



HAL
open science

ReligiS Lab - Policy Paper N° 1

Josselin Tricou, Mohamed Sakho Jimbira, Damian Guzek, Michele Martini, Charza Shahabuddin

► **To cite this version:**

Josselin Tricou, Mohamed Sakho Jimbira, Damian Guzek, Michele Martini, Charza Shahabuddin. ReligiS Lab - Policy Paper N° 1. Religions et sociétés face aux défis contemporains - ReligiS. 2026, 77 p. <hal-05593753>

HAL Id: hal-05593753

<https://sciencespo.hal.science/hal-05593753v1>

Submitted on 16 Apr 2026

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 - Attribution - Non-commercial use - No Derivative Works - International License

POLICY PAPER N° 1

RELIGIS LAB

The logo for ReligiS is displayed on a horizontal rectangular background with a color gradient from light orange on the left to light purple on the right. The word "ReligiS" is written in a bold, white, sans-serif font, with the letter 'i' in lowercase and 'S' in uppercase.

Programme ReligiS
Religions et sociétés face
aux défis contemporains
porté par l'Université
de Strasbourg

TABLE DES MATIÈRES

« Qui a tué le Netflix de la foi ? Autopsie sociotechnique d'une plateforme numérique catholique » par Josselin Tricou

Que s'est-il passé avec la plateforme Theostream, présentée en 2023 comme le « Netflix de la foi » ? Lancée par un prêtre-influenceur et rapidement médiatisée, la plateforme promettait de reconnecter le catholicisme à la jeunesse en centralisant vidéos, témoignages et contenus chrétiens sur une même plateforme. Pourtant, quelques mois plus tard, le projet s'est figé : le site existe encore, mais plus personne ne semble vraiment l'animer. À partir d'une enquête sociologique inspirée de Bruno Latour, cet article propose l'autopsie d'un dispositif sociotechnique qui n'a jamais réellement trouvé sa place. En suivant les différents « actants » impliqués — prêtre-influenceur, bénévoles, prestataires techniques, algorithmes et institution ecclésiale — l'analyse montre comment une série de décalages s'est progressivement accumulée : promesse technologique impossible à tenir, économie du bénévolat, difficulté à habiter la contrainte de publicité qui pèse sur l'idéal sacerdotal dans un contexte de vedettariat, pluralité doctrinale difficile à assumer et tensions entre logiques horizontales des plateformes et formes verticales d'autorité religieuse. L'échec de Theostream apparaît ainsi comme un révélateur des difficultés contemporaines du catholicisme à s'inscrire durablement dans l'univers numérique.

« Visibilités musulmanes à l'ère numérique » par Mohamed Sakho Jimbira

Comment les visibilités musulmanes se construisent-elles et circulent-elles sur les plateformes numériques, à partir des usages ordinaires observés sur des réseaux sociaux comme Instagram ou TikTok ? Comment les catégories fréquemment mobilisées dans l'espace public, telles que celles d'« influenceurs musulmans », tendent à simplifier une réalité bien plus fragmentée ? Les pratiques en ligne mêlent récits personnels, interactions quotidiennes et références religieuses ponctuelles, sans nécessairement correspondre à des stratégies d'influence ou à des prises de position doctrinales. L'auteur analyse également la manière dont les logiques techniques des plateformes et le contexte politico-médiatique français orientent l'attention vers certaines figures très

visibles au détriment d'usages plus ordinaires. En mettant en évidence ces dynamiques, cette contribution propose des repères d'analyse destinés à mieux comprendre les visibilités musulmanes en ligne.

« Le pape, un influenceur politique à l'ère des plateformes numériques ? » par Damian Guzek

Comment se recomposent les formes contemporaines d'autorité religieuse dans les écosystèmes médiatiques et numériques ? Dans quelle mesure le pape François peut-il être envisagé comme une figure d'influence politique et religieuse dans les représentations médiatiques et les usages des plateformes par les catholiques ? L'article examine comment les utilisateurs perçoivent, interprètent et négocient l'influence papale à travers leur interaction quotidienne avec des contenus médiatiques structurés par la curation algorithmique, la gouvernance des plateformes et les dynamiques de visibilité. S'appuyant sur le concept de diversité de l'autorité numérique, cet article analyse comment le pouvoir symbolique est produit, diffusé et contesté dans les environnements médiatiques et sur les plateformes, là où la légitimité institutionnelle croise les logiques des influenceurs. En se concentrant sur le point de vue des utilisateurs, il montre comment l'autorité religieuse est de plus en plus redéfinie à travers des contenus médiatisés.

Texte traduit de l'anglais au français par Charza Shahabuddin

« De la chaire à la plateforme numérique : redéfinir l'autorité religieuse en ligne » par Michele Martini

Comment l'essor des influenceurs religieux reflète-t-il une reconfiguration plus profonde de l'autorité religieuse dans les environnements numériques ? L'article analyse la manière dont cette catégorie générique désigne des acteurs aussi divers que des équipes médiatiques institutionnelles et des créateurs indépendants qui redéfinissent ensemble les formes de légitimité et de visibilité en ligne. À partir de plusieurs exemples d'outils numériques, d'applications rituelles et de pratiques médiatiques institutionnelles, l'article met en lumière la manière dont les traditions sont adaptées et recadrées selon les besoins et les grammaires de ces nouveaux usagers, tout en insistant sur les tensions entre adaptation et authenticité de ces pratiques religieuses.

Texte traduit de l'anglais au français par Charza Shahabuddin

CONTRIBUTEURS

Josselin Tricou est maître-assistant à l'Institut de sciences sociales des religions de l'Université de Lausanne. Ses recherches portent sur les transformations contemporaines du catholicisme, et plus largement du religieux, à l'intersection de la sociologie du genre et de la sexualité, de la sociologie des institutions religieuses et des études du numérique. Il est notamment l'auteur de *Des soutanes et des hommes. Enquête sur la masculinité des prêtres catholiques* (PUF, 2021). Il a récemment participé à la réédition critique de *La sainte famille* de Pierre Bourdieu et Monique de Saint-Martin (Raisons d'agir, 2025) et à la coordination de l'ouvrage *L'Église dans la tourmente* (Academic Press Fribourg, 2025).

josselin.tricou@unil.ch

Mohamed Sakho Jimbira est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication/sociologie à l'Université Catholique de l'Ouest (UCO). Collaborateur scientifique au GERME (Université libre de Bruxelles) et chercheur associé à la Chaire ICAO (UQAM), ses travaux portent sur les usages numériques des minorités, les dynamiques de visibilité religieuse et les transformations de l'autorité à l'ère des plateformes numériques.

mouhamedsakho@yahoo.fr

Damian Guzek est professeur d'université et directeur du Centre de recherche sur la sphère publique numérique à l'Université de Silésie à Katowice (Pologne), ainsi que maître de conférences au département de communication de l'Université Palacký à Olomouc (République tchèque). Il a dirigé une série de projets nationaux et transnationaux sur les liens entre les médias numériques, la religion et la politique. Actuellement, il dirige le projet de plateforme transatlantique PODTRUST en collaboration avec des partenaires à Ottawa, Sheffield et Audencia Nantes, ainsi que le projet INFULPOL avec l'Université Masaryk. Il est également membre du Comité des études sur la communication et les médias de l'Académie polonaise des sciences et siège

au comité consultatif du Réseau pour les études sur les nouveaux médias, la religion et la culture numérique.

damian.guzek@us.edu.pl

Michele Martini est maître de conférences en sociologie de l'éducation numérique à l'université de Naples. Ses recherches portent sur la manière dont les outils et pratiques numériques sont mobilisés par les communautés locales et les organisations internationales dans la réorganisation et la redéfinition des rapports d'autorité, de pouvoir et de légitimité, ainsi que sur la façon dont ces visions du monde sont construites, négociées et diffusées. Il a mené des travaux de terrain en Amérique latine, en Europe et au Moyen-Orient.

michele.martini@unina.it

EDITO

Par Charza SHAHABUDDIN



© Aline Deschamps, 2025

Dahlia Taieb est une influenceuse mode de 31 ans qui compte 31 800 abonnés sur Instagram. Elle est devenue juive orthodoxe après un long cheminement. Elle prépare des hallot, ces pains tressés issus de la cuisine juive, généralement consommés durant le chabbat. Elle filme les différentes étapes de la préparation de ces pains pour sa communauté sur les réseaux sociaux. « Faire du pain, c'est finalement très métaphorique de ma spiritualité. Cela montre qu'on peut partir de rien, avec juste de l'eau et de la farine, et créer véritablement quelque chose. »



© Aline Deschamps, 2025

Qui sont les influenceurs religieux ?

À l'échelle mondiale, l'usage des réseaux sociaux ne cesse de croître, toutes générations confondues. Facebook compte près de 3 milliards d'utilisateurs et reste, en France, la plateforme la plus utilisée, avec plus de 70 % des internautes de plus de 16 ans actifs chaque mois. Les autres services du groupe Meta - WhatsApp (environ 2 milliards d'utilisateurs), Instagram (2 milliards) et Messenger - occupent également une place centrale, aux côtés de Snapchat. En matière de temps d'utilisation, TikTok s'impose largement, avec près de 2,5 milliards d'utilisateurs dans le monde, dont environ 19 millions en France. Cette plateforme incarne le basculement vers des formats courts, immersifs et hautement personnalisés, particulièrement prisés par les jeunes publics.

Si les réseaux sociaux sont largement dominés par des contenus de divertissement - vidéos d'animaux, controverses politiques aux accents parfois complotistes, lifestyle ou tutoriels - les questions liées au fait religieux s'y sont progressivement imposées. Pratiques spirituelles, identités, normes dites "de modestie", articulation entre religion et loisirs, célébrations religieuses ou encore explication de textes sacrés : autant de

thématiques désormais investies par les influenceurs religieux. Dans cet univers, les frontières s'estompent : on peut parler de Dieu en se maquillant, évoquer le ramadan dans une vidéo humoristique ou répondre à une question théologique en quelques secondes. Les influenceurs religieux ne sont pas nécessairement des experts du savoir religieux, ils ne sont souvent ni théologiens ni chefs spirituels. Ils incarnent des figures hybrides, à la croisée de la spiritualité, du divertissement et de la mise en scène de soi.

La presse française s'en fait largement l'écho. De « Les influenceurs islamiques, une version 2.0 de l'islam » (*Courrier International*, 25 juin 2022) à « La personne à suivre. Miriam Anzovin, ou l'étude du Talmud sur TikTok » (*Courrier International*, 28 mars 2022), en passant par un article plus récent « Comment les religieux ont conquis les réseaux sociaux » (*Le Point*, 25 octobre 2025), les enquêtes se multiplient. *Le Monde* a également consacré en décembre 2025 une série intitulée « Autre foi », retraçant onze parcours de conversion. Parmi eux, Dahlia Taieb, influenceuse mode suivie par 31 800 personnes sur Instagram, est devenue juive orthodoxe après un long cheminement. Elle se confie : « Je suis femme, noire, et désormais juive. Comme l'a commenté un de mes followers sur Instagram, j'ai choisi le "level du jeu le plus hardcore." ¹ ». (*Le Monde*, 26 décembre 2025). Qu'il s'agisse de vulgariser le Talmud sur TikTok, de prêcher sur Instagram, de montrer comment accomplir les *salat* (prières quotidiennes musulmanes) ou de partager sa foi à travers des contenus mêlant spiritualité et lifestyle, le religieux ne disparaît pas : il se transforme, en s'adaptant pleinement aux codes du numérique. L'article de Mohamed Sakho Jimbira sur les « visibilités musulmanes à l'ère numérique » revient sur ce brouillage et souligne le caractère hétérogène de la catégorie, relativement récente, « d'influenceurs religieux ».

La multiplicité de ces acteurs redéfinit les contours de l'autorité. Qui parle au nom du religieux aujourd'hui ? Un imam formé, une religieuse, un converti ou un créateur de contenu suivi par des millions d'abonnés ? Cette question oblige à s'interroger sur les origines, les formations et la légitimité de ces influenceurs, ainsi que sur leurs rapports aux institutions religieuses traditionnelles. Comme l'avait déjà montré le philosophe Marcel Gauchet, le « désenchantement du monde » ne signifie pas la disparition des croyances, mais la transformation de leur rôle structurant dans l'ordre politique, autrement dit le recul d'une autorité religieuse institutionnelle distincte, caractéristique des sociétés chrétiennes.

1 Témoignage, propos recueillis par Yoanna Sultan-R'bibo, « Autre foi », *Le Monde*, 26 février 2026, disponible sur : urlr.me/6kM3ZT

C'est dans cette perspective que s'inscrit l'article « De la chaire à la plateforme numérique : redéfinir l'autorité religieuse en ligne ». Michele Martini montre que les influenceurs religieux s'inscrivent dans un système de communication constitué de nombreux acteurs qui s'étend aux environnements en ligne et hors ligne, et qui comprend notamment les autorités institutionnelles. Même la figure par excellence de l'autorité papale, Jean-Paul II, analysée dans l'article « Le pape, un influenceur politique à l'ère des plateformes numériques » de Damian Guzek, peut être envisagée comme celle d'un influenceur à la fois politique et religieux. Certaines initiatives illustrent toutefois les limites de cet usage numérique à des fins religieuses, comme celle décrite dans l'article de Josselin Tricou, « Qui a tué le Netflix de la foi ? ». Une plateforme qui se proposait de reconnecter le catholicisme à la jeunesse en centralisant des vidéos, des témoignages et des contenus chrétiens, promettant ainsi de renouveler les formes de transmission. Pourtant, quelques mois après son lancement, le projet semble déjà s'être essoufflé.

Nous vivons désormais dans ce que le sociologue Manuel Castells a décrit comme une « société en réseau », où les liens sociaux ne reposent plus uniquement sur la proximité physique mais tout autant, sinon plus, sur la connexion. Sur Instagram, YouTube ou TikTok, la religion circule, se transforme et se met en scène. Les formats courts, les logiques algorithmiques et la culture du « scroll » redéfinissent en profondeur les modalités de transmission, de visibilité et d'appropriation du religieux. Loin de s'effacer, le religieux se reconfigure à l'ère digitale : il se déploie dans les usages ordinaires, les espaces numériques et l'intimité exposée des réseaux sociaux. C'est cela qu'explore ce premier policy paper du ReligiS Lab.



Qui a tué le « Netflix de la foi » ? Autopsie sociotechnique d'une plateforme numérique catholique

Josselin Tricou

L'histoire récente du numérique est le plus souvent racontée comme une succession de réussites². Des garages californiens devenus multinationales aux entrepreneurs charismatiques érigés en figures prophétiques, la plateformesation du monde s'écrit volontiers sur un mode épique. Facebook aurait connecté la planète, Netflix aurait transformé les usages culturels, YouTube aurait démocratisé la production audiovisuelle. Ce récit, omniprésent dans les discours médiatiques et managériaux, est profondément performatif : il naturalise l'idée que la plateforme constitue un dispositif sociotechnique intrinsèquement voué au succès, et que l'échec n'est jamais qu'un défaut transitoire de design, de stratégie ou de communication.

Dans le champ religieux – et plus spécifiquement dans le catholicisme – ce narratif est redoublé d'une charge symbolique particulière. Le numérique y est fréquemment présenté comme une opportunité quasi providentielle pour des institutions en déprise dans un système dominé par les grandes plateformes numériques – telles que YouTube,

² Je remercie Anne Boiché, Sébastien Chauvin, Renaud Laby, Joan Stavo-Debauge et Oren Golan pour leurs relectures et leurs remarques d'une première version de cet article.

TikTok ou Instagram –, c'est-à-dire un espace de mise en visibilité structuré par des logiques algorithmiques de captation, de hiérarchisation et de distribution de l'attention (Citton, 2014) : faible coût d'entrée, audience massive, capacité à toucher des publics jeunes et éloignés des institutions ecclésiales. Chaque nouvelle initiative numérique est alors investie d'attentes considérables. La plateforme devient le lieu où l'Église pourrait renouer avec une visibilité perdue, voire inverser le processus de désaffiliation, au prix parfois d'un paradoxe : celui d'une modernité technique mobilisée au service de contenus moralement ou doctrinalement antimodernes, soit en décalage avec les cadres normatifs des sociétés libérales contemporaines.

Pourtant, derrière ce récit optimiste, les échecs sont assurément nombreux. Ils sont rarement spectaculaires. Ils prennent la forme de projets abandonnés, de sites encore en ligne mais figés, de plateformes maintenues sans être animées. Ces échecs sont peu documentés, rapidement oubliés. Ils constituent pourtant un matériau sociologique central. Là où les récits de réussite tendent à invisibiliser les conditions sociales, économiques et organisationnelles de la platformisation, les échecs rendent visibles les points de friction : ce qui résiste, ce qui ne s'ajuste pas, ce qui ne parvient pas à se stabiliser.

Cet article prend l'actuelle mise en veille et le démantèlement programmé d'une de ces plateformes, Theostream, comme analyseur sociologique. Lancée en 2023 par le père Matthieu Jasseron, et présentée comme un « Netflix de la foi », cette plateforme n'a pas disparu ; elle existe toujours, mais sans activité nouvelle depuis son lancement. Elle n'a suscité ni scandale public ni condamnation explicite ; elle s'est refroidie. Elle subsiste sous la forme d'un « machin » plutôt que d'une machine : un dispositif techniquement fonctionnel mais dont plus personne ne sait vraiment quoi faire, ni comment l'investir³.

Pour analyser cette trajectoire, l'article adopte une démarche sociologique inspirée de Aramis ou l'amour des techniques (Latour, 1992)⁴. À la manière de Bruno Latour, l'objectif n'est pas ici de déterminer qui a « tué » Theostream au sens moral du terme,

³ « Boltanski utilise le terme de "machin" pour désigner un objet incongru, imprévu ou jugé inapproprié qui, parce qu'il est mal ou insuffisamment intégré, vient troubler l'ordre que cherche à instaurer un acteur désireux de maîtriser une situation. » (Dutercq & Derouet, 2004, p. 62) « Mais – précise Boltanski – aussi minutieux qu'ait été le préagencement d'une situation dans la cohérence d'un monde, la présence d'objets traités comme non pertinents (les machins), dont la pertinence est susceptible d'être relevée, au cours d'une dispute, par référence à la cohérence d'un monde autre, ne peut être exclue » (Boltanski, 1990, p. 108).

⁴ Dans ce livre, Bruno Latour propose une enquête sociotechnique montrant que l'échec d'Aramis – un système de transport innovant, tout à la fois collectif et individualisé – résulte d'un défaut d'attachements et de soutiens collectifs plutôt que d'une simple limite technique.

de désigner un responsable ou d'identifier une faute commise, mais de comprendre comment un objet sociotechnique en vient à devenir socialement impossible à faire exister ou à maintenir dans une configuration donnée.

L'article mobilise pour ce faire un style narratif également inspiré de l'ouvrage de Latour. Il propose le compte-rendu d'une enquête qui emprunte à la forme du polar – en explorant successivement différentes pistes – sans qu'il soit possible, au terme du parcours, d'isoler une cause unique, une erreur stratégique décisive ou un défaut technologique déterminant. L'enjeu est plutôt de suivre les « actants », selon le terme préféré par Latour, désignant par-là tant les humains que les non-humains engagés dans la trajectoire du projet : le prêtre-influenceur porteur de l'initiative, les bénévoles, les prestataires techniques, mais aussi les budgets, l'interface, les contenus, les algorithmes, ainsi que l'institution ecclésiale, qui reprend progressivement la main à mesure que le porteur initial se retire.

Le compte-rendu est structuré en actes et en scènes. Ce choix formel ne vise pas à théâtraliser l'analyse, mais à rendre perceptible la dimension relationnelle et processuelle de l'échec étudié. Chaque acte correspond à une configuration dominante du projet ; chaque scène à une épreuve spécifique mettant cette configuration à l'épreuve. L'enquête repose sur l'analyse d'un corpus de presse, des entretiens semi-directifs avec des acteurs et actrices impliqués dans le projet et l'observation du dispositif sociotechnique.

Acte I — Le projet

Scène 1. La promesse : un « Netflix de la foi »

Tout commence par une promesse simple, immédiatement intelligible : un « Netflix de la foi ». L'expression circule dans la presse dès avant le 21 février 2023, jour de lancement de la plateforme. Elle condense en une formule la volonté de modernité, d'accessibilité et d'alignement sur les usages culturels contemporains. Netflix n'est pas ici seulement une plateforme : c'est un paradigme, celui d'une expérience fluide, personnalisée et immersive, fondée sur la recommandation algorithmique et l'accès individualisé aux contenus, et perçue comme relativement affranchie des médiations institutionnelles traditionnelles.

