

MÉDIATISATION, SPIRITUALISATION DE L'ESPACE PUBLIC ET POST-
NEO-PROTESTANTISME – ENTRETIEN AVEC STEFAN BRATOSIN¹Marco Túlio de Sousa²

Professeur des universités en classe exceptionnelle à l'Université Paul Valéry de Montpellier 3 (France), Stefan Bratosin a dédié plus de vingt ans à la recherche de la médiatisation de la religion et de l'espace public. Il s'est intéressé aussi à la recherche de la production de sens dans les espaces sociaux institutionnalisés, aux médiations culturelles et formes symboliques, ainsi qu'à la violence médiatique. Bratosin est Docteur Honoris Causa en Sciences sociales, fondateur et directeur du réseau IARSIC (Institute for Advanced Religious Studies and Communications Internetworking) et de la revue ESSACHESS – Journal for Communication Studies. Récemment, il a publié avec Mihaela Alexandra Tudor l'ouvrage *La médiatisation - Nouveaux : défis pour les sciences et la société* (TUDOR, BRATOSIN, 2021). Dans cet entretien, Bratosin analyse comment, même dans les sociétés très sécularisées telle que la société française, la politique et la religion n'ont jamais été séparées. La médiatisation n'a pas seulement mis en évidence cette problématique, mais est aussi une partie intégrante d'une dynamique de transformations par laquelle "le religieux redevient public, le social redevient spirituel, le politique redevient désécularisé". Dans ce scénario, dont le médiatique est un acteur important, émerge une nouvelle manière d'être religieux, celle du « post néo-protestantiste ». Cela ne correspond pas à un courant religieux, mais à une « grammaire », une « logique » interreligieuse qui traverse plusieurs religions, dans la manière même qu'elles se présentent à la société, surtout, dans l'espace public par ce que Bratosin appelle la "médialisation de la vie sociale".

Marco Túlio de Sousa : En lisant vos textes on peut distinguer deux types d'analyse sur le phénomène de la médiatisation de la religion: 1) la recherche sur la symbolique religieuse dans la communication médiatique en général; 2) et la recherche sur les

¹ Une première version de cet entretien a été publiée en portugais sur le livre *Mídia e Religião: perspectivas sobre um fenômeno em transformação* (BRATOSIN, 2021).

² Marco Túlio de Sousa est professeur du cours de Journalisme à l'Université do Estado de Minas Gerais (UEMG), docteur en Sciences la Communication de l'Université do Vale do Rio dos Sinos. Directeur et fondateur du projet *Mídia, Religião e Sociedade*. Courriel: marcotuliosousa@hotmail.com.

médias religieux (propriétés des institutions religieuses). D’abord, je voudrais parler du premier axe de votre investigation. Dans le texte “La concertation dans le discours du président Jacques Chirac: sur les traces d’une représentation mythique” (BRATOSIN, 2004), vous argumentez que l’utilisation de la notion de “concertation” pour l’ex-président français avait une idée mythique du pouvoir décisionnel. La présence de ce discours sacralisé est un produit, selon votre étude, de la crise de la représentation politique. Pourquoi le champ politique fait-il référence au discours religieux pour confronter cette crise?

Stefan Bratosin: Avant tout, je voudrais mettre en perspective cette distinction dont vous parlez. Cela répondra en même temps à votre question.

La symbolique est l’objet sur lequel mes recherches se sont toujours concentrées. Le symbole fait l’objet de mes recherches depuis 30 ans. Mais si l’objet n’a pas changé, ce qui a changé et, je pense, continuera à changer dans mes recherches sur la communication symbolique, c’est la délimitation du territoire de mes recherches qui progresse toujours dans la direction opposée. En d’autres termes, plus j’accumule des résultats et implicitement des connaissances, plus je me sens contraint par l’ampleur de la tâche scientifique consistant à centrer mes interrogations sur des territoires plus restreints. Ma première ambition était de comprendre le sens de la production. J’ai ensuite examiné l’engagement symbolique dans le comportement humain par rapport à ce que la philosophie de la culture désigne comme “formes symboliques”. Cette considération m’offrait l’alternative d’observer, dans son ensemble, la fonction symbolique de l’activité de l’esprit humain ou de mener mes recherches plus en profondeur, en la limitant autant que possible à une seule composante de la fonction symbolique. Sans mépriser l’ensemble sans lequel le détail n’a pas de sens, je suis généralement plus attiré par le détail, sans lequel l’ensemble n’a pas d’existence.

