachess – Journal for communication studies*. Cette livraison se propose d'explorer deux orientations, distinctes mais complémentaires, visant à mettre en évidence, d'une part, le lien que le sacré entretient avec les nouvelles technologies, notamment celle qui sont relatives à ce que d'aucuns ont appelé la « société de l'information », et d'autre part, les rapports que le sacré cultive avec le phénomène communicationnel, tant au niveau interpersonnel qu'au niveau social et

institutionnel. Le sacré, qui a longtemps privilégié des formes d'expression traditionnelles et se traduit par la mise en place de dispositifs symboliques (mythes, rites, symboles...), parvient-il à s'articuler avec le monde des *mass media* et des NTIC ?

Par ailleurs, comment le sacré, qui crée des médiations verticales en offrant un sens transcendant, construit-il également des médiations horizontales, grâce auxquelles les hommes font « communauté » ? Comment s'opère aujourd'hui cette double communication, avec l'invisible et avec l'humain ? Comment les médias prennent le relai des formes religieuses traditionnelles de médiation entre le profane et le sacré?? Autant de questions auxquels les différents contributeurs de ce numéro se sont efforcés de répondre, à commencer par Gilbert Durand, qui a accepté de s'entretenir avec nous et a bien voulu nous livrer son analyse, en tant que spécialiste du symbolique et, plus largement, des structures anthropologiques de l'imaginaire.

La complexité de ce phénomène se traduit aussi par un double regard : certains auteurs parlent du sacré, tel qu'il est vécu à travers divers formes de communication (voir dans ce numéro les interventions de Wunenburger, Murguia, Aguiar...); d'autres se sont concentrés sur le processus de sacralisation, en suivant la production sociale d'une « aura » qui fait que certains phénomènes (telles les NTIC) soient vécues comme s'ils appartenaient à la catégorie des choses sacrées (voir les articles d'Yves Chevalier, Philippe Breton, Johanna Sumiala et Minttu Tikka). Le deuxième groupe semble suggérer que nous vivons un ré-enchantement du monde, tandis que le premier s'ouvre sur une vision de la permanence du sacré à travers l'histoire.

Certains articles apportent un éclairage théorique à cette problématique. Le texte de Marcel Bolle de Bal, par exemple, souligne la profonde ambivalence qui caractérise le sacré, d'un point de vue tant philosophique que sociologique, en l'apparentant à la figure mythologique de Janus, le dieu au double visage. Il analyse ainsi les rapports tout à la fois dialogiques et ambigus que le sacré entretient avec le divin et avec l'humain, avec le secret, le profane ou encore la modernité, dans des domaines aussi variés que la religion, la franc-maçonnerie, les techniques de l'information et de la communication... Denis Jeffrey, de son côté, balaie le contexte historique au sein duquel a émergé un sacré non nécessairement religieux, puis tente d'appréhender l'essence même du sacré à travers ses fonctions communicationnelles, entre autres.

Bernard Lamizet, pour sa part, entreprend de définir le sacré à partir des pratiques communicationnelles et des échanges sociaux, l'envisageant comme une notion qui fonde tout à la fois les identités religieuses et les identités politiques. De manière plus générale, Philippe Breton met en exergue le processus de sacralisation de l'information qui s'est mis en place au cours du XX^{ème} siècle, principalement grâce aux travaux du cybernéticien Norbert Wiener. Il établit ainsi que cette

sacralisation de l'information, qui repose sur une volonté de lutte contre l'entropie et une nouvelle vision de la société, a contribué à valoriser les nouvelles technologies.

Yves Chevalier interroge les systèmes d'information et leurs modalités de socialisation. Analysant dans un premier temps les mécanismes de naturalisation de ces systèmes, il émet ensuite l'hypothèse que la sanctuarisation – simultanée et donc paradoxale – de ces mêmes dispositifs permet aux procédures qui leur sont sous-jacentes d'échapper au débat public. Jean-Jacques Wunenburger, quant à lui, étudie les modes d'expressions du sacré sur le petit écran. Il montre comment la télévision, à travers ses manifestations hiérophaniques, véhicule du merveilleux et devient un support privilégié des mythes et des rites actuels, sans se substituer complètement à la religion, toutefois, dans la mesure où elle se présente comme une religiosité tronquée. Stéphane Dufour, enfin, dégage les stratégies marketing et communicationnelles qui sont à l'œuvre derrière les marques commerciales, afin que celles-ci acquièrent une dimension quasi religieuse. Dans cette perspective, il souligne les points communs que la marque, dotée d'une transcendance qui excède la simple matérialité de son corps physique et qui lui donne du sens, présente avec ces objets sacrés que sont les reliques.

Une autre série d'articles explore la problématique de la communication et du sacré en empruntant voie plus empirique, à proposant quelques études de cas significatives.

María del Mar Rubio-Hernandez met en relief la dimension sacrée présente dans les médias de masse et le sport, comparant les grands sportifs à des héros nationaux voire à des demi-dieux, en s'appuyant sur quelques exemples concrets de publicisation de ces nouvelles figures mythiques, notamment en Espagne. Mihaela Apostol nous amène dans la Roumanie postcommuniste afin de comprendre une pratique en pleine expansion, le pèlerinage, et la façon dont les médias retranscrivent ce phénomène religieux en pleine expansion.

Johanna Sumiala et Minttu Tikka réfléchissent sur la ritualisation de la violence à partir des représentations visuelles de tueurs qui circulent sur You Tube. Examinant quatre cas de fusillades intervenues dans des écoles américaines, et tout en critiquant les théories de Georges Bataille, les deux chercheurs dénoncent la face sombre du sacré et son déploiement grâce aux nouvelles technologies. Carlos Aguiar plonge le lecteur dans le mouvement Nouvel Âge et lui fait découvrir ses syncrétismes religieux et ésotériques à travers les méandres de la toile. Il s'intéresse plus particulièrement à l'imaginaire mystique qui innerve les réseaux numériques brésiliens, à travers les thérapies alternatives (fleurs, pierres et cristaux) et l'astrologie, prouvant ainsi que la technique peut soutenir des conceptions fondées sur les lois de la nature et l'harmonie du cosmos. Salvador Jimenez Murguía, à son tour, évoque une pratique japonaise traditionnelle consistant à jeter des malédictions – Ushi no Koku Mairi –, récemment transformée, grâce aux technologies numériques, en une forme d'exécration en ligne. L'auteur démontre alors

qu'internet, tout en ayant intégré Ushi no Koku Mairi dans une procédure systématique et rationalisée, est parvenu à la ré-enchanter grâce aux multiples potentialités qu'offrent ses mondes virtuels. Tel est également le point de vue que défend Olivier Nannipieri dans un article qui présente les interactions homme-machine en décrivant une expérience immersive dans un dispositif technique producteur de réalité virtuelle, le « cave ». S'appuyant sur le concept d'alternation qui s'ancre dans une approche socioconstructiviste, ce chercheur expose le processus rituel de nature initiatique qui ponctue le parcours des candidats choisis pour mener l'expérience et peint un univers virtuel qui renoue avec le sentiment du sacré.

Ainsi que le suggère Gilbert Durand à la fin de son entretien, le sacré semble donc bien « à la fois changeant et immuable ». Et il est intéressant de noter que la communication contribue également à le rendre changeant (grâce aux nouveaux médias et aux nouvelles formes de médiation), et immuable (grâce au pouvoir des médias à être des instruments de diffusion et de conservation de la mémoire). Les études de cette livraison de la revue *Essachess* en témoignent.

Céline BRYON-PORTET et Mihai COMAN