Très rapidement pourtant, l'enquête fait apparaître un décalage entre l'ambition symbolique du projet et les moyens matériels mobilisés pour l'incarner. Le prestataire technique chargé du développement de la plateforme contacté par nos soins le formule sans ambiguïté : « On était sur des budgets assez restreints. On n'a pas pu pousser le design jusqu'à l'ambition qu'ils avaient, c'est-à-dire une interface vraiment similaire à Netflix. »

Cette remarque montre que le « Netflix de la foi » n'est pas un slogan marketing construit a posteriori ni du branding, mais bien un horizon initial du projet. Elle révèle surtout une contradiction structurelle : importer l'imaginaire des grandes plateformes sans en importer les conditions matérielles. Le cahier des charges évoquait explicitement cette inspiration, aussitôt atténuée par le prestataire : « s'inspirer plus que copier », produire un « clin d'œil ». Ce compromis n'est pas anodin. Il constitue un premier affaiblissement du projet : la promesse excède d'emblée ce que la plateforme est en mesure de tenir techniquement. À la manière de l'Aramis décrit par Latour, Theostream parle plus qu'elle n'existe : elle promet une expérience qu'elle ne peut pleinement incarner.

Figure 1 : Haut de la page d'accueil de Theostream avec menu défilant au 1er janvier 2026



D'autant qu'en 2020, le lancement de « LeFilmChrétien », plateforme de vidéo à la demande par abonnement, correspondait davantage au modèle d'un « Netflix chrétien

»⁵. Hasard du calendrier ? Cette plateforme a été refondue et rebaptisée SAJE+ le 14 février 2023, sept jours avant le lancement de Theostream. Celle-ci a été développée par une association catholique française, Studio Audio-Visuel Jeunesse, fondée par Hubert de Torcy, qui est spécialisée dans l'importation depuis les États-Unis et la production de films et de documentaires dits *faith-based*⁶. De Torcy est membre de la Communauté de l'Emmanuel, un mouvement charismatique catholique fondé en France dans les années 1970, ayant un poids institutionnel important dans le catholicisme français contemporain (Dolbeau, 2023) et international (Mercier, 2020) notamment dans les domaines de l'évangélisation, des médias et de la formation des fidèles laïcs. À la différence de Theostream – gratuite et mettant à disposition des productions semi-professionnelles de formats courts à visée pédagogique – SAJE+ s'apparente plus nettement à un « Netflix de la foi », en platformisant un catalogue de films et de séries de fiction à plus forts budgets, ainsi que de documentaires apologétiques ou militants mais de facture professionnelle. La proximité de leurs interfaces « netflix-inspirées » n'en reste pas moins troublante.

Figure 2 : Haut de la page d'accueil de SAJE+ avec menu défilant au 14 janvier 2026



⁵ Cette analogie n'est d'ailleurs pas seulement analytique : elle est explicitement mobilisée dans au moins un article de la presse catholique, intitulé « SAJE crée le “Netflix chrétien” » (CathoBel, 2021).

⁶ L'expression *faith-based* désigne des productions audiovisuelles explicitement ancrées dans une tradition religieuse souvent conservatrice et destinées à des publics croyants, apparues en Amérique du Nord dans les années 1990. Elles se distinguent du cinéma religieux classique par leur inscription dans une industrie culturelle structurée, une sorte d'« Hollywood », fondée sur des logiques contemporaines de marché, de ciblage des publics mais aussi de mobilisation militante. Cf. (Lindvall & Quicke, 2011 ; Moore, 2018 ; Parris, 2024 ; Fanti, 2025).

Scène 2. Le prophète : un prêtre-influenceur sans appareil

Toute promesse a besoin d'un porteur. Dans le cas de Theostream, ce porteur est clairement identifié. Le prestataire technique le confirme sans détour : « C'est le père Matthieu qui m'a directement contacté. » Il s'agit de Matthieu Jasseron, prêtre catholique devenu figure médiatique sur TikTok au début des années 2020. Il incarne alors une nouvelle figure ecclésiale, celle du prêtre-influenceur, capable de répondre directement aux interrogations existentielles et morales de jeunes internautes dans un langage décomplexé (d'Orso, 2023). Mais Jasseron va plus loin : avec Theostream et d'autres projets, il se révèle comme un véritable « entrepreneur religieux », non pas au sens d'un innovateur doctrinal, mais au sens d'un travailleur actif de mise en forme, de circulation et de captation de l'attention religieuse dans un environnement concurrentiel.

Matthieu Jasseron s'est suffisamment expliqué dans les médias pour que ses non-réponses à nos sollicitations ne soient pas préjudiciables à l'enquête. Theostream ne naît ni d'une stratégie institutionnelle réfléchie, ni d'un projet porté par une instance ecclésiale officielle, même s'il évoque dans les médias un soutien de la Conférence des évêques de France. Quant au type de soutien reçu par la Conférence des évêques de France, l'entretien avec son actuelle directrice de la communication qui était déjà dans l'équipe en 2023 permet de le clarifier au-delà d'un certain déficit de transmission de la mémoire organisationnelle entre sa prédécesseure et elle. « Moi, je n'ai pas tout l'historique [...] De mon côté, ce que je sais, c'est qu'effectivement cette initiative a été accueillie plutôt avec joie dans le sens où à l'époque, c'était l'idée d'un Netflix un petit peu chrétien. A mon niveau, j'ai juste relayé cette initiative » précise-t-elle en entretien.

La responsable décrit son rôle de l'époque comme « très opérationnel », centré sur l'animation de réunions de travail à destination des communicants ecclésiaux, au cours desquelles différents porteurs de projets – influenceur·ses, responsables associatifs ou acteur·trices de terrain — étaient invité·es à présenter leurs pratiques. Dans ce cadre, Theostream n'est pas singularisée comme dispositif stratégique, mais mobilisée comme un cas exemplaire parmi d'autres, au moment où son initiateur atteint un pic de visibilité médiatique. L'implication institutionnelle se limite ainsi à une logique de relais et de circulation d'expériences. Comme le résume la responsable nationale, l'institution « arrive après la bataille » et reconnaît travailler encore de manière « très artisanale ».

Le projet repose sur la visibilité acquise par un individu sur les réseaux sociaux et sur sa tentative de stabiliser cette reconnaissance dans une infrastructure technique. Ce n'est pas l'Église qui mandate Jasseron pour le numérique, bien qu'elle reconnaisse ses bienfaits en tant que « missionnaire numérique » (Desarzens & Oberson, 2023) ; c'est le numérique qui lui confère une légitimité nouvelle, que Theostream cherche à formaliser. Celle-ci procède d'un charisme individuel, au sens wébérien du terme. La plateforme peut ainsi être lue comme une tentative à la fois de routinisation technique et d'amplification de ce charisme : il s'agit de transformer une présence personnelle, par définition fragile et dépendante des algorithmes de TikTok, en un dispositif censé transcender la durée et l'existence de l'individu qui l'a rendu possible. Mais cette opération est profondément paradoxale, puisqu'elle consiste aussi à dépersonnaliser une influence dont l'efficacité reposait précisément sur son caractère personnel. Reste qu'un prêtre ne peut se contenter de jouer sur le seul registre du charisme personnel, puisqu'il est, par son « charisme de fonction », tenu d'incarner l'institution, comme Jasseron le rappelle lui-même en interview. Pour autant, cette tentative d'amplification se fait sans appareil institutionnel.

Cette configuration explique à la fois la rapidité du lancement et la fragilité structurelle du projet. Reconnue, relayée et valorisée ponctuellement, Theostream n'a jamais été véritablement enrôlée dans un dispositif institutionnel susceptible d'en assurer la stabilisation dans le temps. Tant que le porteur charismatique est présent et visible, l'objet tient. Theostream est ainsi, dès sa naissance, forte symboliquement mais faible institutionnellement.

Scène 3. Argent et bénévolat : deux actants ecclésiaux ambigus

À écouter attentivement les interviews de Jasseron au moment du lancement de la plateforme, on comprend qu'il n'est pas pour autant seul, mais entouré d'un petit cercle de bénévoles issus de sa paroisse d'affectation de l'époque : Saint-Jean-Baptiste de Joigny, dans l'Yonne, un territoire semi-rural marqué par des dynamiques de déclin démographique et économique et par un niveau historiquement faible de pratique catholique. Pour autant, lorsque je contacte l'actuel curé de la paroisse, celui-ci se révèle incapable d'identifier ces bénévoles. Quant au financement, il n'émane ni de la Conférence des évêques de France ni d'aucune instance officielle. Le prestataire évoque un paiement effectué en « nom propre ». Europe 1 précise : « Le site a coûté près de 13

000 euros, réunis en partie grâce à des dons. Matthieu Jasseron espère à terme embaucher un ou deux salariés » (Sallé, 2023).

Ces éléments renvoient moins à une anomalie individuelle qu'à une configuration structurelle. Ils révèlent un rapport paroissial spécifique à l'argent et au travail, marqué par la valorisation du bénévolat plutôt que la professionnalisation, et la retenue financière. L'action pastorale est volontiers conçue comme relevant du don et de la vocation ; le travail y est souvent invisibilisé, et la rémunération apparaît soit comme un impensé, soit comme une impossibilité. Theostream s'inscrit pleinement dans cette économie morale. Ce modèle fait que le lancement est possible, mais rend la stabilisation difficile. Une plateforme numérique exige du temps, des compétences spécialisées, une capacité d'itération et une continuité organisationnelle.

Dans une perspective latourienne, l'argent et le travail apparaissent ici comme des actants ambigus : ils permettent l'émergence de l'objet tout en contraignant son développement. L'absence de financement institutionnel stable ne relève pas d'un refus explicite ; elle tient plutôt à une non-habitude structurante. Aucun budget n'est engagé pour l'animation, l'évolution ou la maintenance du dispositif. Theostream apparaît ainsi comme une innovation religieuse prise dans une contradiction structurelle : pensée avec les codes des plateformes contemporaines, mais portée par une institution dont le rapport à l'argent et au travail demeure profondément ambivalent. La plateforme peut être lancée ; elle ne peut être soutenue durablement.

Interlude — La jeunesse comme horizon

Avant de suivre Theostream comme une machine, il faut s'arrêter un instant sur ce qui a rendu cette machine désirable. Ce détour est nécessaire, car Theostream n'émerge pas seulement dans un contexte de transformation numérique du religieux (Golan & Martini, 2022), mais dans un contexte de désaffiliation religieuse marquée, particulièrement au sein des jeunes générations. Les données disponibles en donnent un ordre de grandeur : 70 % des Français se déclaraient catholiques en 1981, 53 % en 1999, 42 % en 2008, et 32 % lors de la dernière vague de l'European Values Study (2018). Le décrochage est encore plus net chez les 18–29 ans, parmi lesquels la part de personnes se déclarant sans religion dépasse 60 %, tandis que la pratique régulière du catholicisme y est devenue résiduelle, très inférieure à celle observée chez les plus de 50 ans.

C'est dans ce contexte de décrochage générationnel que l'investissement numérique prend sens. L'idée sous-jacente paraît alors simple : si les jeunes ne viennent plus à l'Église, l'Église doit aller là où ils sont – c'est-à-dire sur les plateformes – et parler avec leurs codes. « L'objectif affirmé est de centraliser des ressources vidéo pour les jeunes », déclarait à la presse le Père Jasseron (Sallé, 2023).

Depuis plusieurs décennies, la jeunesse occupe une place centrale dans les discours ecclésiaux. Elle n'est plus seulement un « nouvel âge de la vie »⁷, mais une figure symbolique investie d'attentes fortes : celles de l'avenir, du renouveau et de la survie même de l'institution. Dans un catholicisme confronté à la désaffiliation et à l'érosion des pratiques, la jeunesse devient un indicateur anticipé du futur. Là où les jeunes ne sont plus, l'avenir paraît menacé.

Cette centralité relève moins d'une simple attention pastorale que d'une forme de juvénophilie institutionnelle : la jeunesse est valorisée comme un état désirable, porteur d'authenticité, de dynamisme et de contemporanéité. Elle fonctionne comme une norme implicite. L'institution projette sur elle ce qu'elle aspire à redevenir.

Dans ce cadre, le numérique apparaît comme le médium privilégié de cette reconquête symbolique. Les plateformes ne sont pas seulement perçues comme des outils techniques, mais comme des espaces supposés naturellement jeunes, en adéquation avec les modes de socialisation, d'expression et de quête de sens contemporains.

Theostream s'inscrit pleinement dans cet imaginaire. La plateforme promet moins une innovation technique qu'une réconciliation symbolique entre catholicisme et jeunesse.

⁷ À partir des années 1970-1980, notamment avec la généralisation des études supérieures et l'extension de la condition étudiante à une large majorité de jeunes, la sociologie a commencé à parler d'un nouvel âge de la vie pour désigner la situation des jeunes adultes. Les travaux d'Olivier Galland ont mis en évidence un retard croissant de l'accès à l'âge adulte, analysé comme un allongement de la jeunesse (cf. Galland, 1990), tandis que certains discours – notamment ecclésiaux – en dénonçaient les effets psychologiques sous le terme d'« adulescence », entendu comme une adulescentisation de l'âge adulte. Dans les années 1990, l'analyse s'est affinée : il est apparu que cette transformation ne relevait pas seulement d'un retard, mais aussi d'une désynchronisation des seuils classiquement associés au passage à l'âge adulte. Le « triple saut » — sortie du foyer parental, accès à un emploi stable à temps plein, entrée dans une vie conjugale durable — qui se produisait de manière largement simultanée dans les années 1960-1970, ne s'effectue plus aujourd'hui selon un calendrier unifié. Enfin, à partir des années 2000, ces seuils sont devenus partiellement réversibles (cf. Velde, 2008) : il est désormais courant d'alterner périodes d'emploi et de formation, ou de connaître des allers-retours entre vie en couple, célibat et retour au domicile parental. Retard, désynchronisation et réversibilité constituent ainsi les principales caractéristiques structurelles de l'expérience contemporaine de la jeunesse. Cette transformation structurelle demeure largement mal comprise par les responsables ecclésiaux, comme en témoigne leur difficulté persistante à élaborer une morale sexuelle adaptée à ce nouvel âge de la vie, et la tendance à lui appliquer des normes conçues pour un passage linéaire, synchrone et irréversible à l'âge adulte. Theostream révèle en retour la crispation persistante des enjeux catholiques autour du discours adressé aux jeunes sur la sexualité.

Cette projection explique l'intensité des attentes qui entourent le projet. Elle est chargée d'une promesse disproportionnée : celle de compenser les pertes de la « civilisation paroissiale » (Lambert, 1985), de reconnecter l'Église à un public réputé distant, et de transformer le numérique en nouvel espace missionnaire.

Mais cette juvénophilie produit aussi un effet de surcharge. En investissant la jeunesse comme horizon de salut, l'institution projette sur les dispositifs numériques des attentes qui excèdent largement leurs capacités réelles. La plateforme est sommée d'être simultanément moderne, attractive, inclusive et doctrinalement cohérente. Autrement dit, elle est appelée à résoudre des tensions qui traversent l'institution elle-même.

Cet interlude permet ainsi de comprendre pourquoi l'écart entre promesse et fonctionnement sera si déterminant dans la trajectoire d'échec de Theostream. Plus la jeunesse est investie comme valeur centrale, plus les dispositifs censés la rejoindre sont symboliquement chargés. Et plus cet écart est grand, plus la confrontation avec la matérialité technique et organisationnelle de l'objet risque d'être brutale.

Acte II — La machine

Scène 4. Ce que Theostream est réellement

Pour comprendre ce qui arrive à Theostream, il faut maintenant cesser de la considérer comme un projet et commencer à la suivre comme un objet. C'est l'un des gestes centraux de l'enquête latourienne : délaisser les intentions et les discours pour observer ce que fait concrètement la chose, la manière dont elle fonctionne et ce qu'elle produit.

Theostream n'est pas Netflix. Elle n'en a ni l'architecture, ni l'économie, ni les usages. Elle n'est pas davantage un média produisant ses propres contenus. Techniquement, l'objet est beaucoup plus modeste. Le prestataire le formule sans détour : « C'est vraiment purement un référentiel de vidéos YouTube. » Cette phrase dissipe immédiatement l'imaginaire de la plateforme de streaming. Theostream est un agrégateur. Elle n'héberge pas les vidéos qu'elle donne à voir ; elle indexe des contenus produits ailleurs, hébergés sur YouTube - sans que l'on sache si cette exposition résulte d'un accord préalable de leurs créateur·trices ou d'une simple acceptation a posteriori - , et les rassemble dans une interface unique. Le geste technique est d'une grande simplicité : les bénévoles et/ou Matthieu Jasseron « avaient juste un lien à renseigner. »

Les titres, descriptions et visuels sont importés automatiquement. La plateforme ne transforme pas les contenus : elle les juxtapose sur une même page web.

Scène 5. Une plateforme sans magistère intégré

Cette logique apparaît avec une netteté particulière lorsqu'on interroge sur la modération. Contrairement à ce que l'on pourrait attendre, aucun filtre n'est inscrit dans l'architecture même de la plateforme. Le prestataire est explicite : « On est une agence de développement, pas une agence de contenu. On ne gère jamais la modération. » Le développeur ne juge pas ni ne hiérarchise les contenus. Son but est que la machine les affiche. Et, de fait, les vidéos apparaissent. Apparaissent aussi des liens vers des associations et organismes d'Églises.

Scène 6. La machine comme actant social

Dans une perspective latourienne, la plateforme doit être reconnue comme un actant à part entière. Theostream n'est pas un support passif bien qu'apparemment neutre : elle agit. En agrégeant automatiquement sur une même page web des vidéos hétérogènes, elle met sur un même plan des discours qui, dans l'espace ecclésial traditionnel, ne sont pas équivalents. Témoignages personnels, catéchèses institutionnelles, prédications de clercs ou de laïcs et réflexions théologiques apparaissent côte à côte, soumis aux mêmes logiques de clic et de visibilité. Mais c'est précisément cette automatisation qui produit un effet majeur : elle efface les médiations. Elle court-circuite les dispositifs habituels de légitimation. La machine devient un espace de coprésence des discours, sans arbitre visible.

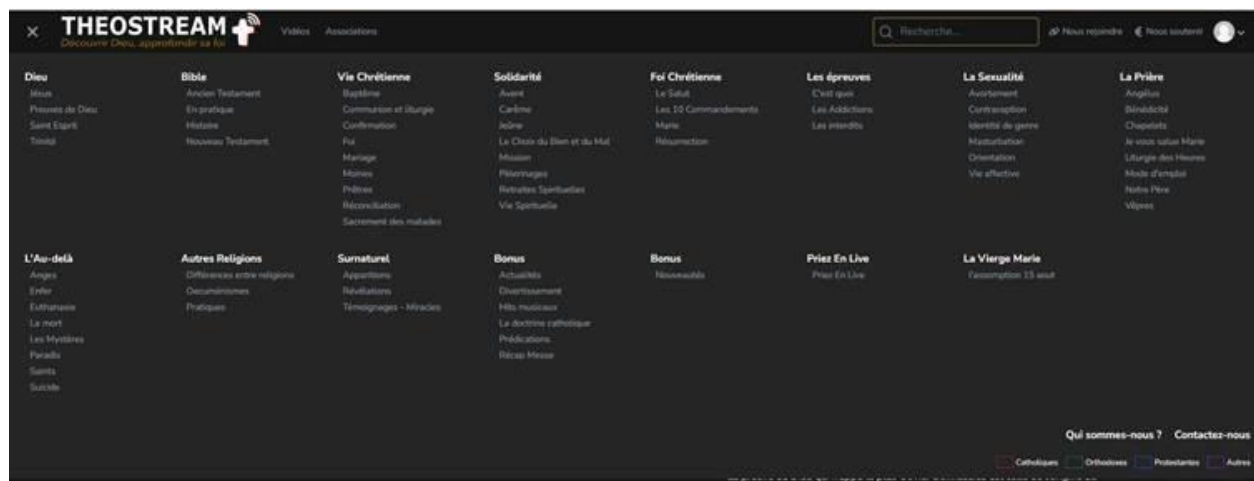
Ce faisant, Theostream suppose implicitement un internaute imaginé précis : un individu autonome, capable de naviguer, comparer et trier par lui-même les croyances et les normes proposées. Elle adopte ainsi, sans jamais le formuler, une vision moderne du sujet religieux : réflexif, compétent, auto-interprète, bricoleur comme le dirait Daniele Hervieu Léger (Hervieu-Léger, 1999). Mais cette figure entre en tension directe avec la tradition catholique, fondée sur une hiérarchie des savoirs, des autorités et des interprétations, une médiation ecclésiale et un encadrement clérical des croyants. Comme Aramis, Theostream est une machine cohérente dans son propre monde, mais mal alignée avec les réseaux humains et institutionnels censés la porter. Sans bruit, elle s'approche d'une zone de friction.