Ainsi, parmi les fonctions d’expression, de représentation et de signification, j’ai choisi de limiter autant que possible mes recherches à la fonction de représentation. La raison de ce choix était la relation privilégiée entretenue par la fonction de représentation avec la pensée mythico-religieuse, cette forme symbolique qui forge inévitablement non seulement notre vision du monde, mais également le monde lui-

même, en le formant à travers nos croyances et notre foi. L'humanité est à l'image de notre pensée mythique-religieuse. Depuis les temps anciens, le pouvoir est exercé avec des mythes et les institutions valident leurs actes par des rituels, montrant ainsi que l'esprit humain ne peut pas être amputé par une pensée mythique-religieuse, même dans la plus séculière des sociétés jamais imaginable.

A ce stade de mes observations, j'ai opéré un nouveau cadrage du champ empirique étudié et j'ai centré mes recherches sur la pensée mythico-religieuse dans les espaces sociaux institutionnalisés: l'espace domestique, l'espace organisationnel et l'espace public. En considérant la représentation religieuse dans ces espaces, c'est-à-dire ce matériau composite qui souligne depuis des millénaires l'instauration dans la conscience humaine de l'idée de l'exercice du pouvoir, j'ai pu isoler deux réalités actives camouflées par la multitude de procédures qui envahissent notre quotidien.

Tout d'abord, je pourrais souligner que la représentation religieuse est le principal outil symbolique utilisé par l'homme pour faire la distinction entre ceux qui ont le pouvoir et ceux qui ne l'ont pas. La concertation, cette forme de communication symbolique que tous les acteurs de l'action collective recherchent de manière particulière et à laquelle tous adhèrent indépendamment de leur obéissance idéologique ou de leur couleur politique, m'a fourni, à travers son fonctionnement et son organisation templière, une démonstration éloquentes que beaucoup de mes publications soulignent, dont celle portant sur cette figure française politique, le président Jacques Chirac. Dans cet article je mets en évidence non seulement le caractère transpolitique de la pensée mythique, mais aussi sa dimension transreligieuse.

Marco Túlio de Sousa : Ce texte sur la « concertation » a été publié en 2004 (dans la revue *Argumentum*). Aujourd'hui, quelle est la réflexion que vous faites sur la représentation politique ? Est-ce que cette crise continue ? Les discours religieux se manifestent aussi en ce moment dans les actions des politiciens, des mouvements sociaux comme les gilets jaunes ?

Stefan Bratosin: Cela m'amène plus loin dans mes observations, à des résultats anticipés seulement dans cette étude, mais développés dans d'autres qui lui ont suivi. La

deuxième réalité est le paradoxe de la pragmatique de l'exclusion mutuelle de l'espace public et de l'église, tandis que la coïncidence historique théorique de l'espace public et de l'église est indéniable. L'enjeu de cette réalité ontologiquement opposée à toute possibilité scientifique, c'est-à-dire objective, de valider in situ la séparation absolue entre l'espace public et l'église m'a encouragé à réduire le champ de mes recherches aux enjeux de la pensée mythique-religieuse dans l'espace public.

Dans cette perspective, la thèse d'une société post-laïque ne m'a pas semblé suffisante pour réconcilier "espace public" et religion dans un fonctionnement commun et rationalisé. D'abord parce qu'il n'y a pas de société post-laïque concrète car il n'y a jamais eu de société laïque auparavant. Ensuite, parce que la pensée mythico-religieuse n'est pas nécessairement irrationnelle. C'est la raison pour laquelle aucun filtre rationnel ne peut rejeter la pensée mythique-religieuse des voix exprimées dans l'espace public. Cela implique que la présence ininterrompue de la pensée mythico-religieuse, qu'elle le veuille ou non, soit autant une composante de l'espace public que de l'église, et que l'enjeu majeur de cette présence est la médiatisation du religieux.

J'ai donc opéré une dernière limitation de mes recherches qui met désormais un terme à la pensée mythique-religieuse dans l'espace médiatique. Ce qui me fascine aujourd'hui et qui fait peur en même temps, c'est la manière dont la pensée religieuse domine la croissance, l'élargissement et l'accumulation de conditions techniques, sociales et économiques, permettant la médiatisation de tout (BRATOSIN, 2016).

Le problème aujourd'hui n'est plus de savoir comment « bannir » la religion de l'espace public ou comment l'intégrer à l'espace public. Ce que nous devons savoir aujourd'hui c'est en quoi consiste la contribution des nouveaux médias concernant les changements des processus de production et de diffusion du savoir religieux et comment les croyants se rapportent les uns aux autres, de manière plus générale, et à leur organisation, de manière plus particulière. Un autre enjeu est de comprendre l'impact des médias émergents sur l'organisation religieuse compte tenu de la nécessité d'intégrer dans son existence la réalité incontestable des nouvelles technologies.

