

ESSACHES

Journal for Communication Studies

Vol. 10 N° 2(20)/2017

Publication *ESSACHESS*

ESSACHESS – Journal for Communication Studies bénéficie du parrainage de l'Agence
universitaire de la Francophonie

Réalisation couverture : Stefan Bratosin

Illustration couverture : Stefan Bratosin

© *ESSACHESS*

eISSN 1775-352X

Mediatization of religion and power

Coordination du numéro :

Stefan BRATOSIN, Professor, Paul Valéry University of Montpellier, FRANCE

Pedro Gilberto GOMES, SJ, Professor, PPGC,
Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, BRAZIL

Antonio Fausto NETO, PPGC, Professor, PPGC,
Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, BRAZIL

Stefan BRATOSIN, Pedro Gilberto GOMES, Fausto Antonio NETO / 5
Introduction

Dossier / 7

Herivelton REGIANI, Viviane BORELLI / 9
Memetizing and mediatizing: memes as an evangelical discursive strategy

Catiane Rocha Passos de SOUZA, Rita de Cássia de Aragão MATOS / 33
Between no churched and cyber Pentecostals: religious *modus vivendi* in the society under mediatization

Thi Thanh Phuong NGUYEN-POCHAN / 53
Quand la télévision devient le centre sacré de la communauté identitaire. La médiatisation des événements cérémoniels à la Télévision vietnamienne

Tsurriel RASHI, Maxwell McCOMBS / 77
Biblical antecedents of modern Agenda-Setting: religious platforms in lieu of mass media

Luis Ignacio SIERRA GUTIÉRREZ / 93
Faith in the net: towards the creation of digital networks of religious acknowledgement and recognition

Yoel COHEN / 113
The media challenge to Haredi rabbinic authority in Israel

Ioana A. COMAN, Mihai COMAN / 129

Religion, popular culture and social media: the construction of a religious leader image on Facebook

Marco Túlio de SOUSA, Ana Paula da ROSA / 145

Faith, entertainment, and conflicts on the Camino de Santiago (The Way of St. James): a case study on the mediatization of the pilgrimage experience on Facebook groups

Roy JREIJRY / 171

La visite de Benoît XVI au Liban (2012) : décalage ou concordance des dispositifs communicationnels ?

Tatiane MILANI, Ana Paula da ROSA / 189

The Welcoming Pope: Images of Pope Francis in the Catholicism under mediatization

Varia / 205

Eric DACHEUX, Nicolas DURACKA / 207

Sur quels modèles théoriques une approche communicationnelle en sciences sociales peut-elle s'appuyer ?

Notes de lecture et parutions / 223

Introduction

Les processus médiatiques ont acquis une grande importance dans la société actuelle notamment en raison de l'essor des médias sociaux numériques. La plupart des domaines de la société consacrent une attention particulière à l'étude du phénomène de la médiatisation. Deux d'entre eux, par-dessus tout, s'y attardent de façon systématique : le domaine du politique, avec la dimension du pouvoir, et celui de la religion, avec les dimensions institutionnelle et sociale. Le caractère transdisciplinaire de l'intérêt international pour l'étude de la médiatisation du fait religieux couvre et renferme non seulement le besoin ordinaire des sciences humaines et sociales de s'interroger et d'apporter des éléments de réponse en rapport avec une réalité contrariante et contraignante de l'espace public à l'heure du numérique mais aussi la nécessité de reconsidérer le paradigme même d'explicitation et de compréhension du pouvoir politique et/ou économique en adéquation avec les injonctions des changements sociaux et des innovations technologiques qui marquent la deuxième décennie du 21^e siècle. En effet, le traitement médiatique de l'actualité à la faveur du développement des médias sociaux transgresse désormais presque « naturellement » les bornes qui délimitaient et conditionnaient jadis la stricte séparation institutionnelle et symbolique entre la religion et le pouvoir en introduisant dans le débat démocratique et scientifique une discontinuité cognitive majeure qui soulève de nombreuses questions, d'une part, de nature idéologique, mais aussi pédagogique, épistémologique et méthodologique et, d'autre part, de production de sens scientifique dans bien des champs d'expertise comme, par exemple, les sciences de l'information et de la communication, la sociologie, l'anthropologie, les sciences politiques, le droit, les sciences de la gestion, la psychologie, la philosophie, etc. Il s'agit d'une problématique qui apparaît encore plus profonde et complexe lorsqu'on observe que la médiatisation de la religion et du pouvoir n'est pas uniquement l'effet d'un changement dans la manière de considérer les rapports publics entre la religion et le pouvoir, mais aussi et surtout un moyen de transformer le contenu même de ces rapports ainsi que de la religion et du pouvoir. Une problématique qui est par ailleurs au centre de nombreux projets de recherche rassemblant des regards scientifiques très complémentaires par leur diversité et par la géo-contextualisation culturelle. Afin d'en rendre compte, cette livraison de la revue *ESSACHESS – Journal for Communication Studies*, qui fête ses 10 ans d'existence, met en dialogue les sociétés et les cultures du Nord et du Sud en croisant les travaux sur la médiatisation de la religion et du pouvoir des chercheurs participant de divers champs disciplinaires.