Acte III — Les zones de friction

Scène 7. Une pluralité limitée, mais rendue visible

Suivre Theostream de près oblige à corriger une première lecture trop simple : la plateforme ne fonctionne pas comme un agrégateur aveugle. Il existe bien un premier filtre en amont, opéré par l'équipe de bénévoles constituée autour de Matthieu Jasseron, à travers la sélection des chaînes référencées. Toutes les voix ne sont donc pas invitées, et la pluralité proposée est d'emblée délimitée. Cette présélection repose moins sur une cohérence doctrinale explicitement formulée que sur l'appartenance à un écosystème chrétien jugé audible pour un public jeune. Mais une fois les contenus intégrés, la plateforme les présente sans hiérarchisation explicite : l'interface met toutes les voix sur un même plan. Le seul travail éditorial visible sur l'interface consiste en un double classement des vidéos agrégées, par confession chrétienne et par thématique.

Figure 2: Liste des rubriques au 1^{er} janvier 2026



Or c'est précisément à ce stade que la machine commence à agir de manière inattendue. Le pluralisme n'est pas indéterminé, mais il est rendu visiblement visible : il s'agit visiblement de donner à voir la diversité des manières d'être chrétien sans pour autant rendre perceptible un arbitrage entre elles. C'est à partir de cette visibilité que l'objet cesse d'être un dispositif technique pour devenir un enjeu public.

Scène 8. Quand la plateforme se retourne contre ses alliés

À partir de ce moment, Theostream suscite des critiques provenant de camps opposés. Comme c'est aussi le cas chez Latour, ce n'est pas un adversaire unique qui fragilise l'objet, mais une convergence paradoxale de mécontentements.

Pour certain·es acteur·trices se réclamant d'un catholicisme strictement observant, qui avaient déjà critiqué les prises de position publiques du prêtre – notamment lorsqu'il défendait l'idée que la Bible ne comportait pas de condamnation explicite de l'homosexualité (Bevilacqua, 2022 ; Riou & Mongaillard, 2021) – la plateforme apparaît trop ouverte, trop permissive et insuffisamment hiérarchisée. La coexistence non médiée de discours confessionnels variés est alors interprétée comme une dilution du magistère (Lagroye, 2006).

Simultanément, Theostream est contestée depuis un autre front. Des observateurs extérieurs et des sensibilités plus progressistes – qui pensaient enrôler la figure numérique de Jasseron dans leur lutte – lui reprochent au contraire de normaliser des discours conservateurs, notamment sur les questions de sexualité, d'avortement ou de morale familiale. Malgré son discours d'ouverture, la plateforme est alors accusée de manquer de distance critique (Racque, 2023).

Theostream se retrouve ainsi prise à fronts renversés : trop pluraliste pour les un·es, pas assez progressiste pour les autres. Ce double rejet est sociologiquement décisif. Il révèle que la plateforme occupe une position médiane instable, où chaque camp lui reproche non pas ce qu'elle fait mal, mais ce qu'elle fait trop bien selon la logique de l'autre. Une telle position est difficilement défendable pour un acteur institutionnel soucieux de cohérence et de lisibilité.

Scène 9. La pluralité comme point de rupture

Ce qui devient alors visible, c'est que la pluralité de la plateforme n'est jamais perçue comme telle. Elle est interprétée différemment selon la position occupée dans le champ religieux. Pour les uns, ne pas hiérarchiser revient à relativiser la doctrine. Pour les autres, ne pas exclure certains discours revient à leur conférer une légitimité implicite.

Or, la machine ne se justifie pas sur cette question – et c'est précisément cela qui la rend vulnérable. Elle suppose une anthropologie implicite du croyant qui n'est partagée ni par l'institution ecclésiale, attachée à la médiation pastorale, ni par les critiques progressistes, qui attendent une prise de position normative claire.

Theostream devient ainsi un objet instable, fragilisé non par un conflit frontal mais par une accumulation de malentendus et de décalages, jusqu'à devenir, comme Aramis, progressivement impossible à porter. C'est à ce moment-là que l'institution entre en scène. Non pour censurer brutalement, mais pour reprendre la main, requalifier l'objet et tenter de le transformer. La machine a trop bien montré ce que le numérique fait au religieux. Il faut désormais l'encadrer.

Interlude — Theostream après la cathosphère

Theostream ne révèle pas seulement des tensions institutionnelles ni ne rend visibles les lignes de fracture internes du catholicisme contemporain : elle révèle aussi un décalage historique. Pour le comprendre, il faut situer l'objet dans le régime médiatique qui est le sien.

La cathosphère française, telle qu'elle s'est structurée dans les années 2000-2010 autour des blogs, reposait sur l'écriture, la citation, la controverse en commentaires ou par billets de blog interposés et une temporalité relativement lente. L'autorité religieuse s'y construisait déjà hors du magistère unique de l'institution, mais par l'argumentation et la reconnaissance entre pairs (Tricou, 2015). Or Theostream n'émerge pas dans ce monde-là. Lors de son lancement en 2023, ce cycle est largement refermé. L'espace numérique chrétien est désormais structuré par les plateformes vidéo – YouTube, TikTok, Instagram – et par leurs formats courts, viraux et algorithmiquement distribués. Theostream apparaît ainsi dans une vidéosphère chrétienne (Laby, 2022).

On n'est plus dans le régime du lecteur-abonné, mais celui du viewer-scroller. Le rapport au religieux devient intermittent, fragmenté, dépendant du flux. Theostream tente alors une opération paradoxale : stabiliser un univers vidéosphérique à l'aide d'une architecture héritée de l'imaginaire du catalogue et de la bibliothèque. Elle suppose un internaute qui cherche et choisit au-delà de l'internaute qui « tombe sur ».

Ce décalage explique en partie les critiques croisées dont la plateforme fait l'objet. Trop structurée pour la logique algorithmique du flux, trop peu encadrée pour l'institution ecclésiale, Theostream se retrouve sans milieu pleinement compatible pour l'accueillir. À la manière d'Aramis, elle n'est pas en retard technologiquement, mais en porte-à-faux historiquement. Elle tente de faire tenir ensemble un catholicisme institutionnel hérité de la culture de la transmission et un environnement médiatique dominé par la viralité

et la performativité visuelle. C'est à ce point précis - lorsque l'objet devient à la fois trop visible et trop mal ajusté - que l'institution entre en scène.

Acte IV — L'institution

Scène 10. Survivre à son fondateur : l'épreuve institutionnelle de Theostream

Un élément décisif oblige l'institution à entrer en scène – quand bien même on peut supposer qu'elle n'a jamais été totalement absente des coulisses : le retrait soudain de Matthieu Jasseron des réseaux sociaux en décembre 2023 (Renaud, 2023), qui précède de moins d'un an son retrait de la prêtrise (Tricou, 2024). Ce double retrait met fin à la présence personnelle qui avait rendu Theostream pensable comme projet. La plateforme devient, en un sens, orpheline. L'actant charismatique se retire du terrain même où il avait acquis sa légitimité, laissant derrière lui une infrastructure privée de son moteur symbolique.

« C'est toujours le même problème quand c'est lié à une personne », déclare la responsable de la communication de la Conférence des évêques de France. Le parcours médiatique et personnel de Matthieu Jasseron est relu comme fragilisant le projet : ses prises de position publiques, les polémiques et la crise qui s'ensuivent auraient contribué, selon elle, à « mettre un peu de doute » sur Theostream.

L'entretien permet toutefois de déplacer le regard. L'enjeu ne se limite pas ni à la trajectoire individuelle du prêtre, ni à la fragilité d'un dispositif adossé à une figure charismatique. Ce qui est en question, plus largement, ce sont les conditions institutionnelles de possibilité d'une parole religieuse visible, autonome et durable dans l'espace numérique. Derrière le cas Theostream se dessine une interrogation plus structurelle sur le statut de la parole religieuse à l'ère des influenceurs.

La responsable le formule sans détour : « En fait, c'est la question de l'imprimatur. » Ce terme, qu'elle qualifie elle-même de « gros mot d'Église », cristallise un problème central : qui est légitime pour parler de la foi ? Qui vérifie ? Qui engage l'institution ? Dans un univers numérique où de nombreux acteurs cherchent à « faire de la pédagogie » religieuse, le problème institutionnel ne réside pas tant dans la bonne volonté des créateur·trices que dans l'absence de labellisation claire d'une parole pourtant doctrinalement encadrée depuis des siècles. Comme elle le rappelle, la foi n'est pas « une matière libre », mais une matière régulée, historiquement adossée à des dispositifs

de contrôle et de responsabilité. Or ces dispositifs apparaissent largement inopérants dans l'écosystème des plateformes. « L'imprimatur n'a aucun sens pour cette population », reconnaît-elle. L'institution se trouve ainsi confrontée à un double impensé : comment garantir la cohérence doctrinale sans outil de labellisation opérant ? Et comment accompagner des acteurs numériques dont la parole engage, de fait, l'Église aux yeux du public ?

La solution trouvée par le père Matthieu pour pérenniser son œuvre numérique semble passer par le transfert. Le compte TikTok – principal support de son charisme numérique, fort d'environ 1,2 million d'abonnés – est racheté en avril 2024 par l'association *1000 raisons de croire* et confié à un collectif d'influenceurs catholiques : Matthieu Lavagna, Victor de Montreynaud, Benoît Plaut et Paul (Javloo), tous présentés par la presse comme plus explicitement alignés sur une orthodoxie doctrinale. Ce repositionnement a suscité des controverses dans certains milieux ecclésiaux (Lemahieu, 2024 ; Sauvaget, 2024).

Quant à Theostream, elle est acquise dans l'indifférence générale par la Communauté de l'Emmanuel, déjà dotée d'un écosystème numérique solide : une plateforme vidéo interne intitulée « Emmanuel Play » et un site de « première annonce » appelé « Découvrir Dieu » – sans compter SAJE+ déjà évoquée, qui, sans relever institutionnellement de l'Emmanuel, en est néanmoins proche. Sur le papier, l'opération paraît logique : regroupement des ressources, mutualisation des contenus, rationalisation des dispositifs, voire – hypothèse plus cynique – rachat d'un site concurrent afin de consolider une position quasi monopolistique dans l'offre numérique catholique.

« Je suis arrivée il y a six mois, donc je n'ai pas tout l'historique », précise la responsable actuelle de la communication de la Communauté de l'Emmanuel en entretien. L'absence de mémoire organisationnelle sur les conditions de la reprise – également perceptible à la Conférence des évêques de France – apparaît sociologiquement ambivalente : soit elle signale une difficulté à assumer un rachat financièrement et stratégiquement engageant, soit elle indique une reprise opérée sur un mode strictement administratif, sans véritable appropriation du projet, presque par « charité chrétienne ».

Du point de vue du prestataire technique, la reprise a été presque imperceptible : « Ça a juste été un transfert de contrat de maintenance. » Aucune refonte immédiate, aucun chantier technique n'ont été engagés. L'objet change ainsi de main, mais pas encore de

sens. « Depuis, vraiment silence radio. On n'a eu aucune nouvelle », confirme-t-il un an et demi après. La plateforme elle-même semble en attester : les serveurs tournent, les pages restent accessibles, les contenus consultables, mais aucune mise à jour n'est effectuée. L'objet n'est ni véritablement abandonné ni relancé ; il est maintenu en suspens. C'est précisément ce maintien sans animation qui intrigue.

Scène 11. Le diagnostic institutionnel : trop d'autonomie laissée à l'internaute

Le prestataire indique n'avoir repris contact avec la Communauté de l'Emmanuel qu'à la suite de ma demande d'entretien, découvrant à cette occasion un possible projet de refonte. L'enquête ne se contente donc pas d'observer l'objet : elle en infléchit marginalement la trajectoire.

Si la reprise avait d'abord été présentée comme un simple transfert de maintenance, l'entretien avec la responsable de la communication de la Communauté de l'Emmanuel révèle une gêne persistante. L'hétérogénéité des contenus est rapidement identifiée comme un point de tension, conduisant à un travail de sélection a posteriori : certaines vidéos, jugées « *border* » ont été écartées, notamment l'une questionnant le célibat des prêtres. La responsabilité éditoriale de la Communauté est explicitement revendiquée : « Il y a une nuance entre accueillir tout le monde et défendre quelque chose qui n'est pas l'enseignement de l'Église. » La pluralité interconfessionnelle suscite également une forme de gêne, sans qu'un arbitrage clair ne se dégage entre son abandon et sa valorisation. Les contenus protestants sont reconnus pour leur richesse, notamment biblique mais leur place dans un dispositif catholique demeure indécise : « Si on se dit qu'on ne garde que les contenus catholiques, on se prive de cette partie-là... donc pour l'instant je n'ai pas vraiment de réponse. »

Toutefois, aux yeux de l'Emmanuel, le problème ne semble pas tant résider dans la pluralité elle-même que dans son exposition sans médiation. Ce qui est mis en cause, c'est l'absence d'un encadrement explicite, laissant l'internaute seul face à des positions divergentes, tant intra-catholiques qu'inter-ecclésiales. La solution envisagée n'est pas la suppression des contenus, mais leur réinscription dans un dispositif d'accompagnement articulé à des médiations pastorales identifiables. « Tout ça, mais avec un accompagnement », résume la responsable.

Theostream apparaît ainsi problématique non parce qu'elle serait hérétique ou techniquement défailante, mais parce qu'elle rend visible, sans filtre, une pluralité que

l'institution ne peut assumer qu'à condition de la hiérarchiser et de l'accompagner (Vildard, 2026). La question sous-jacente rejoint celle formulée à propos des influenceurs catholiques : comment passer du digital au réel ? Quant aux usager·es ? La plateforme avait-elle le moindre succès ? Nous ne le savons pas. La responsable de communication de l'Emmanuel ne nous a pas répondu sur ce point, malgré nos relances.

Scène 12. Du browsing au parcours, vers le démantèlement de Theostream

Du point de vue de l'Emmanuel, le problème n'est apparemment pas non plus un éventuel doublon concurrentiel avec le dispositif numérique déjà existant de la Communauté. La responsable distingue en effet clairement les publics visés : « Emmanuel Play s'adresse avant tout aux communautaires [...] ou aux catholiques un peu engagés déjà, aux personnes qui veulent aller plus loin, mais qui ont déjà une vie de foi, qui sont déjà engagées dans l'Église. » À l'inverse, Theostream s'inscrit dans une autre logique pastorale : « L'idée de Theostream, qui est aussi l'idée de "Découvrir Dieu", et qui sera aussi l'idée de la nouvelle plateforme à laquelle on est en train de réfléchir, c'est vraiment de toucher des gens qui sont au premier stade de la foi. »

Ce qui se joue ici est un basculement fondamental de logique. Theostream fonctionnait selon une logique de *browsing* : on entre, on cherche, on clique, on circule. La future plateforme imaginée par l'Emmanuel repose sur une logique de parcours : on est accueilli, orienté, accompagné, progressivement conduit, amené à passer d'une plateforme à l'autre.

La responsable de la communication de l'Emmanuel parle d'un « sas d'entrée dans l'Église ». La métaphore est éclairante. Là où Theostream ouvrait un espace, le futur dispositif institue un seuil. Là où la plateforme laissait l'internaute libre, le parcours vise à le guider comme sur la plateforme « Découvrir Dieu ». Là où la machine se voulait neutre, l'institution réintroduit une parole structurante. « J'ignore sur quoi se fonde l'Emmanuel pour instiller en ligne cette logique de parcours mais elle est assez en cohérence avec le magistère qui s'exprime dans le dernier *Directoire pour la catéchèse* (2020) » remarque un théologien en relisant cet article.

Sociologiquement, ce déplacement – visiblement donc conforme aux directives institutionnelles – est majeur. Il marque le retour d'un régime d'autorité verticale, non sous une forme autoritaire, mais sous celle, bienveillante, de l'accompagnement. Le pluralisme n'est pas supprimé ; il est encadré, scénarisé, re-hiérarchisé. Quand

l'internaute imaginé par la communauté de l'Emmanuel sera prêt, il pourra changer de plateforme et rejoindre « Emmanuel Play ».

Face à ce diagnostic et cette divergence de logique, la solution retenue n'est pas la suppression de Theostream, mais sa requalification. La responsable de la communication l'énonce explicitement : « L'idée, c'est surtout de récupérer tout le contenu [...] afin de le faire migrer vers la nouvelle plateforme. » Theostream cesse alors d'être pensée comme une plateforme autonome. Elle est requalifiée en simple réservoir de contenus – dont elle n'a jamais été le lieu de production –, c'est-à-dire en base de données appelée à être réintégrée dans un autre assemblage sociotechnique. La Communauté de l'Emmanuel ne « tue » pas Theostream. Elle tente de la sauver en la rendant compatible avec son univers normatif et sa conception de l'évangélisation. Mais ce faisant, elle transforme radicalement l'objet. « Le site tel qu'il est, oui, il va disparaître. » On est quasiment dans une logique évangélique : « Si le grain ne meurt, il ne peut porter du fruit » (Jn 12, 24).

Conclusion — Un meurtre sans assassin

Personne n'a voulu tuer Theostream

C'est précisément ce type de situation que Bruno Latour décrit dans *Aramis ou l'amour des techniques*. Un projet ne meurt pas nécessairement parce qu'on le tue, mais parce que plus personne ne le fait exister. Cette absence d'assassin interdit toute lecture morale simplificatrice. Il n'y a ni trahison, ni sabotage, ni faute manifeste. Il y a une série de décisions raisonnables, prises séparément, qui, mises bout à bout, rendent la poursuite du projet de plus en plus improbable. Pour comprendre ce qui a rendu Theostream impossible à faire exister durablement, il faut suivre les actants humains et non humains engagés dans sa trajectoire.

Une mise à mort distribuée

Une plateforme volontairement simple, conçue comme un agrégateur de contenus existants. Elle fonctionne, mais elle ne porte aucune morale intégrée, aucun principe explicite de hiérarchisation. En mettant côte à côte des discours hétérogènes, elle rend visible une pluralité religieuse que l'institution préfère habituellement médiatiser.

Il y a aussi l'économie du projet. Un budget suffisant pour lancer, insuffisant pour durer. Une organisation largement fondée sur le bénévolat, sans équipe dédiée, sans capacité

d'itération, sans culture produit. La plateforme naît avec une ambition symbolique forte, mais sans infrastructure économique capable de la soutenir dans le temps.

Il y a enfin l'institution. La Communauté de l'Emmanuel hérite d'un objet qu'elle n'a pas conçu, dont elle perçoit à la fois l'intérêt et les risques. Elle ne supprime pas Theostream ; elle hésite. Et finalement la requalifie en décidant de conserver les contenus, mais de transformer leur mode de circulation. Elle remplace l'autonomie de navigation par la logique de l'accompagnement.

Pris isolément, aucun de ces actants n'est défaillant. Ensemble, ils produisent une configuration instable, dans laquelle plus personne ne peut réellement porter la plateforme telle qu'elle avait été pensée.

Le vrai crime : rendre l'objet impossible

Ce qui conduit Theostream à l'arrêt n'est donc pas une opposition frontale, mais une incompatibilité de régimes. La plateforme repose sur une conception du croyant comme sujet autonome, capable de naviguer dans un espace pluraliste et de produire son propre discernement. L'institution repose sur une conception du fidèle comme personne à accompagner, orienter et guider. La technique privilégie la neutralité, la fluidité et la visibilité. La doctrine privilégie la cohérence, la hiérarchie et la prudence. Le charisme exige vitesse et audace. L'institution exige continuité et maîtrise.