Plus précisément, si l'on prend le cas des gilets jaunes (GJ), on observe ce fonctionnement à l'œuvre. Le mouvement GJ n'est pas structuré à l'image d'un mouvement politique, syndical ou d'une association. À la différence des manifestations

traditionnelles, coordonnées par des organisations syndicales, le mouvement des GJ est lancé et se développe initialement uniquement via le web, au travers des médias sociaux (Facebook, Twitter, YouTube). La médiatisation de ce mouvement a fait ressortir les aspects suivants : le religieux redevient public, le social redevient spirituel, le politique redevient désécularisé. Bref, il s'agit de la publicisation de la souffrance humaine et sociale, d'un côté et, de l'autre côté, de la spiritualisation de la puissance et de la violence. Par conséquent, dissocier le politique et le religieux afin de résoudre les crises sociales par leur hiérarchisation me semble une voie sans issue puisque le religieux ne peut pas être soumis au politique. Soumettre le politique au religieux pourrait même ouvrir la voie vers des crimes contre l'humanité.

Marco Túlio : Ce lien entre la politique et la religion se manifeste non seulement dans le domaine du langage, mais, aussi, dans la représentation politique dans plusieurs pays, comme la Roumanie, que vous avez analysé dans le texte « Church, Religion and Belief : paradigms for understanding the political phenomenon in post-communist Romania » (BRATOSIN, IONESCU, 2009). Quels sont les intérêts des institutions religieuses par rapport à la politique et comment on peut apercevoir leur influence dans ce secteur de la société ?

Stefan Bratosin: Tout d'abord, si nous commençons par l'affirmation - considérée comme correcte - selon laquelle la gestion des affaires de la Cité (c'est-à-dire de la polis) incombe aux hommes politiques et la gestion des affaires de l'Église est la tâche du clergé d'une part et, d'autre part, que les politiques sont tenus d'obéir à la loi, c'est-à-dire à la loi de la Cité, alors que le clergé est tenu d'obéir aux règles de Dieu, nous sommes obligés d'admettre que ne pas gérer les problèmes de la Cité se révèle fondamentalement incohérent, car c'est le devoir des hommes politiques. Pareil dans le cas du clergé, qui ne s'acquitte pas de ses fonctions en ce qui concerne les affaires de l'Église. Selon le même schéma logique, la cohérence politique réside dans la prise en compte de la voix du peuple, tandis que la cohérence du clergé ne résulte pas de la prise en compte des souhaits des croyants, mais de la réalisation de la volonté de Dieu. Alors, en quoi institution religieuse et monde politique interfèrent-ils ? Comprendre la relation

entre le religieux et le politique devient difficile car dans la pratique et dans le contexte de la démocratie, l'interférence des actions des politiques et du clergé est censée diminuer en raison de l'influence et de la modification de l'exercice du pouvoir et de l'autorité. La médiatisation a mis en exergue comment l'influence (réciproque) s'exerce. Bref, cela se produit lorsque les politiques obéissent non seulement à la voix du peuple, mais obéissent aussi à la voix de l'église, ou lorsque le clergé n'obéit pas seulement à Dieu, mais aussi à la vox populi. C'est une sorte de tautisme, ce qui signifie une situation dans laquelle le religieux et le politique sont mélangés en fonction des intérêts du pouvoir, transformant ainsi « l'espace public » dans la place la plus désirée pour la « légitimation » politique du processus de désymbolisation de la fonction démocratique elle-même (cela fait partie des conditions de possibilité des populismes actuels).

Marco Túlio de Sousa : De la même manière que les églises s'intéressent à la politique, on constate aussi une hausse de la présence des églises dans les médias. Votre texte, « The Romanian Religious Media Landscape: Between Secularization and the Revitalization of Religion » (BRATOSIN, TUDOR, 2018), écrit en collaboration avec Mihaela Tudor, analyse ce sujet dans le contexte de la Roumanie post-communiste. Je voudrais savoir quels sont les particularités de ce phénomène que vous avez étudié en comparaison à d'autres pays qui n'avaient pas un régime politique communiste ?

