

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

## Les ambivalences du succès monastique. Étude de cas

### **This is the author's manuscript**

*Original Citation:*

*Availability:*

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/1639448> since 2018-11-01T12:10:04Z

*Published version:*

DOI:10.1177/0037768617712346

*Terms of use:*

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

# Les ambivalences du succès monastique. Étude de cas.

## 1. Introduction

Cet article se propose d'explorer les dynamiques de succès d'un monastère et les effets qu'il produit sur la vie monastique, sur son organisation interne et sur les relations avec le monde extérieur. Sur la base d'une recherche empirique consacrée à la communauté de Bose<sup>i</sup>, l'une des nouvelles organisations monastiques qui compte parmi les plus connues et les plus actives d'Europe, nous retraçons l'histoire du changement institutionnel et organisationnel que cette dernière a vécu – originellement pauvre, anonyme et suspectée de déviance, elle est à présent aisée, médiatiquement exposée et exemplaire – et examinons les répercussions d'une telle transformation sur l'identité des moines et des moniales. Telle est la question qui guide l'analyse: le succès de la communauté – qui se traduit par le confort économique, la notoriété et la surexposition médiatique – a-t-il altéré le projet et l'esprit originels?

Afin de répondre à cette question, nous associons les outils offerts par la sociologie de la religion à ceux qui ont été forgés dans le cadre des études organisationnelles. Dans cette optique, nous nous appuyons sur la thèse, formulée par Philip Selznick (1949), de l'hétérogénéité des fins qui consiste à dire qu'en essayant de survivre, de se développer et d'avoir du succès, une organisation peut s'éloigner des objectifs qui ont présidé à sa création, allant même parfois jusqu'à les "trahir". Selon Selznick – qui a dénoncé, dans une étude devenue classique, les processus dégénérateurs de la Tennessee Valley Authority en montrant "la tyrannie des moyens sur les fins" –, la trahison des buts premiers est une conséquence non désirée et inattendue de l'adaptation de l'organisation à l'environnement, c'est-à-dire à l'ensemble des centres de pouvoir qui œuvrent afin de conditionner les stratégies et les desseins de l'organisation. Une quinzaine d'années après cette recherche, Selznick (1957) soutient que seul l'exercice d'un leadership charismatique peut contrecarrer les logiques dégénératives et assurer la fidélité de l'organisation à son mandat initial.

La conclusion de Selznick convoque deux concepts, cruciaux pour la sociologie de la religion, que nous entendons utiliser pour analyser le leadership d'Enzo Bianchi qui a mené Bose au succès: le charisme et l'*agency*. En ce qui concerne le premier, il convient de souligner l'interprétation processuelle de la notion wébérienne de charisme, qui invite à en faire une lecture socioconstructiviste (Joosse, 2014). Quant au second concept, c'est l'acception d'*agency* religieuse qui est ici retenue dans la mesure où elle permet d'appréhender les choix et les actions que les individus réalisent afin de produire, de reproduire ou de modifier les structures religieuses (Leming, 2007). Accueillant favorablement l'invitation à étendre le concept d'*agency* au champ religieux

(Mahmood, 2005), nous nous attacherons donc, dans cet article, à scruter le lien – négligé dans la littérature scientifique – entre charisme et *agency*, en partant de l'idée que cette dernière alimente le charisme qui, à son tour, facilite l'*agency*.

Dans les faits, une approche fondée sur la connexion entre la sociologie des organisations et la sociologie de la religion aide à préciser la question de recherche – comment et pourquoi Bose a-t-elle changé? – en permettant d'y greffer d'autres interrogations: étant donné que Bianchi est un parfait inconnu lorsqu'il fonde Bose, quels actes favorisent la naissance et la croissance de son charisme? À travers quelles stratégies donne-t-il vie à une forme alternative de monachisme et que révèlent-elles de son *agency*? Quelles sont les modalités d'interaction de l'*agency* et du charisme qui, tel que nous le postulons, s'alimentent mutuellement? Le succès de Bose a-t-il poussé la communauté à s'éloigner des fins, des valeurs et de l'esprit des origines? Enfin, est-ce qu'un tel succès présente des ambiguïtés à même de susciter des réserves?