À la manière d'Aramis, Theostream devient un projet dont tout le monde reconnaît l'intérêt, que chacun cherche à sauver à sa manière, mais que personne ne parvient à faire tenir ensemble. L'actuelle mise en veille de Theostream et son démantèlement programmé apparaissent alors comme des solutions rationnelles. Elles évitent le conflit sur la méthode d'évangélisation, et l'obligation de trancher publiquement des questions théologiques sensibles. Elles permettent de conserver les contenus tout en neutralisant leur mise en circulation autonome. La plateforme ne disparaît pas ; elle est transformée en réservoir. Ce faisant, Theostream cesse d'être une plateforme au sens plein. Elle devient un objet résiduel.

L'histoire de Theostream montre que l'échec ne tient ni au numérique en tant que tel, ni à un défaut de foi ou de compétence des acteur-trices, mais à la difficulté persistante à articuler des dispositifs numériques horizontaux avec des formes institutionnelles verticales. L'échec n'y apparaît pas comme un point final, mais comme une ressource

analytique centrale, révélant ce que les récits de réussite tendent précisément à invisibiliser.

Bibliographie

Aleteia. (2023, février 15). *Streaming: Le Film Chrétien devient Saje+*. Aleteia. <https://fr.aleteia.org/2023/02/15/la-plateforme-de-streaming-lefilmchretien-change-de-nom/>

Bevilacqua, A. (2022, décembre 18). *Matthieu Jasseron, prêtre et vedette controversée de TikTok*. La Croix. <https://www.la-croix.com/Religion/Matthieu-Jasseron-pretre-vedette-controversee-TikTok-2022-12-17-1201247014>

Boltanski, L. (1990). *L'Amour et la justice comme compétences : Trois essais de sociologie de l'action*. Métailié.

CathoBel. (2021, février 5). SAJE crée le « Netflix chrétien ». *CathoBel*. <https://www.cathobel.be/2021/02/saje-cree-le-netflix-chretien/>

Citton, Y. (Éd.). (2014). *L'économie de l'attention : Nouvel horizon du capitalisme ?* La Découverte.

Desarzens, G., & Oberson, E. (2023, janvier 22). *Le missionnaire numérique* [Audio]. RTS. <https://www.rts.ch/audio-podcast/2023/audio/le-missionnaire-numerique-25894679.html>

Dolbeau, S. (2023). *Construire et légitimer une modalité d'appartenance et de militance au sein de l'Église catholique : Sociohistoire de l'institutionnalisation de la Communauté de l'Emmanuel en Europe francophone (1972-2022)* [Thèse de doctorat en sociologie]. EHESS - UCL.

d'Orso, F. (2023, septembre 23). « Frère Paul Adrien », « Père Matthieu »... *Qui sont ces « influenceurs cathos » qui cartonnent sur les réseaux sociaux ?* Le Parisien. <https://www.leparisien.fr/societe/religions/frere-paul-adrien-pere-matthieu-qui-sont-ces-influenceurs-cathos-qui-cartonnent-sur-les-reseaux-sociaux-23-09-2023-VBQCB73ZRD43JLQUST4YT2XRA.php>

Dutercq, Y., & Derouet, J.-L. (Éds.). (2004). *Le collège en chantier : Retour sur le collège unique*. INRP.

- Fanti, Y. V. (2025). Du père céleste aux pères terrestres : Réflexions sur la paternité dans le cinéma évangélique des frères Kendrick. *Religiologiques*, 47, 139-164.
- Galland, O. (1990). Un nouvel âge de la vie. *Revue française de sociologie*, 31(4), 529-551. <https://doi.org/10.2307/3322402>
- Golan, O., & Martini, M. (2022). *Sacred Cyberspaces : Catholicism, New Media, and the Religious Experience*. McGill-Queen's University Press.
- Hervieu-Léger, D. (1999). *Le Pèlerin et le converti. La Religion en mouvement*. Flammarion.
- Laby, R. (2022). La pastorale en ligne au défi de l'alliance. *Revue Théologique de Louvain*, 53, 61-81.
- Lagroye, J. (2006). *La vérité dans l'Eglise catholique : Contestations et restauration d'un régime d'autorité*. Belin.
- Lambert, Y. (1985). *Dieu change en Bretagne : La religion à Limerzel de 1900 à nos jours*. Cerf.
- Latour, B. (1992). *Aramis ou l'amour des techniques*. La Découverte.
- Lemahieu, T. (2024, décembre 19). Extrême droite et cathos : À la tête de la reconquista digitale, des influenceurs de combat. *L'Humanité*. <https://www.humanite.fr/societe/doctrine-sociale-de-leglise/extreme-droite-et-cathos-a-la-tete-de-la-reconquista-digitale-des-influenceurs-de-combat>
- Lindvall, T., & Quicke, A. (2011). *Celluloid Sermons : The Emergence of the Christian Film Industry, 1930-1986*. NYU Press.
- Mercier, C. (2020). Institution versus Charism? The Emmanuel Community, the Catholic Church and John Paul II's World Youth Days. *PentecoStudies*, 19(2), 152-169. <https://doi.org/10.1558/pent.40169>
- Moore, R. C. (2018). "Take My Film and Let It Be" Critics and Consecration in Faith-Based Cinema. *Journal of Religion and Popular Culture*, 30(3), 143-164. <https://doi.org/10.3138/jrpc.2016-0007>
- Parris, D. (2024, avril 10). *The Rise of Faith-Based Films : A Statistical Analysis*. <https://www.statsignificant.com/p/the-rise-of-faith-based-films-a-statistical>

Racque, E. (2023, février 26). *Que trouve-t-on sur Theostream, le "Netflix de la foi" ?* Télérama. <https://www.telerama.fr/debats-reportages/que-trouve-t-on-sur-theostream-le-netflix-de-la-foi-7014465.php>

Renaud, P. (2023, décembre 14). *Le père Matthieu, le prêtre français le plus connu sur le net, quitte les réseaux sociaux.* ICI. <https://www.francebleu.fr/infos/medias-people/le-pere-matthieu-le-prete-francais-le-plus-connu-sur-le-net-quitte-les-reseaux-sociaux-6958900>

Riou, A., & Mongaillard, V. (2021, septembre 12). «*L'homosexualité n'est pas un péché*» : Père Matthieu, le curé star de TikTok qui divise l'Église. Le Parisien. <https://www.leparisien.fr/societe/lhomosexualite-nest-pas-un-peche-pere-matthieu-le-cure-star-de-tiktok-qui-divise-leglise-12-09-2021-SDL74Z5MBDDBK27SYFXER2EEA.php>

Sallé, L. (2023, mars 5). *Theostream, une plateforme de streaming à destination des jeunes chrétiens.* Europe 1. <https://www.europe1.fr/societe/theostream-une-plateforme-de-streaming-a-destination-des-jeunes-chretiens-4170461>

Sauvaget, B. (2024, mai 16). *Grandes manœuvres chez les influenceurs cathos.* *Témoignage Chrétien*. <https://www.temoignagechretien.fr/grandes-manoeuvres-chez-les-influenceurs-cathos/>

Tricou, J. (2015). La « cathosphère », montée en puissance de nouvelles autorités religieuses ? *tic& société, Vol. 9, N° 1-2*. <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.1899>

Tricou, J. (2024, octobre 31). *Le départ du curé TikTok, révélateur des crises du catholicisme* (A. Favier) [Témoignage Chrétien]. <https://www.temoignagechretien.fr/le-depart-du-cure-tiktok-revelateur-des-crises-du-catholicisme/>

Velde, C. V. de. (2008). *Devenir Adulte : Sociologie comparée de la jeunesse en Europe*. Presses Universitaires de France - PUF.

Vildard, Martial, (2026). *L'accompagnement : les habits neufs de l'autorité*. Editions du Croquant.



© Aline Deschamps, 2025

Visibilités musulmanes à l'ère numérique

Mohamed Sakho Jimbira

Depuis quelques années, parallèlement à l'appropriation massive des réseaux sociaux numériques par des millions de personnes en France, des présences musulmanes deviennent visibles sur les plateformes numériques. Sur YouTube, TikTok ou Instagram, des créateurs et créatrices de contenus parlent de morale, de religion, de travail, de famille, de mode, de cuisine, parfois de sport ou de routines quotidiennes. Une partie de ces profils est désormais rassemblée sous l'étiquette d'«influenceurs musulmans», une expression que l'on retrouve aujourd'hui dans les échanges quotidiens, les commentaires en ligne, mais aussi dans certains articles de presse,

documents administratifs et discours politiques. Elle circule avec tant de facilité qu'elle semble aller de soi. À force d'être mobilisée, l'idée de visibilité paraît produire un effet – une orientation, une forme d'influence – même si cette association reste pourtant, le plus souvent, implicite et rarement interrogée.

Dans cet ensemble de pratiques numériques très variées que l'on retrouve en ligne, certaines présences retiennent plus rapidement l'attention. C'est notamment le cas des femmes qui portent le hijab. Leur visibilité ne tient pas à la spécificité de leurs contenus – souvent proches de ceux d'autres créatrices – mais au contexte dans lequel elles apparaissent : un espace social où le hijab est déjà chargé de significations politiques, historiques et symboliques. Il devient un premier point de lecture, un élément qui influence la manière dont leurs contenus sont perçus avant même qu'on s'intéresse à ce qu'elles montrent ou racontent réellement. Or, les contenus qu'elles partagent tiennent le plus souvent de gestes très ordinaires : préparer un repas, raconter un moment de la journée, montrer une décoration, partager une astuce ou un projet en cours.

C'est le cas, par exemple, d'Asma Fares, principalement connue pour sa chaîne YouTube éponyme, qui cumule plus de 66 millions de vues, et dont le compte Instagram rassemble près de 290 000 abonnés. Ses contenus prennent la forme de vlogs consacrés à la mode, à la beauté et à la maternité, ainsi que de tutoriels proposant différentes manières de porter le hijab. D'autres profils, comme NailahHijab, suivie par un peu plus de 70 000 abonnés sur YouTube et présente également sur Instagram, publient des contenus plus courts – recettes filmées en plan rapproché, scènes de vie quotidienne, moments captés sur le vif – où la référence religieuse reste en arrière-plan, dans les gestes, les choix esthétiques ou les cadrages. À côté de ces figures, des comptes comme couplepastry (plus de 170 000 abonnés sur Instagram) déplacent encore le registre en mettant en scène des interactions de couple autour de la cuisine, du travail ou du voyage, mêlant humour, entrepreneuriat et scènes domestiques. D'autres, comme celui de Céline Kitt, suivi par plus de 700 000 personnes, s'inscrivent dans une logique plus affirmée de *personal branding*, où la cuisine, la transmission et la présence à l'écran s'articulent à des formats très réguliers et fortement exposés.

Dans un autre registre, moins visible, des profils à audience réduite donnent à voir des fragments de vie – préparation d'un thé, sortie avec des enfants, moment de fatigue – parfois accompagnés d'un verset ou d'une formule pieuse. On y croise par exemple des

chaînes YouTube anciennes, peu actualisées, comptant quelques dizaines d'abonnés et quelques milliers de vues cumulées, où se mêlent recettes, tutoriels autour du hijab et scènes du quotidien, sans recherche apparente d'exposition.

Dans l'espace politico-médiatique, ce sont pourtant les profils les plus exposés qui servent souvent de repères pour décrire ce que serait l'islam aujourd'hui. Ces figures concentrent l'attention, tandis qu'une multitude d'usages plus diffus ou intermittents reste en arrière-plan. L'expression « influenceurs musulmans » vient ainsi donner une unité artificielle à un ensemble en réalité très hétérogène. On y trouve, par exemple, des profils investis dans une transmission religieuse explicite – rappels, citations coraniques, contenus pédagogiques – qui s'inscrivent dans des formes contemporaines de *da'wa* en ligne. À côté, d'autres développent des contenus ancrés dans des pratiques ordinaires – cuisine, mode, vie quotidienne – où la référence religieuse apparaît de manière plus diffuse. D'autres encore adoptent des prises de parole plus discursives, parfois militantes, tandis qu'une part des usages se déploie dans des formes plus discrètes, faites de circulations et de présences intermittentes.

En France, ces dynamiques ont une dimension particulière. Les discours publics et médiatiques influencent fortement la manière dont les musulmans s'expriment en ligne, les incitant parfois à la prudence, au retrait ou à la réaction, et entraînant des ajustements constants.

Ces écarts constituent le point de départ de ce *policy paper*. Plutôt que de se focaliser sur quelques cas médiatisés ou sur les lectures alarmistes qui les entourent, le texte s'attache à comprendre pourquoi certaines présences – qu'il s'agisse de créateurs de contenus religieux, de figures *lifestyle* ou de profils plus ordinaires et moins visibles – attirent davantage l'attention que d'autres, comment les plateformes organisent cette visibilité et à travers quels cadres interprétatifs elle est ensuite requalifiée.

1. Comprendre une visibilité fragmentée

Les formes de visibilité musulmane observables sur les plateformes numériques gagnent à être replacées dans un mouvement plus large de transformation des rapports au savoir religieux et à la prise de parole publique. Le numérique n'en est pas le point

de départ. Il en modifie plutôt les conditions pratiques : ce qui devient visible, la manière dont cela circule, et les lieux depuis lesquels la parole s'énonce.

Les discours et pratiques religieux circulaient traditionnellement dans des espaces dédiés, comme les mosquées, les cercles d'étude ou les médersas, qui étaient peu accessibles aux personnes extérieures. Avec les plateformes numériques, ces frontières s'estompent : chacun peut désormais s'exprimer sur des questions de rites et/ou de dogmes sans avoir à passer par ces lieux ni à attendre une quelconque reconnaissance. Dans les usages observés sur les plateformes, la parole religieuse ne s'énonce pas toujours explicitement comme telle. Elle ne s'appuie pas nécessairement sur des figures reconnues ni sur des cadres institutionnels bien établis. Elle apparaît plus souvent de manière diffuse, au détour d'une discussion, dans un commentaire, dans un récit très bref ou à l'occasion d'une remarque liée à une situation du quotidien.

Il n'est pas rare qu'un internaute cite un verset ou pose une question sur une pratique religieuse dans une publication pourtant consacrée à la cuisine, au travail ou à la vie familiale. Et, surtout, les publics qui la reçoivent ne la prennent jamais de manière mécanique et passive. En réalité, ils filtrent, discutent, relativisent ou encore vérifient selon leurs attentes.

Les réactions ne sont donc jamais uniformes. Les critiques adressées aux autorités religieuses, par exemple, peuvent prendre des formes très diverses : un doute exprimé à demi-mot, une remarque ironique, une mise à distance ou même un silence lorsque les porte-parole semblent trop éloignés des réalités vécues.

Cette fragmentation de l'autorité s'accompagne également d'une forme de défiance à l'égard des instances religieuses traditionnelles. Dans plusieurs échanges observés en ligne, notamment dans des espaces de discussion peu institutionnalisés, des internautes expriment parfois de manière explicite des critiques à l'égard de certaines figures religieuses médiatisées. Celles-ci sont fréquemment sollicitées dans les débats télévisés pour commenter l'actualité de l'islam ou parler des musulmans, ce qui contribue à les rendre particulièrement visibles.

Les critiques formulées portent alors moins sur le contenu précis des interventions que sur la position perçue de ceux qui prennent la parole dans l'espace public. Certaines figures sont jugées insuffisamment légitimes sur le plan religieux, soupçonnées de se

conformer aux attentes politiques ou médiatiques, voire d'entretenir des formes de connivence, au risque, selon les commentateurs, de se distancier des expériences ordinaires des fidèles.

Dans ces configurations, ce qui se trouve mis à l'épreuve n'est pas tant l'argument avancé que la possibilité même de parler en position de représentant, dans un espace où la visibilité médiatique devient en elle-même un motif de disqualification.

Dans cet environnement numérique, la légitimité ne disparaît pas, mais elle se reconfigure. Le savoir savant reste important, mais il ne suffit plus toujours à fonder l'autorité. D'autres critères interviennent, plus liés aux formes de présence et aux modalités de prise de parole.

Certaines interventions sont ainsi reconnues lorsqu'elles s'appuient sur des expériences partagées au sein de la communauté, lorsqu'elles font écho à des situations concrètes du quotidien – au travail, en famille, dans les pratiques religieuses ordinaires – ou encore lorsqu'elles évitent d'être perçues comme trop alignées sur des attentes politiques ou médiatiques. À l'inverse, des prises de parole associées à des formes de controverse ou soupçonnées de connivence tendent à être disqualifiées, indépendamment de leur contenu.

Bien évidemment, ces transformations doivent enfin être replacées dans le fonctionnement propre aux plateformes. Prendre acte de cette fragmentation apparaît comme un préalable pour analyser les figures dites « influentes », sans reconduire des diagnostics partiels ou excessivement simplificateurs, peu opérants pour l'action publique.

2. La catégorie d'« influenceurs musulmans » : un raccourci analytique

Parler d'« influenceurs musulmans » revient d'abord à adopter une catégorie commode, mais réductrice. En effet, derrière cette étiquette cohabitent des contenus pluriels qui n'ont ni les mêmes objectifs ni les mêmes formes, dont certains adoptent un ton prescriptif ou clairement religieux ; d'autres relèvent plutôt d'échanges informels, de récits personnels ou d'expériences partagées, parfois sans intention prosélyte. Une revue des usages relevés amène à distinguer les influenceurs culinaires musulmans, les créateurs de contenu autour de la mode, ou encore les acteurs religieux qui font

exclusivement de la *da'wa*, laquelle est un concept coranique qui peut se traduire par appel, prédication, ou invitation à l'islam, et revêt dans l'islam une connotation positive. Du reste, ceux et celles qui pratiquent la *da'wa* mettent en ligne différents contenus religieux tirés du Coran ou des *hadiths*, traduits en français qui accompagnent le musulman au quotidien dans le vécu de sa foi et l'incitent à avoir une pratique religieuse rigoriste.

Un exemple de contenu circulant sur TikTok illustre ces formats de rappel religieux (cf. figure 2). La vidéo montre un Coran ouvert accompagné d'une référence à la sourate numéro 2 du Coran *Al-Baqara* (i.e. La vache) et affiche un extrait du verset connu sous le nom d'*Ayat al-Kursi*. L'image est associée à une mise en scène visuelle simple – notamment un symbole de cœur – destinée à renforcer la dimension émotionnelle du message. Les indicateurs d'engagement observables (plus de 8 000 mentions « j'aime », une soixantaine de commentaires et plus de 150 sauvegardes) témoignent de la circulation de ces micro-contenus religieux sur les plateformes.

Figure 2 : Exemple de contenu religieux circulant sur TikTok : citation coranique et rappel sur la prière



Si la *da'wa* est historiquement portée par des individus *lambdas*, des acteurs religieux structurés ou encore par des mouvements missionnaires comme le Tablighi Jamaat, les plateformes numériques voient aujourd'hui émerger des formes plus ordinaires de *da'wa*, pratiquées par des créateurs de contenus sans formation ni affiliation religieuse institutionnelle. Or, l'usage d'une appellation unique pour désigner ces catégories contribue à les confondre et à invisibiliser des distinctions pourtant décisives, notamment en termes de parcours, de motivations et de modalités concrètes d'appropriation des plateformes. Aussi, ce regroupement brouille les frontières entre des usages explicitement religieux et d'autres, beaucoup plus ordinaires, qui s'imbriquent fréquemment sans intention particulière ni visée normative.

Par ailleurs, il faut dire ici que les individus exposés à ces contenus ne forment pas un public homogène. Leurs manières d'y réagir sont changeantes et discontinues. Ainsi, au fil des recommandations algorithmiques, un internaute peut consulter successivement la recette d'une influenceuse culinaire en hijab, visionner une vidéo de type *lifestyle*, puis être exposé à un court rappel religieux publié par quelqu'un d'autre. Ces circulations montrent que l'exposition à un contenu n'implique ni une adhésion durable ni des effets stabilisés.

Il est également important de souligner que le terme « influenceur » conduit souvent à focaliser le regard sur les personnes elles-mêmes, comme si tout se jouait à leur niveau. Or, la visibilité en ligne ne dépend pas uniquement de trajectoires individuelles. Les plateformes interviennent de manière décisive : leur configuration algorithmique, ainsi que leurs modèles économiques orientent ce qui circule et ce qui reste en retrait. À force de commenter quelques profils très visibles, on tend à oublier le rôle de ces mécanismes, pourtant déterminants dans ce qui apparaît – ou non – sur les écrans. Ce déplacement du regard n'est pas sans conséquence.