Stefan Bratosin: L'étude que vous avez citée est unique car la seule existante et complète à ma connaissance. Quelques résultats de cette recherche qui nous aideront à mieux comprendre le contexte roumain. Les médias religieux roumains se sont développés non seulement en raison de la nécessité pour les confessions religieuses de transmettre et de communiquer la foi, mais également pour contrôler la communication des informations religieuses, c'est-à-dire de les faire sortir des médias laïcs qui pourraient déformer car dominés par le sensationnalisme et l'information agressive, par la trivialité et par la politique des propriétaires de médias ou des journalistes vedettes. À travers les médias religieux, les confessions (en particulier l'Église orthodoxe) deviennent non seulement des partenaires sociaux et culturels de l'État, mais également des partenaires politiques, la séparation de l'Église et de l'État n'étant qu'une forme sans

contenu, l'expression d'une « modernité tendancielle ». La situation médiatique religieuse actuelle influe sur le paysage politique et culturel, ainsi que sur son positionnement par rapport au monde politique. La télévision a toujours un statut privilégié : le public attribue aux informations télévisées de n'importe quelle orientation la vérité ; « c'est vrai car vu à la télé ». En même temps, l'audience considère la télévision comme manipulatrice et trompeuse (paradoxe toujours explicable par la modernité tendancielle). La télévision publique a été critiquée en raison de sa nature hybride: d'une part, l'aide financière de l'État, les recettes publicitaires et les abonnements obligatoires à la radio et à la télévision, et, d'autre part, un statut facilement contrôlable par le pouvoir politique. Dans ce contexte, les télévisions confessionnelles à vocation éducative, culturelle et sociale (Trinitas TV et Speranta TV) apparaissent comme une alternative aux chaînes commerciales et publiques laïques. Comme nous l'avons montré dans notre étude, ces traits ne sont pas liés au fait que la Roumanie est un pays ex-communiste, mais à un fond culturel orthodoxe qui a historiquement institutionnalisé une relation quasi-féodale entre institutions de l'Etat et religion dominante. Et, pour aller plus loin, dans une perspective comparative, j'avance l'hypothèse que les rapports entre médias (du service public et privé) et religion doivent beaucoup dans n'importe quel pays au paradigme culturel dominant dont la religion et la pensée religieuse font partie. La médiatisation de la religion au Brésil en est une excellente illustration.

Marco Túlio : Dans vos textes on trouve toujours une approche « interprétative » pour penser le phénomène social de la médiatisation. Quels sont les différences entre cette approche et les perspectives institutionnaliste et constructiviste, surtout, pour les chercheurs de la médiatisation de l'Europe du nord ?

Stefan Bratosin: En France, l'institut IARSIC et l'axe « Communication et transformation sociale » du Corhis (EA 7400) de l'Université Paul Valéry Montpellier 3 fait de la médiatisation et de l'espace public un thème transversal de l'unité de recherche en interpellant la production de sens par les médias dans les espaces sociaux institutionnalisés. Plus précisément, pour faire référence à mon travail sur la «

médiatisation de tout », (BRATOSIN, 2016) il s'agit de penser les médias non seulement dans la perspective de la transmission des contenus, mais aussi dans la perspective de leur pouvoir de transformer la substance même de ces contenus, comme d'ailleurs l'état et le statut des institutions et des sociétés productrices de ces contenus jusqu'à la vie quotidienne des individus. Il s'agit d'une approche qui repense le rôle des médias au prisme de l'importance croissante des phénomènes transnationaux associés à l'essor du numérique dans le contexte de la globalisation.

Marco Túlio de Sousa : On peut dire que votre approche de la médiatisation est plus proche de la perspective sud-américaine de la médiatisation?

Stefan Bratosin: L'enjeu majeur de cette approche 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, la mise capitale de la médiatisation est un changement dans la manière de présenter l'agir communicationnel et de produire, par ce changement dans la transmission des informations, une transformation du contenu et de la pratique de la communication publique, sociale, etc. Si l'on considère la perspective sud américaine plus compréhensive, oui. Si l'on considère notre focus sur l'école de Marbourg et la priorité que l'école de Montpellier 3 accorde à l'intégration de l'approche des « formes symboliques », moi-même et Mihaela-Alexandra Tudor plaidons pour comprendre la médiatisation par la médialité anthropologique, une médiation communicationnelle anthropologique via la symbolisation. Nous avons développé cette perspective dans notre ouvrage qui paraîtra chez l'Harmattan, "La médiatisation. Nouveaux défis pour les sciences et la société (TUDOR, BRATOSIN, 2021).

Marco Túlio de Sousa : Au-delà de l'approche interprétative de la médiatisation, vous avez proposé les concepts de « médialisation » et de « post néo-protestantisme » dans le texte « La médialisation du religieux dans la théorie du post néo-protestantisme ». D'abord, je voudrais savoir qu'est que vous voulez dire quand vous présentez l'idée de « médialisation » (BRATOSIN, 2016)? Quelles sont les différences entre ce concept et

d'autres qui réfléchissent aussi sur la communication médiatique, comme, par exemple, la médiation et la médiatisation ?