Concrètement, nous retracerons l'histoire récente de Bose afin de mettre en exergue, en nous appuyant sur les propos tenus par les moines et les moniales interrogés, tant les choix qui ont porté Bose au succès (partie 2.1) que les effets de ce dernier sur la vie de la communauté (partie 2.2). Dans la discussion (3<sup>ème</sup> partie), nous nous demanderons si le succès que remporte Bose l'a transformée au point de remettre en question les objectifs et les valeurs originels. Cette réflexion nous portera à considérer le rapport entre l'*agency* de Bianchi et son charisme. En conclusion (partie 4), nous résumerons les principaux résultats obtenus et nous soulèverons quelques questions qui ouvrent des pistes pour de futures enquêtes.

## **2. Un Janus aux deux visages : le succès et ses coûts. Les résultats de la recherche de terrain**

Afin d'examiner les facteurs de succès de Bose et ses conséquences sur la vie de la communauté, considérons à présent les changements les plus significatifs de son histoire que, par souci de clarté, nous avons synthétisé dans le tableau suivant:

*Tab 1. Bose entre hier et aujourd'hui*

L'analyse des résultats résumés ci-dessus se développe en deux parties. Dans un premier temps, nous retraçons l'histoire de Bose en nous concentrant sur l'interaction féconde entre croissance économique, processus d'institutionnalisation et reconnaissance canonique. Nous examinons, dans un second temps, la réaction de la communauté vis-à-vis du succès, les risques qui en découlent selon les protagonistes et les stratégies mises en œuvre afin d'y faire face.

### *2.1 Croissance économique et visibilité sociale. Les secrets du succès intramondain*

En 1970, un des témoins des prémices de Bose écrivait:

Un groupe de chrétiens de différentes confessions occupe depuis deux ans les quelques masures abandonnées par la poignée d'habitants ayant migré en ville. On ne peut pas vraiment parler de maisons: le vent siffle à travers le moindre interstice [...] Il n'y a même pas l'électricité. Il n'y a que la foi paradoxale de ces amis qui se proposent de préparer, dans la pauvreté absolue, le christianisme de demain (Balducci, 1971, 231-232).<sup>ii</sup>

Quinze ans après ce témoignage, la communauté a largement prospéré. Les nombreux jeunes qui y sont entrés ont permis, grâce aux salaires perçus pour leurs travaux à l'extérieur du monastère et à quelques emprunts auprès de leurs familles, le financement des premiers travaux de rénovation des maisons. C'est cependant la création, en 1983, d'une maison d'édition au sein du monastère qui marque un réel tournant dans les stratégies de subsistance. Cette première activité entrepreneuriale conforte en effet le fondateur dans l'idée de transposer la force de travail à l'intérieur de la communauté (voir Tab. 1, ligne 1): le verger, le potager, l'atelier qui réalise des céramiques en grès et des icônes, la menuiserie, la maison d'édition et la typographie composent l'éventail des activités professionnelles auxquelles s'adonnent, dès lors, les moines et moniales. Bien qu'un tel retour dans l'enceinte du monastère dénote le renouement avec la tradition de la clôture, il est exempt de toute critique envers le monde extérieur. Des motifs d'ordre économique concourent à le justifier; ces derniers n'étant pas dénués de clairvoyance si l'on considère que la communauté réussit à vendre l'intégralité de sa production au moyen du magasin qu'elle abrite en son sein.

C'est donc avec le retour de la force de travail dans le giron de la communauté que s'enclenchent non seulement le réveil économique, mais aussi le processus de croissance et d'institutionnalisation qui la portera à se conformer progressivement à la grammaire monastique traditionnelle, au détriment du dynamisme et de l'informalité des origines. Une série de changements dans l'usage de l'espace sacré illustre de manière exemplaire les impulsions formalisatrices. Ainsi, alors que dans la première chapelle (située à l'intérieur du monastère) les moines et les hôtes s'asseyaient les uns à côté des autres, dans la seconde chapelle, cette disposition a été substituée par un agencement en forme de "U", c'est-à-dire que les moines se placent autour de l'autel et les invités dans les espaces qui leur sont réservés. Cette modification a également suscité l'introduction de l'habit liturgique: au milieu des années quatre-vingt, le fondateur décide de faire endosser la coule blanche à ses disciples (ligne 2). Néanmoins, le changement le plus important a lieu au milieu des années quatre-vingt-dix, lorsque la communauté décide d'utiliser ses économies afin de construire une église en dehors du monastère. Cette décision – qui supprime la déclaration originelle selon laquelle "l'hospitalité ne devra jamais être synonyme de grande affluence" – constitue un moment charnière car la communauté s'ouvre alors au tourisme religieux (voir ligne 3). Conformément aux prévisions,