Dans le contexte français, où la visibilité de l'islam constitue un point de cristallisation récurrent dans l'espace public (Sakho Jimbira, 2019), certaines réponses institutionnelles tendent à se concentrer sur les individus qui prennent la parole – influenceurs, prédicateurs ou créateurs de contenus – plus facilement identifiables et imputables, plutôt que sur les conditions techniques de circulation qui participent au façonnement des usages.

De ce fait, l'enjeu n'est pas de nier l'existence de discours rigoristes, ni de passer sous silence des contenus qui peuvent, dans certains cas, être problématiques. Il s'agirait plutôt d'éviter des lectures rapides, parfois orientées, lesquelles peinent à saisir la diversité des pratiques numériques. Dans cette perspective, l'expression « influenceurs musulmans » sert surtout de raccourci ramenant à une seule catégorie une grande variété de pratiques, qui diffèrent pourtant selon les profils, les contextes, les motivations des personnes qui s'expriment.

3. Plateformes numériques et recomposition de l'autorité religieuse

Parler de « recomposition » permet d'éviter l'idée d'une opposition trop stricte entre, d'un côté, les autorités religieuses établies, et de l'autre, les figures issues du numérique. Pour rappel, dans la tradition islamique, l'autorité repose depuis longtemps sur des parcours savants structurés au sein de mosquées, de médersas ou de cercles d'étude. L'absence de clergé hiérarchisé – au sens d'une instance située au-dessus des croyants et investie d'un pouvoir sacralisé comme, par exemple chez les Chrétiens, l'absolution des péchés – a toujours favorisé une pluralité de voix. Donc, un imam ou un mufti ne tire sa légitimité que de sa maîtrise des sciences religieuses (*fiqh*, c'est-à-dire la jurisprudence islamique) et de la reconnaissance que lui accorde la communauté. Autrement dit, il demeure un croyant parmi d'autres, sans pouvoir coercitif et cette configuration rend possible la discussion argumentée des avis religieux.

Les plateformes numériques viennent accentuer cette configuration. En effet, en participant à la multiplication des ressources accessibles, en réduisant les médiations institutionnelles et en accélérant la circulation des contenus, elles favorisent la coexistence de formes d'autorité qui étaient auparavant peu connectées.

Aujourd'hui, il est facile de commenter un verset, partager une expérience ou proposer une interprétation sans formation religieuse formelle. Cette dynamique s'accroît durant le Ramadan, où circulent massivement sur Instagram et TikTok des rappels religieux mêlant versets, conseils et récits personnels dans des contextes ordinaires.

Cette manière de s'exprimer modifie la manière dont l'autorité se manifeste. Du reste, dans certains contextes, – par exemple lorsqu'un imam intervient dans une mosquée locale ou qu'un prédicateur est sollicité dans un cadre associatif – les autorités religieuses

déjà établies gardent bien sûr un rôle important. Mais dès que l'on observe ce qui circule en ligne, leur position apparaît moins centrale. D'autres acteurs, parfois proches de pratiques de *da'wa*, y prennent place, non parce qu'ils disposent d'une légitimité institutionnelle, mais parce qu'ils apportent des réponses pratiques, utilisent un langage clair et publient régulièrement.

Ces évolutions ne prennent pas partout la même forme, mais varient selon les pays, les générations, ainsi que les traditions mobilisées. Elles donnent également lieu à des configurations mouvantes où plusieurs manières d'être perçu comme légitime coexistent sans qu'un ordre stable ne s'impose réellement.

Les plateformes accentuent ces déplacements : formats courts, circulation rapide et algorithmes favorisent des prises de parole plus directes, parfois polarisées, redéfinissant l'autorité visible en ligne.

Les publics, eux, observent, comparent et sélectionnent selon leurs propres critères – un rôle souvent sous-estimé mais central dans la régulation des discours.

Ainsi, l'autorité religieuse ne disparaît pas à l'ère numérique : elle se reconfigure, se fragmente et circule autrement, au fil des usages.

4. Visibilités féminines, hijab et usages ordinaires

Figure 3 : Image d'une influenceuse portant le hijab qui réalise un tutoriel de maquillage en face de son téléphone tenu par un rigging professionnel



© freepik

Parmi les formes de visibilité musulmane qui prennent corps en ligne, celles portées par des femmes – et plus particulièrement par celles en hijab – occupent une place singulière. Cette spécificité ne tient pas tant aux contenus eux-mêmes qu’aux interprétations qui leur sont immédiatement associées. Dans d’autres groupes sociaux, des usages comparables seraient totalement inaperçus, comme dans certains univers numériques chrétiens ou d’autres espaces de production de contenus religieux ordinaires. Mais lorsque ce sont des femmes musulmanes portant le hijab qui publient en ligne, leurs contenus prennent presque mécaniquement une dimension supplémentaire, liée aux significations sociales et politiques associées au hijab.

Le plus souvent pourtant, leurs publications n’ont rien d’exceptionnel : ce sont des moments du quotidien filmés chez elles, des conseils professionnels partagés à la volée, des recettes, des idées esthétiques ou éducatives, réalisés sans volonté particulière de se mettre en scène. Le hijab y apparaît comme un élément parmi d’autres de la présentation de soi, et non pas forcément comme un message religieux ou politique. Cette simplicité contraste fortement avec les lectures dominantes, qui tendent à interpréter toute visibilité féminine voilée comme une prise de position idéologique, ainsi que les lectures hégémoniques du hijab comme signe d’enfermement.

Il faut également rappeler que ces présences ne s’inscrivent pas toujours dans une démarche de prise de parole publique. Dans nos enquêtes, beaucoup de femmes rencontrées utilisent les plateformes de manière tout à fait ordinaire : pour garder le contact, partager un moment de leur journée, suivre l’avancement d’un projet ou simplement échanger avec leurs proches.

Dès que leur appartenance religieuse devient visible, des gestes pourtant très ordinaires sont volontiers interprétés comme des prises de position, par des publics variés – internautes, commentateurs ou acteurs inscrits dans les débats publics. Face aux distorsions d’interprétation dont elles font souvent l’objet, de nombreuses femmes ajustent progressivement la manière dont elles se présentent en ligne. Par exemple, en négociant leur manière de se montrer, en évitant certains sujets – comme des prises de position politiques explicites ou des débats religieux controversés –, ou encore en limitant la portée de leurs publications.

La visibilité devient alors pour beaucoup de femmes portant le hijab le terrain d'une négociation permanente, notamment avec les attentes des publics en ligne, les normes implicites des plateformes ou encore les regards familiaux et communautaires qui traversent ces espaces. Plus largement, leurs pratiques en ligne invitent à repenser la manière dont s'articulent le genre, l'expression religieuse et l'exposition publique. Alors que certains hommes adoptent des prises de parole plus frontales ou prescriptives, nombre de femmes préfèrent des modes d'expression plus discrets, ancrés dans le quotidien. Ainsi, loin des prises de position doctrinales, ces présences diffuses témoignent d'une autre manière de naviguer dans l'espace numérique, souvent négligée par les analyses institutionnelles, quoique éclairante pour comprendre la diversité des présences musulmanes en ligne.

À ce titre, ces visibilité féminines ne relèvent ni de stratégies d'influence, ni d'actes de transgression ; elles témoignent avant tout d'usages ordinaires, façonnés par des contraintes spécifiques, mais aussi porteurs de déplacements subtils dans la manière d'habiter l'espace numérique.

5. Contexte français et fabrication du soupçon

En France, les présences musulmanes en ligne ne surgissent pas dans un espace neutre. Elles prennent place dans un environnement déjà chargé de débats, de tensions récurrentes et de controverses anciennes. Les polémiques autour du voile, du niqab ou du burkini, les discussions sur les menus dans les cantines scolaires, les débats sur la laïcité et le « séparatisme », ainsi que plus récemment les propositions visant à interdire le jeûne du Ramadan aux mineurs, contribuent à installer un climat où toute expression visible de religiosité musulmane peut être interprétée comme problématique. Ce climat est régulièrement réactivé par certaines prises de position politiques ou médiatiques qui tendent à réinscrire ces questions dans un registre conflictuel ou identitaire.

Ces catégories, solidement ancrées dans le débat public, influencent la réception des contenus bien avant que ceux-ci soient réellement examinés. Plusieurs travaux ont montré que l'évolution récente de la conception française de la laïcité a étendu l'exigence de neutralité au-delà des institutions pour concerner de plus en plus les individus eux-mêmes. Dans un tel contexte, une publication pourtant banale – une photo du

quotidien, une remarque personnelle, un moment partagé en famille – peut facilement être perçue comme porteuse d'un message plus large que celui entendu par son auteur. Les prises de position médiatiques et institutionnelles autour de certaines controverses – par exemple les débats sur l'interdiction de l'abaya à l'école ou ceux relatifs aux menus dans les cantines scolaires – contribuent à renforcer ces dynamiques. À répétition, ces situations acquièrent une importance symbolique sans rapport avec leur fréquence réelle et participent à structurer des représentations collectives qui débordent largement les usages observés.

Ce climat a des effets concrets sur les comportements en ligne. Conscients du risque de surinterprétation, beaucoup d'utilisateurs ajustent progressivement leurs manières d'apparaître en ligne, par exemple en évitant les sujets susceptibles de susciter la controverse, en s'abstenant de commenter les débats liés au voile ou à l'actualité internationale impliquant des pays majoritairement musulmans, ou encore en privilégiant des contenus plus ordinaires, centrés sur la cuisine, la vie familiale ou les activités quotidiennes. D'autres utilisateurs se tournent vers des espaces plus restreints, tels que des comptes privés, des groupes fermés ou des échanges réservés à un cercle limité d'abonnés.

Dans le même temps, la médiatisation de certaines figures religieuses invitées à commenter l'actualité de l'islam sur des chaînes d'information continue alimente régulièrement des débats sur leur légitimité à parler au nom des musulmans. Les controverses suscitées par leurs interventions, comme celle de l'imam Mehdizade, vice-président de la conférence des imams de France, chiite qui s'exprime au nom des musulmans de France, ou celles de l'imam Chalgoumi, régulièrement sollicité dans ces espaces médiatiques, rendent visibles les tensions entourant cette légitimité. À ce propos, plusieurs enquêtes récentes témoignent d'une distance persistante des musulmans à l'égard du Conseil français du culte musulman. Dans un tel contexte, les prises de parole deviennent de plus en plus individuelles, ce qui expose davantage celles et ceux qui choisissent de s'exprimer en ligne.

Cette configuration, sans être homogène ni stabilisée, contribue à rendre plus incertaines les références collectives et à déplacer les formes d'autorité, qui se recomposent au fil des usages et des contextes d'énonciation.

Enfin, le soupçon ne naît pas d'un message isolé, mais se construit par accumulation et résonance médiatiques. Il alimente une forme d' « ignorance structurée » : des simplifications et des omissions qui orientent le regard vers les profils les plus polarisants, au détriment des usages ordinaires, qui sont pourtant majoritaires.

6. Angles morts institutionnels et limites des réponses actuelles

Un premier angle mort concerne la place centrale à la notion de risque. L'importance de différencier ces profils d'influenceurs et leur intention est fondamentale pour éviter que les discours institutionnels et médiatiques ne versent dans la confusion entre radicalités islamistes et pratiques musulmanes ordinaires. Par exemple, certaines vidéos de rappel religieux circulant sur TikTok ou Instagram – consistant en la citation d'un verset, un conseil moral ou une invocation – peuvent être perçues comme relevant d'un registre rigoureux, alors même qu'elles s'inscrivent dans des formes courantes de partage religieux. Entre ces contenus, les productions de créatrices voilées très suivies relevant du registre *lifestyle*, et des comptes plus explicitement tournés vers la *da'wa*, les usages apparaissent pourtant hétérogènes.

Or, ces distinctions tendent à être estompées dans certains cadrages médiatiques, notamment lorsque des contenus évoquant des situations géopolitiques impliquant des pays majoritairement musulmans sont interprétés de manière homogénéisante. Une telle lecture suppose des pratiques en ligne toujours cohérentes et intentionnelles, alors que les observations montrent plutôt des parcours discontinus, faits d'alternances, d'ajustements et de variations selon les contextes. En se focalisant sur quelques figures visibles, l'analyse tend ainsi à invisibiliser des usages banals, pourtant majoritaires.

Un deuxième décalage concerne le rapport au temps. Les plateformes donnent l'impression que chaque publication s'inscrit dans une dynamique continue, comme si les pratiques évoluaient de manière linéaire. En réalité, elles évoluent par séquences discontinues : une phase d'activité soutenue peut être suivie d'un ralentissement, d'un changement de registre ou d'un déplacement vers une autre plateforme. Ainsi, certains utilisateurs publient davantage à des moments spécifiques, comme le Ramadan, avant de revenir à des contenus plus ordinaires – cuisine, humour, scènes du quotidien – ou de suspendre temporairement leur activité.

Ces variations temporelles s'accompagnent de formes d'expression elles-mêmes fluctuantes. L'interpréter comme le résultat d'une stratégie maîtrisée revient à lui prêter une cohérence qu'elle n'a pas. Les usages ordinaires – notamment ceux de femmes musulmanes – illustrent bien ces fluctuations : la présence religieuse en ligne se manifeste autant dans des gestes du quotidien comme la préparation de repas pour l'*iftar* – illustrée en figure 3, qui montre un moment de rupture du jeûne –, le partage de moments familiaux ou des conseils liés au jeûne, que dans des récits professionnels où certaines créatrices de contenu évoquent leur activité entrepreneuriale, leur parcours d'études ou leur expérience de travail tout en apparaissant avec le hijab. Ces formes discrètes de prise de parole contribuent à modifier, de manière progressive, la manière dont la visibilité religieuse est perçue. Elles font émerger des modes de présence plus diffus, moins frontaux, qui échappent en partie aux catégories habituelles de lecture.

Figure 3 : Image d'une famille se prenant en photo pendant l'iftar



© freepik

La manière d'envisager les publics mérite également d'être interrogée. Les dispositifs de régulation reposent souvent sur l'idée d'internautes passifs, exposés à des contenus qui produiraient sur eux des effets directs et prévisibles. Cette représentation apparaît notamment dans certains discours publics ou institutionnels associant la circulation de vidéos religieuses en ligne à des risques de « radicalisation » ou de « salafisation culturelle ». Or, cette lecture ne correspond qu'en partie à ce que montrent les observations. Dans leurs usages ordinaires, les utilisateurs trient certains contenus, en comparent d'autres, discutent à l'occasion, ou les ignorent simplement. Ils circulent ainsi entre contenus

religieux, échanges amicaux, divertissements ou informations liées à leur vie professionnelle.

Il est également opportun de tenir compte de la dimension vécue de la visibilité. Les plateformes ne servent pas uniquement à diffuser des messages ou des normes : ce sont aussi des espaces où l'on cherche à être reconnu, à partager un bout de son histoire ou à maintenir des liens. En se focalisant surtout sur les expressions les plus visibles, les réponses publiques risquent de passer à côté de ces dimensions plus discrètes pourtant structurantes des usages numériques.

Enfin, l'approche institutionnelle reste souvent marquée par une difficulté persistante à penser la pluralité interne de l'islam. Les pratiques numériques sont alors envisagées comme les manifestations d'un ensemble homogène, alors même que les différences doctrinales, sociales, culturelles et générationnelles sont profondes. En raisonnant ainsi, on aboutit à des réponses globales qui passent à côté des situations concrètes et peuvent renforcer le sentiment de mise à distance ressenti par les personnes concernées.

Ces limites ne témoignent pas d'un manque d'engagement, mais plutôt d'un décalage entre des outils d'analyse hérités d'un autre contexte et des pratiques en ligne qui évoluent sans cesse.

Tant que cet écart subsiste, les politiques publiques risquent non seulement de perdre en précision, mais aussi d'alimenter – malgré elles – les dynamiques de soupçon qu'elles cherchent justement à réduire.

7. Transformations des visibilitées religieuses à l'ère des plateformes numériques

L'un des premiers changements observables concerne la manière dont l'autorité religieuse se manifeste en ligne. Celle-ci ne disparaît pas avec le numérique, mais elle ne s'exprime plus uniquement à travers des cadres institutionnels clairement identifiés. La parole circule désormais dans des espaces où se mêlent savoirs savants, récits personnels et échanges informels. Ces registres coexistent, se croisent et s'entrelacent, sans que leurs frontières soient toujours explicitement définies.

Un second déplacement concerne la manière même dont la visibilité se construit en ligne. Être mis en avant sur une plateforme ne signifie ni représenter un collectif ni exercer une influence durable. La circulation des contenus dépend largement de paramètres techniques et économiques qui échappent aux intentions des personnes qui

publient Les systèmes de recommandation, les formats favorisant l'engagement ou encore les logiques propres à chaque plateforme jouent un rôle déterminant dans ce qui apparaît à l'écran, circule largement ou, au contraire, demeure marginal.

Dans le contexte français, ces recompositions prennent toutefois place au sein d'un paysage interprétatif déjà fortement balisé par les débats publics et institutionnels, où des catégories dominantes – laïcité, intégration ou encore radicalité – orientent d'emblée la manière dont les contenus sont lus et interprétés. Le numérique agit alors comme un espace d'amplification : il rend plus perceptibles des tensions et des désaccords préexistants, sans en être nécessairement l'origine. Les formes de distance à l'autorité ou les divergences internes deviennent plus visibles, ce qui peut donner l'impression d'une rupture plus radicale qu'elle ne l'est en réalité.

Dans cette perspective, plutôt que d'opposer un « avant » et un « après » numérique, l'enjeu est d'identifier les ajustements en cours, ainsi que les déplacements progressifs qu'introduisent les plateformes dans la circulation des paroles religieuses. En considérant les visibilités musulmanes en ligne comme des configurations situées, évolutives et relationnelles, il devient possible d'éviter des lectures homogénéisantes. Cette perspective offre un cadre d'analyse plus ajusté aux dynamiques observées et plus opérant pour l'élaboration de réponses publiques attentives à la diversité des usages.

Par ailleurs, il est utile de rappeler que ce qui devient visible en ligne ne dépend pas uniquement des personnes qui publient. Les plateformes jouent un rôle structurant à travers leurs algorithmes, leurs formats, leurs logiques de viralité ou encore de monétisation qui façonnent ce qui apparaît à l'écran, circule ou reste hors-champ. Réduire cette visibilité à une simple décision individuelle reviendrait à oublier tout cet environnement technique et économique qui façonne la mise en avant des contenus. La dimension temporelle appelle également à la nuance en sens que les trajectoires numériques ne sont pas linéaires. Certaines présences gagnent en visibilité puis s'effacent, d'autres changent de ton, de format ou de registre. Il arrive même que des comptes disparaissent soudainement. Lire ces parcours comme des lignes droites figerait des dynamiques qui sont, par nature, changeantes.

Enfin, aucune figure visible ne saurait être considérée comme représentative d'un ensemble aussi hétérogène que les pratiques musulmanes en ligne. Ces dernières sont situées, différenciées et traversées par des clivages générationnels, sociaux et doctrinaux. Sans nier l'existence de tensions, ces repères invitent surtout à porter une attention plus fine à la diversité concrète des usages et aux contextes dans lesquels les contenus prennent sens. Lorsque cette pluralité est ignorée, les réponses publiques tendent à regrouper sous des catégories générales des réalités pourtant distinctes. Ce type de simplification favorise des interprétations rapides et peut conduire à des diagnostics imprécis, qui compliquent l'élaboration de réponses réellement adaptées aux dynamiques observées.

Références

McGoey, L. (Ed.). (2014). *An Introduction to the Sociology of Ignorance: Essays on the Limits of Knowing* (1sted.). Routledge. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.4324/9781315771106>

Proctor, R. & Schiebinger, L. (2008). *Agnology: The making and unmaking of ignorance*. Palo Alto, CA:Stanford University Press.



© Aline Deschamps, 2025

De la chaire à la plateforme numérique : redéfinir l'autorité religieuse en ligne

Michele Martini

Repenser l'influence religieuse à l'ère du numérique

Au cours des dernières années, les plateformes numériques ont pris une place centrale dans la manière dont les acteurs religieux communiquent, s'organisent et interagissent avec leurs publics. Ce qui a commencé comme une transition progressive vers la participation en ligne s'est transformé en une reconfiguration à grande échelle des écosystèmes de communication religieuse. Cette évolution reflète non seulement l'innovation technologique, mais aussi une transformation culturelle plus large dans la manière dont l'autorité, l'expertise et l'appartenance sont négociées dans les sociétés contemporaines. Dans ce contexte, la figure de l'influenceur religieux en est venue à symboliser à la fois le dynamisme et les ambiguïtés de la religion numérique.