Stefan Bratosin: Pour moi, la médiation répond à la question du comment le médium est impliqué dans la production de sens par la transmission et la communication. La médiatisation répond à la question du comment l'émergence des différents types de médias change la communication, la culture et la société. La médialisation se focalise sur l'analyse des transformations sociotechniques proprement dites, générées par la médiatisation (BRATOSIN, 2016). La médialisation porte non seulement et simplement sur la réalité objective des « médiations » dont l'intermédiaire ou le médium sont nécessairement des médias, mais aussi et surtout sur la réalité raisonnée des combinaisons mentales et conceptuelles des processus de médiatisation et sur les effets de ces processus (JEFFERY, 2011 ; DURAND, 2011).

Marco Túlio : Et sur le « post néo-protestantisme », quand vous en avez proposé vous n'avez pas pensé sur une église spécifique, mais une logique religieuse qui se manifestent dans le monde actuelle. Quelles sont les caractéristiques de cette logique ? Et comment la médialisation est-elle impliqué dans le phénomène du « post néo-protestantisme »?

Stefan Bratosin: Le post néo-protestantisme n'est effectivement pas un courant religieux, mais un paradigme dans la compréhension du religieux. Il n'est pas entendu comme une simple étape qui succède au néo-protestantisme, mais « une virtualisation, c'est-à-dire le produit d'une mutation ontologique du néo-protestantisme par le déplacement de son actualité dans une sphère phénoménologique problématisante » (BRATOSIN, 2016, p. 406). Dans le contexte du postmodernisme, le post néo-protestantisme est un paradigme généralisé qui 'invente des questions, des problèmes, des dispositifs générateurs d'actes, des lignées de processus, des machines à devenir' (LÉVY, 1998, p. 138) en termes non seulement de contenu discursif néo-protestant, mais aussi de modèle de communication déployé dans l'espace public » (BRATOSIN, 2016, p. 406). « L'objectif du post néo-protestantisme est de répondre à une quête de

spiritualité sans laisser courir le risque aux membres de la communauté d’être renfermés dans une église, culte, secte, etc. Il s’agit de vivre l’expérience religieuse néo-protestante – mais pas seulement – dans un lieu symbolique sans bornes ni limites intégré dans l’espace public médiatique. Les notions de ‘débat’ et de ‘transparence’ sont ici fondamentales » (BRATOSIN, 2016, p. 407). Quatre traits correspondent au post néo-protestantisme :

1. la mise en question de l’organisation religieuse et même son refus, alors que le néo-protestantisme est fondateur d’organisations religieuses ;

2. la critique des institutions religieuses, contrairement au néo-protestantisme pour lequel la mise en place et la promotion des institutions (éditions, écoles, hôpitaux, entreprises, etc.) a été et reste encore non seulement une priorité, mais également l’outil majeur de développement organisationnel.

3. le rôle social par le biais de la foi et, dans cette perspective, le développement d’une « parathéologie » de nature sociale. Son contenu serait un ensemble plus ou moins organisé des questions et des problèmes rendus publics, c’est-à-dire médiatisés, par des néoprotestants, la plupart excentrés en rapport avec le positionnement idéologique et fonctionnel de leurs organisations dénominationnelles d’origine. Le post néo-protestantisme n’invente rien de nouveau, mais transmue cette option théologique de l’espace religieux dans l’espace public, c’est-à-dire d’un système symbolique dans un autre système de signes, ce qui correspond à la mutation d’un paradigme d’interprétation dans un autre paradigme de sens.

4. le déplacement du centre fonctionnel de l’agir religieux de l’église, temple ou similaire, c’est-à-dire du lieu physique et local de rassemblement, vers la communauté virtuelle et globale. En effet, ce qui caractérise fondamentalement et qui a permis la naissance du post néo-protestantisme relève de l’interdépendance entre les changements survenus dans le monde des médias, dans le monde religieux et dans le regard postmoderne que le monde religieux porte sur lui-même. Cette interdépendance se construit au croisement de quatre phénomènes médialisationnels majeurs. Ainsi, le premier phénomène médialisationnel observable dont s’empare le post néo-protestantisme est l’accroissement, l’élargissement, l’accumulation des conditions techniques, sociales et économiques permettant la « médiatisation de tout ». La question

