

COMPTE RENDU NON THÉMATIQUE



OBADIA Lionel, 2013, *La marchandisation de Dieu. L'économie religieuse*. Paris, CNRS Éditions, 250 p. (Marc-André Morency)

Dans cet ouvrage, rédigé d'une main habile et expérimentée, Lionel Obadia ne défend aucune thèse, et ne veut non plus, par son titre, suggérer la perversion du fait religieux par l'économie capitaliste. Il retrace plutôt (chronologiquement ?) la naissance du champ d'études pluridisciplinaires qu'est l'économie religieuse. S'agit-il là de l'économie *et* de la religion, de l'économie *dans* la religion, de l'économie *de* la religion, ou encore de l'économie *comme* religion ? Obadia se garde volontairement d'être clair à ce propos, chacune de ces avenues analytiques ayant participé au façonnement de l'économie religieuse. La conséquence en est un flou certain sur sa nature, malgré une brève définition (p. 56). À la manière d'une revue littéraire, c'est-à-dire sans cadrage théorique, l'auteur enchaîne de multiples thèmes dont le nombre aurait sans doute gagné à être réduit. Quelques redondances se glissent dans le propos, mais celui-ci n'en est pas moins riche.

Puisque « la religion est sans doute chose trop sérieuse pour être laissée à l'évaluation des religieux eux-mêmes » (p. 15), le décloisonnement de l'analyse religieuse des frontières théologiques et anthropologiques a permis l'emprunt, par des sociologues surtout, des modèles théoriques de l'économie fondés sur les principes de choix rationnel et de marché. Le tout émerge d'un constat : le religieux et l'économique, à l'encontre de la thèse de la sécularisation voulant que le second écrase le premier, se sont toujours trouvés quelques atomes crochus. Obadia, dans un habile détour sur les objets d'étude de l'anthropologie classique tels que le *potlach* et la *kula*, réfute à cet effet l'idée d'une collaboration uniquement contemporaine entre l'économique et le religieux. Mais au-delà de Malinowski, c'est plutôt Max Weber, appuyant la thèse de l'essor conjoint du capitalisme et du protestantisme, qui semble agir comme socle théorique.

Plus près de nous, l'auteur aborde de manière critique l'hypothèse, trop analogique et peu analytique, du capitalisme *comme* religion. Plus fondées selon lui, il approfondit les questions du marchandisage (*merchandising*) religieux, de la mise en marché d'objets de culte près des centres touristiques de pèlerinage, par exemple, et celle des Églises-entreprises – à savoir des groupements religieux qui, comme éponges du moderne, adoptent des modèles corporatifs du religieux.

Mais « une organisation, confessionnelle ou laïque, qui mobilise les techniques et les circuits modernes de l'information et de la communication se transforme-t-elle pour autant en entreprise commerciale ? » (p. 89). Évitions ce déterminisme, insiste l'auteur. Empiriquement, l'influence économique sur le religieux ne laisse pas entrevoir le glissement ontologique d'une nature à une autre. Le problème que l'économisme résout, toutefois, est celui de l'analyse durkheimienne du religieux basée sur un lien *essentiel*, jamais *contractuel* et *clientéliste*. Cela s'impose pourtant dans les économies contemporaines de la magie ou de l'occulte, « déplacement émancipatoire » (p. 167) en réponse à la violence du capitalisme, selon les Comaroff. Plus évident encore, dans l'optique d'un « marché du religieux » (p. 200), on ne s'étonne plus de la consommation, en Occident, des traditions orientales importées de terroirs dits intrinsèquement mystiques. Le yoga y figure en première position, moins pour ses bénéfices réels que pour le capital symbolique qu'il

charrie. Mais la métaphore du marché religieux global (circulation et ouverture) demeure risquée, d'abord pour les replis identitaires contemporains qui lui font contrepoids, et parmi eux les fondamentalismes, puis pour sa propension à interpréter en termes économiques des compétitions d'abord géopolitiques.

Par ailleurs, ce paradigme de l'économie religieuse peut-il s'extraire du contexte néolibéral nord-américain, sur lequel le religieux (et l'individu religieux) s'adosse(nt), et se transposer sans heurt vers l'Europe, par exemple, où les théories séculières demeurent ? Rien n'est moins clair. L'économie religieuse, l'économie *de* la religion, Obadia confirme-t-il enfin (p. 235), risque de voir ses jeunes fondations ébranlées. Peut-être n'aura-t-elle été qu'une tentative, qui aura au moins eu l'heureuse conséquence de questionner le postulat irrationnel qui hante le fait religieux, en y irriguant de l'utilitarisme.

Le pari de Lionel Obadia de « faire connaître au lecteur la complexité d'un champ avec ses auteurs, ses modèles, ses concepts, ses débats » (p. 235) est réussi. Mais cette complexité se traduit dans l'ouvrage, qui laisse l'impression d'un labyrinthe théorique. On le pardonnera à l'auteur qui, en contrepartie, excelle dans la nuance. Ni partisan avoué de l'économisme dans les sciences religieuses, ni son pourfendeur, Obadia fait hommage à ce que l'anthropologie sait faire de mieux : mettre en perspective. *La marchandisation de Dieu...*, ouvrage introductif, ne l'oublions pas, s'adresse surtout aux scientifiques sociaux du religieux et de l'économie, ainsi qu'aux théologiens cherchant de nouvelles pistes d'analyse pour appréhender le fait religieux qui ne peut plus cacher ses arrimages à l'économie (capitaliste).

Marc-André Morency
Département d'anthropologie
Université Laval, Québec (Québec), Canada