Dans ce contexte, notre argument principal est que les influenceurs religieux ne doivent pas être considérés comme des personnalités isolées qui remodelent de manière indépendante la sphère religieuse. Ils s'inscrivent au contraire dans un système de communication multi-acteurs qui s'étend aux environnements en ligne et hors ligne et qui comprend les autorités institutionnelles, les professionnels des médias, les communautés de base, les mouvements de dévotion et les infrastructures des plateformes. Chacun de ces acteurs participe à façonner la visibilité, la légitimité et l'authenticité perçue des messages religieux, et, par là même, leur influence.

L'un des principaux facteurs de cette multiplicité réside dans la légitimation croissante de la communication numérique au sein des milieux religieux. Auparavant considérés avec scepticisme, les outils numériques sont désormais jugés indispensables par de nombreux groupes religieux pour l'action pastorale, la coordination interne et la visibilité mondiale. Cette légitimation a ouvert la voie à de nouvelles formes d'expression religieuse, telles que les rituels diffusés en direct, les chatbots basés sur l'IA simulant des dialogues avec des saints défunts, ou encore les applications remplissant la fonction des chapelets chrétiens et des malas bouddhistes, mais elle a également exacerbé des tensions de longue date concernant la question de savoir qui a le droit de s'exprimer, d'interpréter ou de représenter la foi. Il n'est pas rare que les espaces numériques amplifient des frictions déjà présentes hors ligne : frictions sur l'autorité doctrinale, sur l'accès aux publics, sur le contrôle des récits institutionnels et sur les frontières entre orthodoxie et dissidence.

Dans ce contexte, le terme « influenceur religieux » doit être compris comme un terme générique. Il englobe un large éventail de rôles et d'activités qui dépassent largement l'image stéréotypée d'un individu charismatique publiant du contenu à caractère spirituel. Les influenceurs religieux peuvent être des créateurs de contenu, des membres du personnel des médias institutionnels, des opérateurs de diffusion en direct, des développeurs d'applications, des organisateurs locaux, des éducateurs religieux et des professionnels hybrides qui allient une culture théologique à une expertise médiatique. Pour comprendre les influenceurs religieux, il faut donc cartographier les interactions entre des acteurs qui disposent de types d'autorité, de ressources et de contraintes très différents. Pour donner un sens à ces interactions, il est utile de distinguer les dynamiques horizontales des dynamiques verticales.

La dynamique horizontale désigne le champ relationnel créé par les grands réseaux sociaux (tels qu'Instagram ou TikTok), où les utilisateurs, quelle que soit leur appartenance religieuse officielle, disposent de moyens de communication comparables. Sur les principales plateformes sociales, un laïc croyant doté de compétences médiatiques, un prédicateur charismatique, un groupe de jeunes paroissiens ou une association pieuse utilisent tous à peu près les mêmes outils pour partager, commenter, remodeler ou diffuser en direct. Cette dimension horizontale donne naissance à des environnements flexibles et rapidement adaptables où l'appartenance religieuse est souvent redéfinie de bas en haut, en s'appuyant sur de nouvelles formes de reconnaissance par les pairs et d'intimité. Elle permet l'émergence de voix alternatives ou minoritaires qui peuvent différer des positions institutionnelles tout en trouvant un écho dans les expériences vécues de certains publics.

C'est souvent le cas des groupes dissidents, vulnérables ou radicaux, qui ont fréquemment recours aux plateformes numériques pour échanger des informations tout en limitant leur visibilité publique et en contrôlant l'accès à leur communauté (par exemple, QAnon ou la Scientologie). En raison de la nature fermée de ces groupes, leurs membres forment souvent des communautés très soudées, caractérisées par le sentiment partagé de détenir un savoir ésotérique et par une bulle d'information hermétique. La dimension horizontale rendue possible par les plateformes numériques favorise également l'émergence de créateurs semi-professionnels, des personnes qui ne sont ni ordonnées ni nommées par une institution, mais qui deviennent néanmoins des interprètes influents de la vie religieuse grâce à leurs compétences esthétiques, narratives et relationnelles.

Les dynamiques verticales, quant à elles, mettent en évidence le flux structuré de communication qui découle des hiérarchies religieuses existantes. Dans de nombreuses traditions, telles que l'Église catholique ou l'islam chiite, l'autorité religieuse est formellement stratifiée : les dirigeants définissent la doctrine ou les messages officiels, des instances intermédiaires les transposent dans des formats adaptés, puis des communicants (par exemple, des équipes médiatiques ou des porte-parole institutionnels) les adaptent et les diffusent. Néanmoins, aujourd'hui, cette chaîne de production ne s'arrête pas au moment de la publication. Une fois diffusés dans les environnements numériques, ces messages sont souvent repris par des influenceurs qui les réinterprètent, les contextualisent ou les réarrangent visuellement pour un public plus large. Leurs abonnés les partagent à leur tour et y réagissent, étendant ainsi la

construction du sens au-delà du contrôle institutionnel. Leurs abonnés partagent ensuite ces messages et y réagissent, étendant ainsi la chaîne de construction du sens au-delà du contrôle institutionnel. Les flux verticaux montrent donc comment l'autorité traditionnelle continue d'avoir de l'importance, mais aussi comment elle se remodèle à mesure qu'elle traverse les différentes couches de médiation.

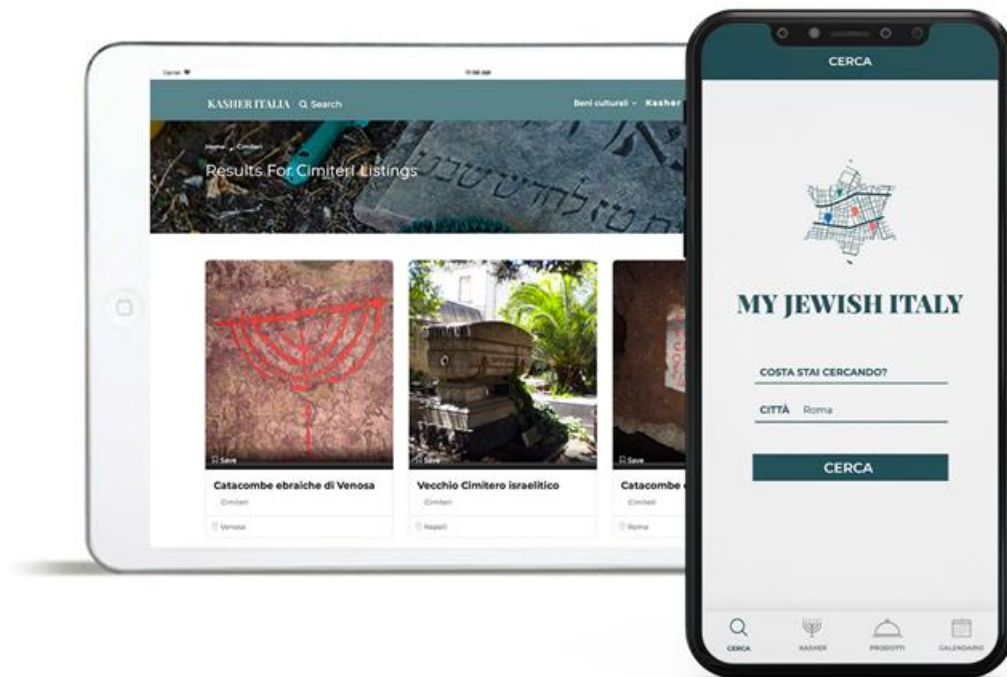
Chaque étape de la chaîne de production implique des choix d'interprétation, des décisions esthétiques ou des filtres technologiques qui influencent la manière dont le message est perçu par le public. Cela englobe les codes visuels et les caractéristiques textuelles, le choix des hashtags, ainsi que les partenariats stratégiques avec d'autres influenceurs. Cette évolution se reflète dans l'émergence de nouveaux professionnels des médias au sein des institutions religieuses, notamment des webmasters et des créateurs de contenu, qui jouent de plus en plus le rôle de gardiens, de traducteurs de l'identité institutionnelle et de conservateurs de l'expérience religieuse pour des publics internationaux.

Il est essentiel que les décideurs politiques, les institutions publiques et les parties prenantes engagées dans les questions de pluralisme religieux, de gouvernance en ligne et de cohésion civique reconnaissent la double dimension horizontale et verticale de la communication religieuse. Les influenceurs religieux ne sont pas simplement des individus charismatiques, mais la surface visible de transformations plus profondes dans la manière dont l'autorité religieuse est exercée, négociée et distribuée à travers les infrastructures numériques. En conséquence, nous allons maintenant explorer brièvement les divers rôles qui relèvent de l'influence religieuse, examiner leurs objectifs et leurs stratégies de légitimation, et analyser comment les acteurs institutionnels et non institutionnels recréent l'autorité religieuse en ligne. Enfin, nous aborderons les risques émergents liés à l'automatisation, aux contenus générés par l'IA et à l'amplification potentielle des chambres d'écho.

Analyse de la main-d'œuvre numérique dans la religion contemporaine

Les influenceurs religieux forment un groupe très hétérogène. Certains sont des entrepreneurs indépendants qui identifient des manques au sein de leurs communautés et y répondent par le biais de l'innovation technologique. D'autres s'inscrivent dans de grandes structures institutionnelles, où leur travail est dans le prolongement de priorités pastorales, éducatives ou missionnaires de longue date. D'autres encore opèrent dans les espaces culturels situés entre ces deux pôles, traduisant leurs sensibilités religieuses

personnelles en produits numériques qui trouvent un écho auprès de publics spécifiques. D'une manière générale, on peut distinguer trois grandes catégories d'applications : premièrement, celles qui soutiennent ou transforment les pratiques rituelles ; deuxièmement, celles qui s'inscrivent dans le cadre de missions institutionnelles ; et troisièmement, celles qui remplissent principalement des fonctions d'affirmation de l'identité au sein d'une tradition religieuse.



La première dimension de ce travail, souvent négligée, est le développement d'outils numériques qui soutiennent ou transforment la pratique rituelle.

Dans certaines communautés, telles que les communautés juives orthodoxes, l'accomplissement des rituels implique des calculs complexes et le recours à des experts. Dans ce contexte, des influenceurs développent des applications destinées à guider les

pratiquants étape par étape, à automatiser le calcul des dates rituelles ou encore à offrir un accès direct à des spécialistes qualifiés. Ces outils répondent à des préoccupations très concrètes, permettant par exemple à un croyant vivant loin de sa communauté d'observer les lois de pureté avec davantage d'assurance. De même, une famille récemment engagée dans la pratique religieuse peut s'appuyer sur une application — comme *Muslim Pro* ou *My Jewish Everything* — pour comprendre les exigences d'un rite qu'elle n'a pas appris dans son enfance. L'outil numérique devient alors un pont entre tradition et vie contemporaine, en réduisant la dépendance à l'égard d'intermédiaires en face à face et en offrant une assistance discrète, permanente et facilement accessible.

Alors que certaines applications poursuivent un objectif clairement normatif, d'autres créateurs développent des produits plus ludiques, symboliques ou visant à affirmer une identité religieuse. Ainsi, un programmeur évoquant son attachement au souvenir du son du shofar entendu lors des grandes fêtes juives à la synagogue peut concevoir une application mobile reproduisant ce son. Pour les utilisateurs, celle-ci ne constitue pas un substitut rituel, mais plutôt un dispositif ludique suscitant familiarité, nostalgie ou curiosité. Son objectif n'est pas d'instruire ou de réglementer la pratique, mais de constituer un point de repère culturel qui permette aux utilisateurs de se sentir connectés à une tradition. De tels projets naissent souvent d'expériences vécues personnelles ou d'un intérêt pour l'innovation technologique, plutôt que d'un mandat institutionnel, mais ils participent néanmoins aux formes contemporaines d'engagement religieux.

Une troisième forme d'activité des influenceurs s'inscrit dans le cadre de missions institutionnelles. Dans de nombreuses traditions bien établies, la production de contenus numériques est devenue un élément essentiel des stratégies de pastorale et de communication à l'échelle mondiale. Les influenceurs qui travaillent dans ces contextes ne se contentent pas de publier du texte ou des images. Ils collaborent avec le clergé, filment des cérémonies rituelles, gèrent des comptes sur les réseaux sociaux ou élaborent des contenus narratifs destinés à toucher un public international. Leur travail peut inclure la diffusion en direct de cérémonies importantes depuis des lieux sacrés, la préparation de courts documentaires présentant le patrimoine religieux aux spectateurs, ou la création de plateformes multilingues permettant aux croyants dispersés de conserver un sentiment d'appartenance. Un jeune prêtre travaillant en Terre Sainte, par exemple, peut enregistrer des commentaires en voix off pour des processions diffusées en direct, afin que les spectateurs au Brésil, en Italie ou aux États-Unis puissent se sentir spirituellement présents dans des lieux qu'ils ne pourront peut-être jamais visiter.

Malgré leurs parcours variés, ces acteurs partagent une caractéristique commune : ils occupent un espace liminal entre l'autorité religieuse établie et le paysage numérique en pleine évolution. Leurs compétences se développent souvent de manière informelle, par l'autoformation ou l'expérimentation à petite échelle, plutôt que par des parcours professionnels structurés. De nombreux influenceurs acquièrent une expertise technologique par intérêt personnel ou grâce à des réseaux de pairs, tandis que leurs connaissances religieuses peuvent provenir d'une expérience vécue plutôt que d'études formelles. Ce positionnement hybride leur confère une grande autonomie, mais les place également dans des situations où des questions éthiques et doctrinales doivent être négociées sans précédent clair.

Comme leur travail est façonné à la fois par leurs convictions personnelles, leurs compétences techniques et les attentes de leur communauté, les influenceurs religieux se retrouvent souvent à créer de nouvelles formes d'autorité. Leurs décisions – comment présenter un rituel, quels commentaires supprimer, quelles images mettre en avant, quelle interface adopter – façonnent de manière subtile mais significative la façon dont le public aborde les contenus religieux en ligne. Dans le cas d'une application calculant les dates des rituels, par exemple, la confiance repose non seulement sur la tradition religieuse, mais aussi sur l'algorithme chargé de l'interpréter. De même, lors de la diffusion en direct de cérémonies, les choix de mise en scène d'une jeune équipe médiatique peuvent influencer la manière dont des publics à travers le monde imaginent les espaces sacrés et les personnes qui les habitent. Les influenceurs religieux représentent ainsi l'un des acteurs les plus dynamiques et les plus diversifiés de l'écosystème médiatique religieux contemporain. Ils démontrent que la communication religieuse n'est plus aujourd'hui l'apanage exclusif des figures ordonnées ou des personnalités charismatiques en ligne. Elle est au contraire coproduite par des individus dont l'expertise réside dans la fusion de compétences techniques et d'imagination religieuse, et dont le travail élargit l'éventail des façons dont les gens apprennent, pratiquent et vivent leur foi.

L'architecture de l'influence : objectifs et légitimité dans la religion numérique

À mesure que la communication religieuse s'intègre de plus en plus aux médias numériques, les activités des influenceurs religieux révèlent un ensemble d'ambitions récurrentes qui guident leur travail en ligne. Bien que leurs parcours, leurs affiliations institutionnelles et leurs compétences médiatiques varient considérablement, on peut

identifier quatre grands objectifs qui animent leur présence numérique et façonnent la manière dont ils élaborent, diffusent et justifient leur contenu. Ces objectifs ne fonctionnent pas de manière isolée : ils se recoupent et se renforcent mutuellement, créant ainsi un écosystème de sens et de légitimité.

Le premier objectif concerne la réaffirmation et la revitalisation des récits religieux dans les environnements médiatiques contemporains. Les influenceurs évoluent dans des économies de l'attention hautement concurrentielles où le contenu religieux doit se démarquer parmi d'innombrables autres formes de narration. Leurs publications et leurs vidéos sont donc conçues pour réintégrer des récits anciens dans des formes esthétiques captivantes. Un court métrage tourné sur un lieu de pèlerinage, comme ceux produits par le Christian Media Center ou le ministère du Hadj peut juxtaposer des plans panoramiques de paysages à des passages des Écritures lus en voix off, offrant aux spectateurs la sensation de découvrir une histoire sacrée d'une manière vivante, presque cinématographique. Ces contenus ne se contentent pas de transmettre des informations. Ils transforment les traditions religieuses en expériences visuellement évocatrices qui semblent ancrées à la fois dans la mémoire ancestrale et dans un style de communication moderne. Ce faisant, les influenceurs affirment subtilement leur légitimité en tant que médiateurs de ces récits.

Un deuxième objectif consiste à susciter une résonance émotionnelle et une identification personnelle. Les influenceurs savent que les publics numériques sont attirés par l'authenticité, l'intimité et les récits personnels. C'est pourquoi nombre de leurs productions mettent en avant les témoignages de croyants, souvent enregistrés lors de pèlerinages ou d'événements communautaires. Dans ces cas-là, les influenceurs religieux s'appuient souvent sur d'autres croyants pour étayer leurs récits. Ils peuvent par exemple interviewer un couple décrivant comment une visite à Bethléem a transformé leur compréhension de Noël, ou un jeune bénévole se remémorant le moment où un lieu sacré lui a « parlé ». Ces récits offrent aux spectateurs un aperçu de la foi non seulement en tant que doctrine, mais aussi en tant qu'expérience vécue et partagée. En mettant en avant de tels témoignages, les influenceurs se positionnent comme des facilitateurs de rencontres qui semblent authentiques, accessibles et spirituellement significatives, tout en réaffirmant la sainteté d'un rituel ou d'un lieu.

Un troisième objectif consiste à renforcer l'appartenance religieuse transnationale et la solidarité communautaire. Les supports numériques permettent aux influenceurs de

rassembler des publics dispersés à travers les continents, les langues et les contextes culturels.

Une vidéo enregistrée à Nazareth peut être publiée simultanément en portugais, en arabe, en anglais et en italien, permettant ainsi aux spectateurs, du Brésil à la Syrie, de se sentir interpellés par le même message. Dans des contextes où les minorités religieuses sont confrontées à une fragilité politique ou sociale, une telle visibilité mondiale peut devenir une ressource importante. Par exemple, une procession filmée à Gaza qui met en avant la persévérance d'une petite communauté chrétienne donne aux spectateurs à l'étranger le sentiment que ces groupes locaux ne sont ni invisibles ni abandonnés.

Grâce à ces diffusions, les influenceurs contribuent à dessiner les contours d'une communauté religieuse plus large : une communauté imaginée à travers les écrans, liée par des histoires communes et soutenue par des connexions numériques.

Un quatrième objectif, qui prend de plus en plus d'importance, consiste à donner aux spectateurs les moyens de devenir des participants actifs dans la diffusion religieuse. Les influenceurs ne considèrent pas leur public comme des destinataires passifs. En effet, ils les encouragent souvent à partager du contenu, à commenter les publications et à utiliser ces ressources au sein de leurs propres réseaux. Ainsi, tout en renforçant le rôle de l'influenceur religieux, les spectateurs numériques deviennent des évangélistes potentiels, élargissant ainsi la portée du message initial. Un pèlerin qui se souvient d'une vidéo à son arrivée sur un lieu saint et dit à ses créateurs : « Je regarde ça toutes les semaines », ne se contente pas de reconnaître sa consommation, mais affirme une relation dans laquelle le travail de l'influenceur s'est intégré à sa pratique personnelle. Les influenceurs renforcent fréquemment cette dynamique en rappelant aux spectateurs que le fait de republier ou de transférer un clip est en soi une forme de participation à une mission collective. Ces gestes créent un sentiment d'action partagée : l'influenceur fournit (ou promeut) le contenu, mais le croyant contribue à le diffuser dans la sphère publique.