posée immédiatement par le post néo-protestantisme à toutes les confessions, plus ou moins traditionnelles, plus ou moins protestantes ou néo-protestantes, est de savoir comment les nouveaux médias contribuent aux changements des processus de production et de diffusion des connaissances religieuses, et comment les fidèles se rapportent les uns aux autres de façon plus générale et à leur organisation religieuse d'une manière plus précise, ainsi que l'impact sur l'organisation religieuse induit par la nécessité d'intégrer dans son existence la réalité incontournable des nouvelles technologies. Cette extension ou cette fonction « multimédia » de la médialisation est accompagnée par un deuxième phénomène médialisationnel dont s'empare le post néo-protestantisme et qui correspond à la fonction « scopique » de la transmission des informations religieuses. Les médias scopiques (KNORR, 2012) sont des technologies sur écran et de projection qui rendent présents des phénomènes lointains et autrement invisibles (voir, par exemple, MCHLUHAN, 1964 ; JAY, 1993 ; LE PAIGE, WOLTON, 2004). Ces médias scopiques transforment les situations sociales, comme par exemple celle de l'agir religieux, dans des situations de synthèse et remplacent les relations en face-à-face par des relations en face-à-écran. Plus exactement, en considérant la domination croissante des technologies de l'information et de la communication dans tous les domaines de la vie religieuse, le post néo-protestantisme propose une alternative au vécu religieux en rapport avec les attentes et les contraintes de la société actuelle. De nombreux sites web évangéliques, adventistes, pentecôtistes, baptistes, etc., facilitent la présentation ou présentent en live ou en différé les programmes religieux ordinaires ou spéciaux à l'échelle planétaire. Le mélange ou la mixtion des activités de réception et / ou de transmission des informations avec d'autres activités dans un amalgame d'activités hybrides – écouter un concert ou regarder un match de foot par téléphone portable pendant le cours à l'université, la réception ou l'envoi d'un SMS personnel pendant une réunion de travail ou en conduisant sa voiture, etc. – est le troisième phénomène médialisationnel majeur dont participe le post néo-protestantisme. Enfin, le quatrième phénomène médialisationnel que le post néo-protestantisme s'approprie est celui de l'accoutumance, l'assuétude, l'adaptation à l'utilisation individuelle généralisée des outils médiatiques – blogs, wikis, Facebook, etc. – pour transmettre des informations et pour créer des communautés virtuelles. Trois

technologies révolutionnaires ont marqué le passage vers cette accommodation individuelle avec l'utilisation des nouveaux médias et le post néo-protestantisme les a saisies au passage pour s'en servir : le haut débit sur internet, la connexion web sans fil et les médias sociaux (BRATOSIN, 2016 passim).

Marco Túlio de Sousa : À l'occasion de votre conférence dans le I Seminário de Midiatização e Processos Sociais da Unisinos (Brésil, 2016), vous avez associé « la médialisation » et le « post néo-protestantisme » au capitalisme affectif. C'est-à-dire, on ne peut dissocié les deux concepts de la société actuelle, de cette nouvelle forme capitalisme. Comment vous comprenez le capitalisme affectif et quelles sont leurs connexions avec la médialisation du phénomène religieux contemporaine ?

Stefan Bratosin: Selon moi, l'éthique post néo-protestante est une éthique fondée sur un comportement qui, laissant très peu de place à la pensée critique (PAUL, BINKER, 1990 ; KING, KITCHENER, 1994 ; FISHER, SCRIVEN, 1997), ouvre la voie à une économie de l'affect (BRATOSIN, 2018). Cette éthique post néo protestante qui est manifeste dans les sociétés « post » – post apartheid, post soviétique, post chrétienté -, mais pas seulement, est l'éthique d'un néo-protestantisme remodelé dans le contexte du relativisme généralisé et de la liquidité des institutions (BAUMAN, 2013) au travers du phénomène de médialisation (BRATOSIN, 2016). Il existe donc des rapprochements entre les stratégies de communication de la foi dans l'espace public et les nouvelles stratégies économiques d'influence façonnées par la médialisation comme modèle interactif de communication publique (je l'ai déjà présenté plus haut). Par la médialisation de la foi adaptée aux besoins ressentis, le post néo protestantisme s'affirme comme mouvement de pensée non seulement religieux, mais également socio-économique qui tourne le dos à l'évangile de la prospérité afin de promouvoir le vécu affectif dans l'historicité ordinaire de l'événement quotidien non pas comme une promesse, mais comme un style de vie fondé sur l'expérience immédiate et personnalisante des émotions. La médialisation de la foi adaptée aux besoins ressentis déclenche ainsi nécessairement par la nature de sa substance une virtualisation de l'éthique de la réactivité pulsionnelle, c'est-à-dire de l'éthique post néo protestante.