Bien qu'il existe une abondante production d'études et de recherches liées à cette thématique en Amérique Latine qui met en exergue la transcendance des médias sociaux numériques et la place centrale de la politique et de la religion dans les processus médiatiques, ce numéro d'*ESSACHESS* montre au travers des

contributions présentées que la même préoccupation vive et soutenue existe en Europe en même temps qu'en Amérique du Nord ou en Asie qu'il s'agit des recherches théoriques, ou appliquées, ou des études de cas.

Herivelton REGIANI et Viviane BORELLI ouvrent le volet théorique du dossier par une étude qui s'intéresse à l'approche communicationnelle des mêmes en tant que dispositifs dans le processus de médiatisation de la société. Catiane Rocha Passos de SOUZA et Rita de Cássia de Aragão MATOS analysent les nouvelles processualités de l'identité dans le cyber pentecôtisme brésilien soumis aux logiques de la médiatisation. Thi Thanh Phuong NGUYEN-POCHAN explique en quoi « la représentation des *deux corps du Roi* (Kantorowicz) persiste dans la médiatisation du pouvoir, ce afin de légitimer sa domination en s'appuyant sur les valeurs hégémoniques et, dans une perspective plus large, de promouvoir un nationalisme culturel et identitaire ». Tsurriel RASHI et Maxwell McCOMBS, l'un des deux pères fondateurs de la recherche empirique sur l'*agenda setting*, se focalisent sur la « lecture de la Bible dans une approche herméneutique critique » susceptible de dévoiler que « déjà dans l'antiquité biblique il était possible d'influencer les programmes politiques et sociaux, grâce à l'exploitation d'assemblées publiques d'ordre religieux comme plateformes médiatiques ». Il s'agit d'une contribution qui teste l'hypothèse des précédents bibliques de l'*agenda setting*. Luis Ignacio SIERRA GUTIÉRREZ clôt ce volet théorique par la contextualisation du phénomène global des réseaux sociaux afin de se concentrer sur le questionnement des pratiques virtuelles qui découlent des expériences des réseaux numériques de reconnaissance religieuse d'Amérique Latine.

Yoel COHEN examine au prisme d'une perspective appliquée, le deuxième volet du dossier, comment les développements au sein des médias Haredi ont mis à l'épreuve le leadership rabbinique. Ioana A. Coman et Mihai Coman explorent les cadres et thèmes utilisés par les usagers de Facebook afin de décortiquer l'image et le rôle d'un leader religieux dans la vie quotidienne.

Le troisième volet, axé sur les études de cas, réunit les articles signés par Marco Túlio de SOUSA, Ana Paula da ROSA, Roy JREIJRY et Tatiane MILANI. Les études de cas portent sur la médiatisation de l'expérience de pèlerinage dans les groupes Facebook, l'analyse du dispositif communicationnel de la visite de Benoît XVI au Liban en 2012 et la circulation des images du pape François dans les médias.

Dans leur ensemble, les problématiques abordées dans les trois volets se croisent donnant la possibilité au lecteur d'avoir accès à des visions complémentaires sur l'impact et les transformations que la médiatisation engendre afin d'offrir, espérons, une meilleure compréhension de ce phénomène et de ses rapports avec le pouvoir et la religion.

Stefan BRATOSIN, Pedro Gilberto GOMES, Antonio Fausto NETO