Au-delà de tous ces objectifs, la légitimité apparaît comme une préoccupation centrale. Les influenceurs religieux évoluent dans un champ de communication où l'autorité est depuis longtemps ancrée dans les structures institutionnelles, la formation officielle et les rôles sacramentaux. Pour pénétrer ce champ par la voie numérique, ils doivent démontrer pourquoi leurs voix, leurs interprétations et leurs médiations méritent d'être

prises au sérieux. Cette préoccupation n'est pas abstraite : elle façonne le ton, l'esthétique et l'architecture narrative de leur contenu. Leur légitimité doit être continuellement mise en œuvre et réaffirmée, car les plateformes qu'ils utilisent rendent l'autorité plus fluide, plus contestable et plus dépendante de la reconnaissance du public que ne l'ont jamais été les contextes religieux traditionnels. En réponse, ils développent des stratégies de communication spécifiques.

Pour gérer cette tension, les influenceurs s'appuient notamment sur des répertoires religieux reconnaissables. Lorsqu'une vidéo s'ouvre sur un lent panoramique d'un sanctuaire familial (par exemple, le Saint-Sépulcre ou la Kaaba), sur l'influence d'un geste liturgique (par exemple, l'Eucharistie catholique ou l'appel à la prière islamique), ou sur un gros plan d'une icône à laquelle les croyants s'identifient immédiatement (par exemple, une représentation du Christ Pantocrator ou de la Roue du Dharma), l'influenceur puise efficacement dans un réservoir de mémoire religieuse partagée. Ces choix visuels signalent implicitement une continuité plutôt qu'une rupture, indiquant que le format numérique ne remplace pas la tradition mais la prolonge. Une caméra s'attardant sur les marches de pierre d'une basilique de Terre Sainte ou sur les chants d'une procession rassure doucement les spectateurs sur le fait que ce qu'ils voient appartient à une lignée de pratiques dévotionnelles acceptées. L'écran numérique devient une surface sur laquelle les symboles hérités sont réinscrits.

Parallèlement, les influenceurs s'inspirent largement des codes stylistiques des professionnels des médias contemporains. Les images en haute définition, le montage soigné, les voix off posées et les transitions fluides font écho au langage visuel des journaux télévisés et des documentaires. Cette familiarité esthétique confère de la crédibilité : elle inscrit le contenu religieux dans des formats de communication déjà considérés comme faisant autorité dans la société laïque. Une messe diffusée en direct, enregistrée avec plusieurs caméras, un son stable et des plans soigneusement cadrés, ressemble moins à une émission amateur qu'à un événement délibérément conçu pour avoir une portée publique. Elle indique aux spectateurs que l'influenceur respecte non seulement le caractère sacré du rituel, mais maîtrise également les outils de communication nécessaires pour transmettre ce caractère sacré de manière convaincante.

Ces stratégies stylistiques s'ajoutent à une autre : l'intégration de voix qui jouissent déjà d'une autorité religieuse officielle. Lorsqu'un influenceur passe le micro à un prédicateur

local, à un responsable monastique ou à un guide expérimenté se tenant près d'un site sacré, le segment qui en résulte allie la légitimité institutionnelle du clergé au rôle de facilitateur propre à l'influenceur. L'influenceur ne supplante pas l'autorité du chef religieux et ne s'y soumet pas non plus simplement. Au contraire, il se positionne comme l'intermédiaire qui rend cette voix audible à un public plus large. Le fait d'enregistrer et de diffuser les paroles du prêtre devient en soi une forme de travail de légitimation. L'influenceur démontre qu'il bénéficie de la confiance de l'institution, qu'il est le bienvenu dans les espaces sacrés et qu'il est capable de traduire des significations religieuses complexes en formats numériques accessibles. Il est intéressant de noter que la dynamique inverse se produit également : en choisissant d'apparaître aux côtés du clergé ou des anciens de la communauté, les influenceurs communiquent subtilement qu'ils font eux aussi partie du tissu de la vie religieuse, même si leur expertise réside dans les médias plutôt que dans la théologie. La familiarité avec laquelle ils présentent un rituel, suscitent une explication religieuse ou guident le regard du spectateur à travers un paysage sacré souligne leur capacité à s'exprimer depuis l'intérieur de la tradition plutôt que depuis sa périphérie. Un jeune vidéaste expliquant la signification d'une procession de fête tout en marchant aux côtés d'un frère franciscain n'est pas simplement un narrateur, car ils assument ensemble la garde du sens.

Cette interaction entre l'autorité héritée et la maîtrise des nouveaux médias est au cœur des stratégies de légitimation des influenceurs. Leur contenu est efficace lorsqu'il parvient à convaincre les spectateurs que la médiation numérique n'altère en rien l'expérience religieuse, mais en facilite au contraire l'accès. En mêlant symboles sacrés, esthétique professionnelle et discours institutionnels, les influenceurs se présentent comme des interlocuteurs crédibles, capables de guider les croyants à travers les paysages numériques contemporains sans rompre le lien avec les racines profondes de leur tradition.

Le pape dans votre poche : plateformes numériques et autorité religieuse établie

Alors même que les nouveaux influenceurs religieux se multiplient, les plateformes numériques restent un espace ouvert, façonné par les utilisateurs : un espace dans lequel les chefs traditionnels font désormais leur entrée et s'installent. Dans ce contexte, même les grands chefs religieux, figures historiquement protégées par plusieurs niveaux de médiation institutionnelle, peuvent pénétrer dans une arène communicative où leur autorité coexiste avec la possibilité d'une rencontre directe et sans filtre. En d'autres

termes, si cet espace n'efface pas les hiérarchies traditionnelles, il redéfinit la manière dont elles sont perçues, mises en œuvre et négociées. Lorsqu'un leader mondial tel que le pape apparaît sur Instagram avec une simple légende telle que « Priez pour moi », le message circule dans les mêmes flux qui véhiculent des clichés de vacances, des appels militants et des soutiens de célébrités. Bien que l'image puisse être produite par une équipe de professionnels et s'inscrire dans des stratégies ecclésiastiques de longue date, elle atterrit dans un espace où toutes les publications apparaissent par ordre chronologique et où les utilisateurs peuvent aimer, commenter ou partager avec un minimum de friction. En ce sens, l'environnement numérique suspend une partie de la distance cérémonielle associée à l'autorité institutionnelle. Le pape s'agenouillant en prière privée ou embrassant un enfant n'est pas médiatisé par la liturgie ou le protocole, mais par le même langage visuel vernaculaire utilisé par des millions d'utilisateurs ordinaires. Il en résulte un recadrage du leadership religieux, à la fois exalté et accessible.

Cette ouverture horizontale modifie également la manière dont l'autorité est conférée et reconnue. Les plateformes numériques mettent l'accent sur l'engagement affectif, la réactivité et la visibilité entre pairs. Lorsqu'un chef religieux regarde directement la caméra dans une courte vidéo, qu'il s'exprime ou même qu'il reste silencieux d'une manière qui suggère qu'il s'adresse directement au spectateur, cela crée un effet de proximité intime. Le chef religieux semble sortir du cadre monumental de l'espace institutionnel pour entrer dans l'écran personnel du croyant. Pourtant, cette proximité n'élimine pas la hiérarchie. Au contraire, elle produit une nouvelle forme d'autorité qui mêle le pouvoir symbolique du leadership traditionnel à la relationnalité informelle caractéristique des interactions numériques.

La reconstruction de l'autorité en ligne passe également par un équilibre délicat entre les images. Les photographies montrant un dirigeant entouré d'une foule, présidant des cérémonies ou se tenant dans des lieux emblématiques réaffirment le poids institutionnel et la continuité théologique. Mais celles-ci peuvent être entremêlées d'images mettant en avant le contact physique, les gestes quotidiens ou la contemplation intime, invitant ainsi les fidèles à percevoir le dirigeant comme une figure humaine ancrée dans des univers émotionnels partagés. Par exemple, une image du pape posant sa main sur l'épaule d'un fidèle tout en conservant le code visuel caractéristique de la tenue papale crée un pont entre les modes de présence hiérarchiques et horizontaux. Le spectateur est invité à ressentir à la fois de la proximité et de la révérence, de l'empathie et de l'admiration.

Ce mode d'autorité hybride, ancré dans des structures séculaires mais adapté aux normes de communication de la culture numérique, repose largement sur la dimension visuelle. Les expressions faciales, la posture et le cadrage deviennent des outils grâce auxquels les dirigeants gèrent la tension entre distance et intimité. Une série de publications relatives à un voyage papal, par exemple, peut symboliquement effacer la distance géographique en apparaissant sur l'écran d'un fidèle à São Paulo ou à Manille quelques secondes seulement après avoir été prises à Rome ou à Jérusalem. La proximité numérique, créée par une exposition répétée et des formats accessibles, transforme des dirigeants autrement lointains en présences récurrentes dans le quotidien des utilisateurs.

Il en résulte une autorité religieuse à la fois réaffirmée et réajustée : une autorité qui ne se limite plus aux cadres formels, mais qui s'exerce en permanence dans l'interaction entre symbolisme hiérarchique et interaction horizontale. Cette forme d'autorité repose sur l'engagement volontaire de l'utilisateur (par exemple, s'abonner, « aimer » ou partager) et sur la volonté du leader de s'inscrire dans un écosystème communicatif où la visibilité est constante, le retour d'information immédiat et la légitimité coproduite par la circulation des images. Dans cet environnement, le charisme du leader n'est pas simplement donné, mais orchestré et mis en scène en temps réel.

En conclusion, les plateformes numériques ne sapent pas tant l'autorité religieuse qu'elles ne reconfigurent la manière dont celle-ci est perçue et maintenue. Elles créent une sphère publique dans laquelle les dirigeants institutionnels, les influenceurs religieux et les croyants ordinaires se côtoient, séparés par de profondes différences de statut mais unis par les formats de communication « à plat » propres à ce média. L'autorité s'exerce désormais à travers des gestes, des images et des signaux relationnels, luttant pour attirer l'attention dans un environnement de plus en plus concurrentiel. En ce sens, la sphère numérique élargit les possibilités du leadership religieux en ouvrant de nouveaux canaux de présence et d'influence : des opportunités soutenues par le travail simultané des influenceurs religieux à tous les niveaux.

Au-delà de l'influence humaine : automatisation, IA et l'avenir de la religion numérique

À mesure que l'influence religieuse ne cesse de s'étendre, de nouveaux défis apparaissent, qui exigent une attention constante de la part des décideurs politiques, des acteurs de la société civile et des institutions religieuses elles-mêmes.

L'une des préoccupations les plus pressantes concerne le rôle croissant de l'automatisation, des contenus générés par l'IA et de l'amplification par les bots dans la formation du discours en ligne. Les comptes automatisés peuvent simuler un enthousiasme dévotionnel, créer des tendances artificielles ou amplifier des discours polarisés. Les systèmes d'IA peuvent générer des messages religieux synthétiques, imiter des voix faisant autorité ou produire des images persuasives sans contrôle humain. Ces évolutions risquent de brouiller les frontières entre l'expression authentique et les contenus fabriqués artificiellement. Si rien n'est fait, ces outils pourraient contribuer à la formation de « chambres d'écho » de plus en plus fermées, où les utilisateurs ne rencontrent que des contenus qui renforcent leurs croyances existantes. Dans les contextes religieux, où l'identité, la communauté et la moralité sont en jeu, cette dynamique peut être particulièrement déstabilisante. Les chambres d'écho peuvent évoluer d'environnements de sens partagé vers des zones de radicalisation, où les voix dissidentes sont exclues, l'autorité institutionnelle est délégitimée et les interprétations extrémistes prolifèrent.

Ces risques remettent en cause l'équilibre fondamental entre la liberté d'expression et l'intérêt général. Cette même ouverture numérique qui permet une communication religieuse riche, créative et pluraliste peut, sous l'influence de la manipulation automatisée, devenir un vecteur de désinformation, d'animosité sectaire et de radicalisation idéologique. C'est pourquoi les futurs cadres réglementaires devront examiner comment l'IA, les systèmes de recommandation et l'amplification automatisée façonnent la communication religieuse.

En effet, deux enjeux majeurs se recourent ici. D'une part, on observe une utilisation de plus en plus répandue des outils d'IA par le grand public, qui ne dispose pas d'une éducation aux médias suffisante. Bien que ce phénomène fasse encore l'objet d'études, le risque d'une dépendance excessive à l'égard de l'IA pour la prise de décisions morales et éthiques (en particulier chez les personnes vulnérables ou socialement isolées) ne doit pas être sous-estimé. Le fait que le pape Léon ait récemment demandé aux prêtres de cesser d'utiliser des outils d'IA pour rédiger leurs sermons témoigne en soi de l'ampleur qu'a déjà prise ce phénomène, même au sein du clergé. D'autre part, le déséquilibre des rapports de force entre les institutions gouvernementales et les grandes entreprises technologiques risque de limiter l'efficacité de l'intervention et de la réglementation de l'État. Cela soulève des inquiétudes quant à la responsabilité démocratique, car les décisions cruciales concernant la gouvernance des données, la transparence

algorithmique et les risques sociétaux sont de plus en plus façonnées par les intérêts privés des entreprises plutôt que par les institutions publiques.

Dans ce contexte, les institutions publiques devront renforcer leur coopération avec les fournisseurs de plateformes, les chefs religieux et la société civile afin de garantir la transparence, de promouvoir l'éducation aux médias et de veiller à ce que les espaces numériques restent propices à des échanges religieux ouverts, pluralistes et constructifs. Dans ce nouveau contexte, les influenceurs religieux peuvent jouer un rôle crucial. Au-delà de leurs compétences en communication et de leur culture théologique, ils devront assumer une responsabilité éthique en contribuant à la construction d'espaces numériques plus sûrs et plus pluralistes. En encourageant le dialogue au-delà des différences, en remettant en question les contenus clivants ou automatisés et en donnant l'exemple de pratiques de citoyenneté numérique fondées sur le respect et l'ouverture, ils peuvent lutter contre les pressions de l'automatisation qui risquent de fragmenter la vie religieuse en ligne.

Bibliographie :

Campbell, H. A., & Tsuria, R. (Eds.). (2021). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. Routledge.

Evolvi, G. (2018). *Blogging my religion: Secular, Muslim, and Catholic media spaces in Europe*. Routledge.

Golan, O., & Martini, M. (2022). *Sacred Cyberspaces: Catholicism, New Media, and the Religious Experience* (Vol. 13). McGill-Queen's Press-MQUP



Le pape, un influenceur politique à l'ère des plateformes numériques ?

Damian Guzek

Méthodologie

Cet article adopte une approche discursive fondée sur la recherche en médias et communication, en se concentrant sur les discours articulés de divers groupes d'utilisateurs catholiques des médias et des plateformes de médias sociaux – distinction tirée de Klinger et al. (2024) sur l'autorité numérique du pape François. Premièrement, le discours peut être compris ici comme une unité structurée produite par des processus d'articulation humaine (Laclau et Mouffe 1985 ; Mouffe 2013, 2005 ; Torfing 1999). Deuxièmement, l'articulation, telle qu'elle apparaît dans ce processus, se déroule dans le

contexte de l'utilisation des médias et des plateformes de réseaux sociaux, qui servent d'espaces où les significations sont négociées et temporairement stabilisées (Bimber et Gil de Zúñiga 2020 ; Rasmussen 2014). Troisièmement, l'autorité numérique peut être comprise comme un pouvoir relationnel, un fournisseur de rôles et d'arguments négocié au sein d'environnements de communication en réseau (Campbell 2023 ; Guzek 2024).

Cette analyse repose sur des données empiriques recueillies lors d'entretiens individuels approfondis menés auprès d'un groupe socio-démographiquement diversifié d'utilisateurs catholiques des médias et des plateformes. L'étude a été menée en collaboration en Pologne, considérée comme un cas marginal au sein du catholicisme mondial, mais symboliquement significative en raison du pontificat et de l'héritage de Jean-Paul II qui ont étendu l'Église catholique au-delà de la théologie vers la géopolitique, le dialogue interreligieux, l'évangélisation mondiale et la visibilité publique du catholicisme (Guzek 2024 ; Lynch 2018 ; Casanova 1994). Les participants ont été recrutés à l'aide d'une stratégie d'échantillonnage en boule de neige. Deux groupes socio-démographiquement distincts ont été sélectionnés : les catholiques formés dans le sillage de Vatican II (catholiques choisis au hasard parmi le paysage religieux du pays) et les catholiques traditionalistes actifs dans diverses communautés, allant de ceux fidèles au pape, comme la Fraternité sacerdotale Saint-Pierre (FSSP), à ceux qui restent dans des relations canoniquement irrégulières avec la papauté, à savoir la Fraternité sacerdotale Saint-Pie X (SSPX).

Ces groupes s'inscrivent dans la continuité des modèles de formation sacerdotale antérieurs au concile Vatican II. Ils utilisent le latin et les rites traditionnels et privilégient généralement un modèle d'enseignement théologique et de discipline spirituelle plus classique. La Fraternité Saint-Pie-X (FSPX) critique plusieurs enseignements du concile Vatican II, notamment ceux relatifs à l'œcuménisme, au dialogue interreligieux et à la liberté religieuse.

En revanche, la Fraternité sacerdotale Saint-Pierre reconnaît l'autorité du pape et adhère au cadre doctrinal du concile, tout en conservant l'usage des anciennes formes liturgiques. La fraternité ne célèbre que les rites et la liturgie traditionnels en latin, tout en restant en pleine communion avec le Saint-Siège.

Le protocole de recherche initial prévoyait 40 informateurs présentant des caractéristiques sociodémographiques variées (sexe, âge, niveau d'éducation, lieu de résidence). Au cours du processus de recherche, l'étude s'est finalement limitée à 30

participants. Cette réduction du nombre de participants a eu une incidence sur la composition de l'échantillon, qui présentait une nette prédominance de jeunes hommes urbains et de traditionalistes.

La procédure analytique s'est déroulée en plusieurs étapes successives. Dans un premier temps, les participants ont été sélectionnés selon une méthode d'échantillonnage en boule de neige, avec l'aide d'informateurs locaux, dans trois régions distinctes du pays, et invités à tenir pendant un mois un journal de leurs activités sur les médias numériques (Berg et Düvel 2012 ; Jürgens et Stark 2017 ; Kaun 2010). Ils avaient pour consigne de noter quand, où et dans quel contexte ils avaient pris connaissance d'informations concernant le pape François, ainsi que leurs réactions, leurs commentaires et leurs réflexions. Le protocole de recherche mettait également l'accent sur l'importance des réponses des utilisateurs et de leur engagement interprétatif.

Une fois les journaux de consommation médiatique numériques recueillis, les données ont fait l'objet d'un codage préliminaire, ce qui a permis d'affiner le guide d'entretien et de mener ensuite des entretiens individuels approfondis. La deuxième série de données ainsi recueillies a ensuite été analysée dans le cadre du contexte papal et de la consommation médiatique (Casero-Ripollés 2020 ; Harrison et Cantor 1997) à l'aide de l'analyse théorique du discours (DTA), qui transpose les approches poststructuralistes et postmarxistes dans la pratique de la recherche sur les médias (Carpentier 2017 ; Carpentier et De Cleen 2007 ; Torfing 1999).

Le corpus a été élaboré à partir de codes *in vivo*, ce qui a permis d'identifier les codes les plus saillants, de définir des points nodaux et de construire des catégories axiales qui sous-tendent le discours et structurent ses chaînes d'équivalence. Il a ainsi été possible d'analyser la manière dont les participants à l'étude positionnaient le défunt pape François face aux défis liés à la religion, aux médias et à la politique, en particulier dans le contexte des influenceurs (Beta 2019 ; Pou-Amérigo 2015).

Les résultats montrent que le pape ne fonctionne pas comme un influenceur au sens strict ; il agit avant tout en tant que pape, en interprétant l'enseignement de l'Église d'une manière qui ne correspond pas toujours aux formulations traditionnelles. Toutefois, la manière dont il est perçu tend de plus en plus à s'inscrire dans des schémas caractéristiques des cultures émergentes d'influenceurs religieux : il devient une figure que les publics suivent, écoutent et critiquent ouvertement.

Le Pape et son agentivité

Le pape François (2013-2025), en tant que chef de l'Église catholique, a souvent fait l'objet d'études sociales contemporaines en raison de la manière singulière dont il exerce sa fonction. D'une part, on peut le décrire comme l'incarnation d'une forme d'humanisme et comme un leader politique et religieux en phase avec le XXI^e siècle. D'autre part, il a été classé parmi les dirigeants ayant suscité de nombreuses controverses parmi les représentants de groupes ecclésiaux plus fermés et tournés vers l'intérieur.