Cette virtualisation a trois conséquences majeures à visée socio-économique. D'abord elle déclenche et accompagne dans l'esprit capitaliste le déplacement du rôle performatif de « ce qui est central, persistant et distinctif dans le caractère d'une organisation » (ALBERT, WHETTEN, 1985; CHÉDOTEL, 2004) c'est-à-dire de l'identité organisationnelle vers l'affect comme composante ontologique de l'être humain à la faveur de la digitalisation. La deuxième conséquence de la virtualisation de l'éthique post néo protestante de la réactivité pulsionnelle est le fait que, dans son sillage, 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. Enfin, la troisième conséquence majeure de cette virtualisation est de nature stratégique, car elle marque l'esprit capitaliste par le sens sotériologique du christianisme dont la manifestation est le fait que pour atteindre des objectifs économiques, il ne s'agit plus désormais de mettre l'homme au centre de l'activité socio-économique, mais de se mettre à la place de l'homme émotionnellement en quête d'accomplissement spirituel et matériel. Dans la logique du principe même de la virtualisation, toutes ces conséquences concourent à la médialisation de l'esprit du capitalisme « affectif ». Par exemple, penser la « promotion » comme une sorte d'« évangélisation » ce n'est pas une extension du capitalisme de l'« information et de la communication », mais un véritable changement non pas du contenu du capitalisme, mais de la déclinaison en acte de son fonctionnement « affectif ». Il s'agit de remplacer le fonctionnement fondé sur la peur et la méfiance par un fonctionnement démocratisé de confiance et de joie à la faveur des annonces de bonnes nouvelles selon le modèle fondateur de l'Évangile.

Une illustration. L'évangélisation néo-protestante et la « nouvelle évangélisation » catholique ont un lieu commun manifeste : la médialisation de la foi adaptée aux besoins ressentis. Cette observation empirique tient de la communauté phénoménologique à deux évidences : a) la prédication néo protestante qui « se veut un message pour le cœur (...), insiste sur les expériences et (...) veut répondre aux besoins ressentis par les auditeurs » (BOUTINON, 2012) et b) la mobilisation patente du Vatican qui - puisque « voit se manifester une attention égocentrique profonde

uniquement aux besoins individuels » et se développer une « culture de l'éphémère, de l'immédiat, de l'apparence, c'est-à-dire une société incapable d'avoir une mémoire et un futur » – demande aux catholiques « d'avoir l'audace de fréquenter des nouveaux aréopages, en apprenant à en donner une évaluation évangélique, en trouvant les instruments et les méthodes pouvant faire entendre dans ces lieux aussi aujourd'hui le patrimoine éducatif et de savoir, préservé dans la tradition chrétienne » (SECRÉTARIAT GÉNÉRAL DU SYNODE DES ÉVÊQUES, 2012, p. 31-32). La question, donc, de distinguer entre l'évangélisation néo protestante actuelle et la « nouvelle évangélisation » catholique est – au moins dans cette perspective – non seulement inutile, mais contreproductive méthodologiquement, car en proie à la médialisation, ces deux évangélisations font ensemble un seul et commun corps par la même manière transorganisationnelle, transconfessionnelle voire même transreligieuse de vivre la foi que j'ai appelée post néo protestantisme (BRATOSIN, 2016, 2019).

Marco Túlio : Votre parcours comme professeur et comme chercheur est caractérisé par plusieurs partenariats avec des chercheurs de différents pays, comme le Brésil, l'Algérie, les États Unis, le Canada, le Liban, la Roumanie etc. Je crois que cette expérience a vous donné l'opportunité de connaître le phénomène de la médialisation, ou, dit autrement, de la médialisation des religions dans divers contextes. Quelles sont les similarités et les différences que vous avez observé par rapport à la situation spécifique de la France, où le débat sur la laïcité et la sécularisation est historiquement très fort ?

Stefan Bratosin: Le cas de la France relève d'une spécificité qui le rend difficilement comparable. En dépit du caractère historique et de l'ampleur du débat sur la sécularisation des institutions publiques et de la société, en France, le sens de la « laïcité » est culturellement frappé d'une ambiguïté non seulement conceptuelle, mais aussi profondément pragmatique. Par conséquent, toute référence française concernant la médialisation de la religion ne fait sens par rapport à d'autres pays que partiellement et provisoirement par rapport à un paradigme d'interprétation ou de surinterprétation idéologique assumé ou refoulé. Il y a néanmoins une caractéristique commune majeure

observable dans tous les pays sans distinction : la médiatisation de la religion est un acte fondamentalement politique. Pour le reste, les différences résident dans la façon dont chaque pays entend historiquement ou à un moment donné assumer dans l'espace public la substance symbolique politique de la médiatisation de la religion.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ALBERT, Stuart., WHETTEN, David. Organizational Identity. In: **Research on Organizational Behavior**. 7: 263-295, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. **Liquid Modernity**. Cambridge: Polity Press, 2013.