l'église attire un large public aux motivations hétérogènes: on s'y rend pour prier, pour visiter, pour faire des achats ou par curiosité. De même, la réorganisation de l'accueil, rendue possible par la croissance des ressources économiques, se place sous le signe d'un plus grand formalisme. En effet, alors qu'au début une ambiance familiale prévalait du fait que les hôtes mangeaient avec les moines et étaient hébergés en toute simplicité dans des locaux adjacents aux cellules, les invités disposent dorénavant de leur propre réfectoire et dorment dans l'hôtellerie – un bâtiment moderne et doté de tout le confort requis, situé en retrait des maisons de la communauté (ligne 4).

Ces données attestent que le développement de Bose a bénéficié d'une ample légitimation sociale, d'une assise consensuelle informelle qui a favorisé les flux économiques et précédé de loin l'approbation juridique de l'institution ecclésiale (2001). De fait, l'attribution d'un cadre juridique n'a pas eu d'influence sur le financement de la communauté, qui percevait déjà d'importants subsides de la part de fondations privées pour l'organisation de séminaires œcuméniques. Sa croissance réticulaire – la communauté a ouvert trois fraternités en Italie et une à l'étranger (ligne 5) – a également été favorisée par des subventions bancaires qui ont aidé à payer les travaux de rénovation et d'aménagement des locaux dans lesquels les moines se sont installés.

Pour conclure ce paragraphe, nous désirons récapituler les facteurs qui nous semblent être à l'origine du succès de la communauté. Loin de vouloir établir un lien de causalité, nous nous limitons à reconnaître une relation dialectique entre les variables qui entrent en jeu. Autrement dit, nous soutenons que les composantes du succès se révèlent en tant que telles car, d'un côté, elles ont contribué à le produire et, de l'autre, elles en résultent. Quatre d'entre elles nous semblent primordiales:

1. *Le développement territorial.* Le succès de Bose a suscité de nombreuses vocations et a été, à son tour, stimulé par l'ouverture de nouvelles communautés. Actuellement, la communauté n'est plus une organisation compacte : elle a pris la forme d'un réseau dont les ramifications sont faiblement connectées entre elles mais rigidement reliées à la maison mère;
2. *Le tourisme religieux.* La hausse vertigineuse des demandes de séjour à partir du début des années quatre-vingt-dix a poussé la communauté à bureaucratiser toujours plus le service d'hospitalité. C'est ainsi qu'une équipe d'accueil, qui a pour fonction de sélectionner les pèlerins et de veiller au bon déroulement de leur séjour, a été créée;
3. *La visibilité médiatique.* Nommée "surexposition" par Bose, elle renvoie à l'intérêt prononcé des médias télévisuels et de la presse ainsi qu'aux écueils qui en dérivent. Les membres précisent toutefois que la curiosité médiatique n'est pas suscitée par la communauté en tant que telle, mais par le leader charismatique qui, au vu de l'augmentation exponentielle des demandes de

participation à des programmes télévisés, à des festivals culturels ou à des articles de journaux, en est venu à limiter ses sorties publiques;

4. *La disponibilité économique.* Paradoxalement, c'est l'économie charismatique mise en place par la communauté à partir de ses racines monastiques qui a concouru à sa sortie des circuits religieux, le succès du marché ayant ultérieurement renforcé la valeur commerciale de ses produits et de ses services. L'activité qui en découle lui a permis non seulement de survivre, mais aussi de rentabiliser et d'investir en se développant matériellement et en acquérant de la visibilité, du pouvoir et un certain statut (Auteur, 2015: 79).