Dans cette première perspective, trois aspects en particulier expliquent l'impact de François. Premièrement, Jorge Bergoglio se caractérisait par une approche distinctive des problèmes sociaux, mettant l'accent sur les valeurs universelles et les défis mondiaux (Golan et al. 2019). Cette approche s'est manifestée, par exemple, lors de sa visite sur l'île de Lampedusa en 2013, où il a attiré l'attention mondiale sur la crise humanitaire des migrants traversant la Méditerranée et a condamné ce qu'il a qualifié de « mondialisation de l'indifférence ». Une approche similaire est apparue dans ses appels concernant l'Afghanistan à la suite de la prise de pouvoir par les talibans en 2021, lorsqu'il a appelé à plusieurs reprises à la solidarité internationale avec la population afghane et à la protection des groupes vulnérables, notamment les femmes et les minorités religieuses.

Deuxièmement, il s'est distingué par un type particulier de leadership moral découlant de sa présence active sur la scène internationale (Fredericks et Tiemeier 2015). Les rencontres interreligieuses organisées par le pape à Assise, qui s'inscrivent dans la tradition des rassemblements pour la paix réunissant des représentants de différentes religions, en sont un exemple flagrant. En soutenant et en participant à de tels sommets, il a positionné la papauté comme un médiateur prônant le dialogue religieux. Troisièmement, François a déclenché une cascade de réactions dans divers domaines de la vie sociale, souvent décrites comme « l'effet François » et observées dans les domaines de la bioéthique, de la consolidation de la paix et de l'aide humanitaire (Gehring 2015). Cela fait notamment référence à son impact direct sur la politique, la bioéthique, l'aide humanitaire et les domaines connexes (Cloutier 2015 ; Gallagher 2015).

Dans le même temps, l'action internationale du pape François a suscité une certaine irritation, qui a parfois abouti à des spéculations sur l'identité de son successeur. À cet

égard, l'ouvrage du biographe du pape Jean-Paul II, George Weigel (2020), revêt une importance particulière, car il met l'accent sur ce qui est important pour l'Église, mais éloigné des intérêts du monde en général. Cette perspective souligne un engagement total à proclamer la doctrine traditionnelle et à maintenir une approche conservatrice de la morale catholique et de la discipline ecclésiale interne.

Étant donné que l'engagement du pape dans les questions politiques et sociales n'a pas toujours été le principal sujet de critique de la part de ses opposants, il convient de se demander si François a, en réalité, endossé un nouveau rôle : celui d'influenceur.

Un examen des relations actuelles entre la religion et le monde des médias ainsi que des plateformes de réseaux sociaux ne laisse guère de doute sur le fait que les influenceurs ont désormais une place bien établie tant en politique qu'en religion. Selon le domaine qui prédomine, les thèmes abordés changent ; toutefois, le mécanisme reste similaire. L'influenceur remplace l'intermédiaire professionnel, devenant le fournisseur direct de contenu. En tant que chef religieux, le pape a sans aucun doute créé des tendances et suscité des attentes au sein des milieux médiatiques (Campbell et Vitullo 2019), notamment en bénissant les couples de même sexe et en promouvant la justice sociale. Parfois, il a semblé réinterpréter les positions doctrinales officielles et les interprétations théologiques d'une manière perçue comme s'écartant de l'enseignement établi et de la politique de communication du Vatican (Zavadilová 2023). Il n'était donc pas simplement un intermédiaire de contenus religieux traditionnellement relayés par le clergé et les théologiens ; au contraire, dans le contexte contemporain, le contournement du contrôle médiatique a permis aux contenus de circuler directement de la figure influente vers ses adeptes.

Pour traiter adéquatement la question de savoir en quoi l'agentivité du pape François constitue un phénomène à l'intersection de l'autorité, du leadership et de la culture des influenceurs, il est nécessaire d'examiner la manière dont les médias catholiques et les utilisateurs des plateformes ont perçu cette agentivité. La question centrale de ce chapitre porte ainsi sur la manière dont les usagers catholiques des médias et des plateformes ont articulé l'agentivité politique et religieuse du pape François.



Ce que disent les utilisateurs à propos du pape François

En examinant l'action du pape François, ce projet part du principe que la figure pontificale émerge de négociations façonnées par la manière dont les publics consomment les médias et les contenus diffusés sur les plateformes (Casero-Ripollés 2020 ; Harrison et Cantor 1997). Les journaux de bord consacrés aux usages numériques ont permis d'identifier à la fois les sources d'information mobilisées et le degré de réflexivité engagé dans leur appropriation. En s'appuyant sur certains courants de la théorie pédagogique anglaise, où la réflexivité est définie comme la capacité à articuler la pensée entre passé, présent et avenir (Silva-Fletcher 2021 ; Baume et Scanlon 2018), il devient alors possible de proposer une échelle simple, allant d'une réflexivité faible à profonde, en passant par un niveau modéré, afin de qualifier les pratiques de consommation médiatique et numérique relatives au pape François.

Au sein de cet écosystème ainsi conçu, ce qui s'articule à travers la consommation de sources d'information particulières devient le fondement des jugements ultérieurs sur le pape François. Dans un deuxième temps, ces articulations sous-tendent la manière dont les croyants catholiques se réfèrent à lui – en tant que Saint-Père, pape François, évêque de Rome, ou simplement Bergoglio.

Ce processus a ensuite été approfondi par des entretiens approfondis, au cours desquels les participants ont révélé les motivations sous-jacentes à leurs attitudes envers le pape

François et les sources de ces attitudes. De cette manière, les positions envers l'Église elle-même sont apparues comme les résultats d'un processus de communication plus large, comme le montrent les deux exemples ci-dessous

De nombreux catholiques ont été scandalisés, tandis que beaucoup de non-catholiques et d'anticatholiques se sont réjouis. Je me souviens qu'il a fallu, une fois de plus, expliquer qui était notre pape — qu'il ne s'agissait pas pour lui d'abandonner l'enseignement séculaire de l'Église... (du moins, je l'espère). DM028, entrée du 24 mars 2021, point 48.

Quelle est votre opinion sur le pape François ? Je dirais qu'elle est positive, voire nettement positive.

Pourquoi donc ? Il me semble qu'il a adopté un certain principe lorsqu'il a pris ses fonctions papales, et d'après ce que j'observe, il est resté cohérent avec celui-ci. Je pense qu'il avait reçu auparavant de nombreux signaux – disons critiques – concernant le fonctionnement de la Curie romaine, mais je crois aussi que c'est quelqu'un qui considère les choses dans une perspective plus large. Par exemple, on en parle beaucoup actuellement du fait qu'il a commencé à nommer des femmes à ce que l'on pourrait appeler des postes administratifs. Je ne m'étais pas rendu compte que c'était un milieu aussi fermé, exclusivement masculin. D'une certaine manière, il semble évoluer dans l'air du temps. Il voit les changements qui s'opèrent. W010, points 17–21.

Les données recueillies ont permis de reconstituer un schéma concernant la perception du rôle de leader du pape François : perception de l'action ; réaction émotionnelle ; expression des points de vue sur le dialogue interreligieux ; et expression des points de vue sur les questions sociales dans l'approche de François, en particulier concernant les réfugiés et les minorités sexuelles. Dans la première dimension, les personnes interrogées ont souligné que le pape occupe un rôle doté d'une capacité d'action spécifique, découlant à la fois de son rôle institutionnel en tant que chef suprême de l'Église catholique et de la signification symbolique de cette fonction au sein de la sphère publique mondiale. Les déclarations des répondants suggèrent qu'ils perçoivent le pape comme un acteur capable d'influencer le débat public, de lancer certains sujets et de les cadrer en termes moraux et normatifs.

Par la suite, les réflexions des personnes interrogées se sont concentrées sur deux axes principaux de réflexion. Le premier concernait le dialogue interreligieux, dans le cadre

duquel les participants ont évalué l'implication du pape dans des initiatives visant à promouvoir la coopération et la compréhension entre les représentants de différentes traditions religieuses. Le deuxième axe portait sur les questions sociales, en particulier celles relatives aux réfugiés et aux minorités sexuelles. Dans ce domaine, les personnes interrogées ont interprété les déclarations et les actions du pape comme s'inscrivant dans une approche pastorale plus large visant à relever les défis sociaux contemporains, même si cela a parfois été perçu comme créant des tensions avec les enseignements traditionnels de l'Église.

L'action politique et religieuse dans le contexte des algorithmes

Dans la mesure où les participants ont mis en avant certains aspects spécifiques du leadership politique et religieux du pape François, il importe d'en identifier les fondements. L'analyse des sources d'information et de leurs modes de consommation montre que le pape, en tant que leader politique, peut apparaître sous trois formes : d'abord comme une fonction investie d'un leadership défini ; ensuite comme un leader en exercice, incarnant et déployant le pouvoir ; enfin comme une figure façonnée par les suggestions algorithmiques, au sein desquelles les systèmes de recommandation tendent à réaffirmer le statut d'une autorité algorithmique. Ce phénomène s'opère par le biais de systèmes de filtrage et de suggestions de contenus similaires tirés de l'univers et de la vie quotidienne des utilisateurs. En s'appuyant sur Heidi A. Campbell (2021, 2010), ce processus peut être interprété comme une adaptation d'un modèle dominant de leadership papal.

Il apparaît clairement que les utilisateurs qui consultent de manière intensive une diversité de sources et font preuve d'un degré plus élevé de réflexivité tendent à adopter un double schème d'accommodation. D'une part, ils perçoivent le pape comme un détenteur du pouvoir, mais aussi comme un acteur capable de l'exercer concrètement. D'autre part, ce pouvoir est indissociable des systèmes de recommandation : le pape apparaît alors comme une figure en partie imposée ou amplifiée par les algorithmes des plateformes. Ainsi se dessine une double articulation, reliant les registres du politique séculier et du leadership spirituel. Le pape, en tant que figure de pouvoir, se trouve simultanément façonné et contraint par des représentations produites et relayées par les logiques algorithmiques.

Conclusion

Les actions de François, décrites dans la littérature comme « l'effet François » (Gehring 2015) et comme des manifestations d'une large capacité d'action, peuvent se résumer à deux éléments interdépendants liés aux perspectives des influenceurs. Contrairement à ce qu'affirment certaines parties de la littérature existante, l'action papale se manifeste d'abord au sein du leadership intra-ecclésial et intra-chrétien, et n'assume qu'ensuite un caractère strictement politique. Plutôt que de partir de l'impact politique, l'activité de François doit être comprise avant tout dans le cadre formateur du leadership chrétien ; lorsque cet impact politique se produit, il est toujours indirect, car le leadership religieux peut façonner les attitudes du public, les cadres éthiques et les débats sur les questions sociales.

Deuxièmement, lorsque l'action papale est examinée sous l'angle de ses sources, une nouvelle dynamique émerge, que le contexte catholique n'avait pas anticipée auparavant. Les études antérieures se concentraient sur la manière dont le pape communique avec les autres, par exemple via les réseaux sociaux (Guzek 2015 ; Vitullo et Mastrofini 2023 ; Campbell et Vitullo 2019). Dans la présente étude, en revanche, des utilisateurs issus de différents courants communiquent leurs attentes et leurs évaluations du pape. Dans un premier temps, ils le soumettent à une analyse s'apparentant à une conception foucauldienne de l'exercice du pouvoir (Foucault 1977, 2000). François apparaît ainsi comme une figure d'autorité classique, comme le montre l'exemple ci-dessous.

Je suis conscient que c'est une mission très exigeante ; elle s'accompagne d'une pression exercée par le monde entier, car il n'a pas seulement affaire à des croyants, mais aussi à des chefs d'État et même à des dictateurs. Je prie pour qu'il puisse exercer ce ministère avec sagesse et ne pas s'égarer en cours de route, car le monde, avec tout son faste et ses tentations, peut facilement induire en erreur et désorienter une personne. J'espère qu'il persévéra et, en tout cas, qu'il n'abandonnera pas. W012, points 37–40.

Par la suite, il est évalué en fonction de ce que les algorithmes proposent aux utilisateurs. Dans ce contexte, Francis s'inscrit dans un modèle où les médias et les plateformes endossent une fonction d'intermédiaire ou un rôle co-constitutif aux côtés de l'influenceur.

Le pape n'agit pas en tant qu'influenceur au sens strict du terme ; il agit en tant que pape, en interprétant l'enseignement de l'Église d'une manière qui ne correspond pas toujours aux formulations traditionnelles (Guzek 2024). Cependant, la manière dont il est perçu revêt des caractéristiques propres aux cultures émergentes des influenceurs

religieux. Il peut être suivi, écouté ou critiqué. Les contre-publics qui l'accompagnent peuvent également revêtir un caractère potentiellement mobilisateur, à l'instar des dynamiques observées en politique et dans la culture populaire (Agergaard 2016 ; Choi et Cho 2017 ; Downey et Fenton 2003). Il est donc nécessaire de mener une nouvelle étude qui inscrive explicitement l'action du pape François dans un modèle analytique de l'influenceur religieux. Un tel cadre permettrait un examen plus systématique de l'imbrication de l'autorité, du leadership, des plateformes médiatiques et de la médiation algorithmique dans la formation du discours public catholique contemporain.

Remerciements

Cet article est le fruit de deux projets intitulés « L'autorité papale transformée par les changements dans la communication », financés par le Centre national des sciences de Pologne (n° 2019/35/B/HS2/00016) dans le cadre du programme Opus 18, et « INFLUPOL : influenceurs et politique à l'ère numérique : exploration des dynamiques entre les influenceurs des réseaux sociaux, les organisations politiques et les citoyens », cofinancé par le Centre national des sciences de Pologne (n° 2024/55/I/HS2/00551).

Bibliographie :

Agergaard, Sine. 2016. "Religious Culture as a Barrier? A Counter-Narrative of Danish Muslim Girls' Participation in Sports." *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health* 8 (2): 2. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2015.1121914>.

Baume, David, and Eileen Scanlon. 2018. "Learning: What Research Can Tell Us about How and Why Learning Happens." In *Enhancing Learning and Teaching with Technology: What the Research Says*, edited by Rosemary Luckin. University College London.

Berg, Matthias, and Caroline Düvel. 2012. "Qualitative Media Diaries: An Instrument for Doing Research from a Mobile Media Ethnographic Perspective." *Interactions: Studies in Communication & Culture* 3 (1): 1. https://doi.org/10.1386/iscc.3.1.71_1.

Beta, Annisa R. 2019. "Commerce, Piety and Politics: Indonesian Young Muslim Women's Groups as Religious Influencers." *New Media & Society* 21 (10): 10. <https://doi.org/10.1177/1461444819838774>.

Bimber, Bruce, and Homero Gil de Zúñiga. 2020. "The Unedited Public Sphere." *New Media & Society* 22 (4): 700–715. <https://doi.org/10.1177/1461444819893980>.

Campbell, Heidi A. 2010. "Religious Authority and the Blogosphere." *Journal of Computer-Mediated Communication* 15 (2): 2. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2010.01519.x>.

Campbell, Heidi A. 2021. *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*. Routledge.

Campbell, Heidi A., and Alessandra Vitullo. 2019. "Popes in Digital Era: Reflecting on the Rise of the Digital Papacy." *Problemi Dell'Informazione*, no. 3: 3. <https://doi.org/10.1445/95658>.

Carpentier, Nico. 2017. *The Discursive-Material Knot: Cyprus in Conflict and Community Media Participation*. Peter Lang.

Carpentier, Nico, and Benjamin De Cleen. 2007. "Bringing Discourse Theory into Media Studies: The Applicability of Discourse Theoretical Analysis (DTA) for the Study of Media Practises and Discourses." *Journal of Language and Politics* 6 (December). <https://doi.org/10.1075/jlp.6.2.08car>.

Casanova, José. 1994. *Public Religion in the Modern World*. University of Chicago Press.

Casero-Ripollés, Andreu. 2020. "Impact of Covid-19 on the Media System. Communicative and Democratic Consequences of News Consumption during the Outbreak." *El Profesional de La Información* 29 (2): 2. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>.

Choi, Su Young, and Younghan Cho. 2017. "Generating Counter-Public Spheres Through Social Media: Two Social Movements in Neoliberalised South Korea." *Javnost - The Public* 24 (1): 1. <https://doi.org/10.1080/13183222.2017.1267155>.

Cloutier, David. 2015. "Pope Francis and American Economics." *Horizons* 42 (1): 1. <https://doi.org/10.1017/hor.2015.47>.

Downey, John, and Natalie Fenton. 2003. "New Media, Counter Publicity and the Public Sphere." *New Media & Society* 5 (2): 2. <https://doi.org/10.1177/1461444803005002003>.

Foucault, Michel. 1977. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Translated by Alan Sheridan. Pantheon.

Foucault, Michel. 2000. *Power*. Edited by James D. Faubion. Translated by Robert Hurley. New Press.

Fredericks, James L., and Tracy Sayuki Tiemeier, eds. 2015. *Interreligious Friendship after Nostra Aetate*. Palgrave Macmillan.

Gallagher, John A. 2015. "Pope Francis' Potential Impact on American Bioethics." *Christian Bioethics: Non-Ecumenical Studies in Medical Morality* 21 (1): 1. <https://doi.org/10.1093/cb/cbu048>.

Gehring, John. 2015. *The Francis Effect: A Radical Pope's Challenge to the American Catholic Church*. Rowman & Littlefield.

Golan, Guy J., Phillip C. Arceneaux, and Megan Soule. 2019. "The Catholic Church as a Public Diplomacy Actor: An Analysis of the Pope's Strategic Narrative and International Engagement." *The Journal of International Communication* 25 (1): 1. <https://doi.org/10.1080/13216597.2018.1517657>.

Guzek, Damian. 2015. "Discovering the Digital Authority: Twitter as Reporting Tool for Papal Activities." *Online - Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 9: 63–80.

Guzek, Damian. 2024. *Portrayals of Pope Francis's Authority in the Digital Age: Flicks and Media Discourses, and User Perspectives*. Vol. 29. Brill.

Harrison, K., and J. Cantor. 1997. "The Relationship between Media Consumption and Eating Disorders." *Journal of Communication* 47 (1): 1. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1997.tb02692.x>.

Jürgens, Pascal, and Birgit Stark. 2017. "The Power of Default on Reddit: A General Model to Measure the Influence of Information Intermediaries." *Policy & Internet* 9 (4): 4. <https://doi.org/10.1002/poi3.166>.

Kaun, Anne. 2010. "Open-Ended Online Diaries: Capturing Life as It Is Narrated." *International Journal of Qualitative Methods* 9 (2): 2.

- Klinger, Ulrike, Daniel Kreiss, and Bruce Mutsvaio. 2024. *Platforms, Power, and Politics: An Introduction to Political Communication in the Digital Age*. Polity Press.
- Laclau, Ernesto, and Chantal Mouffe. 1985. *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. Verso.
- Lynch, Andrew P. 2018. *Global Catholicism in the Twenty-First Century*. Springer.
- Mouffe, Chantal. 2005. *On the Political*. Routledge.
- Mouffe, Chantal. 2013. *Agonistics: Thinking The World Politically*. Verso.
- Pou-Amérigo, M. José. 2015. “Religious Information in the Digital Era. Sources, Influencers, Religious Celebrities?” In *Negotiating Religious Visibility in Digital Media*, edited by Miriam Diez Bosch, Joseph Lluís Micó, and Joseph Maria Carbonell. Facultat de Comunicació I relacions Internacionals Blanquerna Universitat Ramon Llull.
- Rasmussen, Terje. 2014. “Internet and the Political Public Sphere.” *Sociology Compass* 8 (12): 12. <https://doi.org/10.1111/soc4.12228>.
- Silva-Fletcher, Ayona, host. 2021. *Principles of Feedback*. Module 1, Topic 17. Aired July 26. University of London PGCert LTHE course materials.
- Torring, Jacob. 1999. *New Theories of Discourse: Laclau, Mouffe and Žižek*. Wiley-Blackwell.
- Vitullo, Alessandra, and Fabrizio Mastrofini. 2023. “Catholic Church’s Communication in the Era of Bergoglio: Balancing Tradition and a New Leadership.” *Religions* 14 (2): 2. <https://doi.org/10.3390/rel14020194>.
- Weigel, George. 2020. *The Next Pope: The Office of Peter and a Church in Mission*. Ignatius Press.
- Zavadilová, Tereza. 2023. “Vatican’s Media Strategy on War in Ukraine.” *Kultura Media Teologia* 56: 13–24. <https://doi.org/10.21697/2023.56.02>.