BOUTINON, Jean Claude. **La prédication pentecôtiste**, 2012. Disponível em: <http://docplayer.fr/22636008-La-predication-pentecotiste.html>

BRATOSIN, Stefan. Mídiação, espiritualização do espaço público e pós-neoprotetantismo. Entrevista por Marco Túlio de Sousa. In: SOUSA, Marco Túlio de (org.). **Mídia e Religião**. Perspectivas sobre um fenômeno em transformação. São Paulo: Ed. Recriar, 2021.

BRATOSIN, Stefan. Medialização, espírito pós-neoprotetante e ética do capitalismo “afetivo”. In: FERREIRA, Jairo, ROSA, Ana Paula. da, FAUSTO NETO, Antonio Fausto, BRAGA, José Luís, GOMES, Pedro Gilberto. **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a mídiação?** 1. ed. Santa Maria: Facos-UFSM, 2018.

BRATOSIN, Stefan, TUDOR, Mihaela. Alexandra. The Romanian Religious Media Landscape: Between Secularization and the Revitalization of Religion. In: **Journal of Religion, Media and Digital Culture**, 7, pp. 223-250. 2018.

BRATOSIN, Stefan. La médialisation du religieux dans la théorie du post néo-protestantisme. In: **Social Compass**, 63(3), pp. 405-420, 2016.

BRATOSIN, Stefan; IONESCU, Mihaela Alexandra. Church, Religion and Belief : paradigms for understanding the political phenomenon in post-communist Romania. In: **Journal for the Study of Religions and Ideologies**, 8, 24, pp. 3-18, 2009.

BRATOSIN, Stefan. La concertation dans le discours du président Jacques Chirac: sur les traces d'une représentation mythique. In: **Argumentum**, Université d'Iasi, Roumanie, n°3, pp. 11-35, 2004.

CHÉDOTEL, Frédérique. L'ambivalence de l'identification organisationnelle: revue de littérature et pistes de recherche. In: **Management & Avenir**. 1, pp. 59-75, 2004

DURAND, Gilbert. Entretien avec Gilbert Durand. In: **ESSACHESS**. Journal for Communication Studies 4 (2/8), pp. 13–16, 2011.

FISCHER Alec, SCRIVEN, Michael. **Critical thinking Its definition and assessment**. Centre for research in Critical Thinking, 1997.

JAY, Martin. Les régimes scopiques de la modernité. In: **Réseaux**, 11(61), 1993, pp. 99–112.

JEFFREY, Denis. Le sacré entre médiations et ruptures. In: **ESSACHESS**. Journal for Communication Studies 4(2/8), 2011, pp. 31–46.

KING, Patricia M., KITCHENER, Karen Strohm. **Developing Reflective Judgment: Understanding and Promoting Intellectual Growth and Critical Thinking in Adolescents and Adults**. Jossey-Bass Higher and Adult Education Series and Jossey-Bass Social and Behavioral Science Series. Jossey-Bass, 350 Sansome Street, San Francisco, CA 94104-1310, 1994.

KNORR, Karin Cetina. **Skopische Medien**: Am Beispiel der Architektur von Finanzmärkten. In: HEPP, A. KROTZ, F. (orgs.): **Mediatisierte Welten: Beschreibungsansätze und Forschungsfelder**. Wiesbaden: VS Verlag, pp. 167–195, 2012.

LE PAIGE, Hugues., WOLTON, Dominique. **Télévisions et civilisations**. Bruxelles: Editions Labor, 2004.

LÉVY, Pierre. **Qu'est-ce que le virtuel**. Paris: Editions La Découverte, 1998.

MCLUHAN, Marshall. **Pour comprendre les media**: les prolongements techniques de l'homme. Paris: Le Seuil, 1964.

PAUL, Richard., BINKER, AJA. **Critical thinking: What every person needs to survive in a rapidly changing world**. Center for Critical Thinking and Moral Critique, Sonoma State University, Rohnert Park, CA 94928. 1990.

TUDOR, Mihaela-Alexandra, BRATOSIN, Stefan. **La médiatisation. Nouveaux défis pour les sciences et la société**. Paris : L'Harmattan, 2021.

Recebido em 19 de dezembro de 2020.

Aprovado em 26 de abril de 2021.