## 2.2 *Les conséquences du succès*

Le succès de la communauté fait l'objet d'opinions ambivalentes parmi les membres qui, bien qu'ils en soulignent les bénéfices, ne cachent pas les conséquences potentiellement dommageables qui en résultent. D'une part, le succès a permis de préserver les traits institutionnels/organisationnels (comme la mixité et l'inter-confessionnalité) et liturgiques les plus excentriques – qui continuent de susciter des perplexités et des méfiances dans le monde ecclésiastique. Mais, d'autre part, il a rétroagit sur la vie des moines en générant des transformations profondes et de nouvelles exigences dans le domaine du travail, de la gestion domestique, de l'hospitalité, de la liturgie et des relations avec l'extérieur qui alourdissent l'engagement communautaire.

Dans ce paragraphe, nous nous intéressons aux conséquences du succès telles qu'elles émergent dans les opinions exprimées par les moines. La tension que nous relevons se polarise entre ceux qui, confiants, prévoient que le succès produira des effets positifs pour la communauté et ceux qui, à l'inverse, sont plus perplexes ou adoptent une position critique. Cette tension se manifeste plus particulièrement par rapport à trois aspects du succès:

1. *Le tourisme religieux.* Pour Bose comme pour bon nombre de monastères de tradition millénaire, l'hospitalité est au cœur d'une épineuse question qui traverse l'histoire du monachisme: celle de l'importance de la protection de la vie monastique afin qu'elle puisse assumer sa dimension hospitalière (Hervieu-Léger 2012). La difficulté de maintenir le rythme soutenu – et de plus en plus effréné – de l'activité d'accueil a poussé les moines à organiser une équipe qui s'occupe des hôtes et gère les réservations, les arrivées et les départs. Dans le but de dégager des temps de solitude, les moines ont par ailleurs choisi de prolonger les périodes de fermeture de l'hôtellerie pendant lesquelles la communauté se recentre sur elle-même. Pourtant, ces dispositions n'ont pas étouffé les tensions inhérentes à l'afflux d'hôtes. En simplifiant, nous pouvons identifier une opposition entre les moines qui promeuvent une "hospitalité illimitée" et ceux qui désirent qu'elle soit

“réglementée”, les premiers accusant les seconds de vouloir faire de Bose un “club sélectif” et les seconds reprochant aux premiers leur “manque d’équilibre”;

2. *La visibilité sociale et médiatique.* La poursuite des activités attractives (par exemple l’organisation de conférences) fait l’objet de discussions entre les membres de la communauté car, bien qu’elles jouissent d’une indiscutable légitimité religieuse et culturelle, elles ne sont pas intrinsèquement liées à la vie monastique. Agir avec le sens des responsabilités ou par désir de succès, tel est le dilemme qui les déchire. Ainsi, bien que parmi ceux qui motivent l’organisation de ces évènements par le sens des responsabilités, la plupart interprètent la notoriété de manière globalement positive, on trouve aussi des avis contraires qui mettent en exergue les risques qu’elle induit. En synthétisant, il ressort que ces principaux risques sont: a. *Le décalage entre image interne et image externe.* La distance entre l’image idyllique de la communauté produite par l’extérieur, notamment par les médias, et la vie quotidienne telle qu’elle est vécue de l’intérieur peut engendrer des relations altérées par des attentes irréalistes; b. *La confusion entre image externe et image interne.* La communauté peut être tentée de se penser comme un centre de congrès, ce qui validerait l’idée selon laquelle les moines dépensent une trop grande quantité d’énergie et de temps pour assurer ces activités “de façade”; c. *La disparition de la désapprobation.* Étant donné que les voix critiques provenant de l’extérieur sont toujours moins nombreuses et que la communauté est désormais acclamée de façon presque unanime, cette dernière risque de baisser la garde en négligeant les problèmes internes;

3. *L’aisance économique.* Elle apparaît aux enquêtés comme la composante du succès qui a les conséquences les plus lourdes sur la vie de la communauté car elle alimente le risque de “perdre de vue l’essentiel”. Avant de toucher le plan spirituel, cette menace pèse sur la dimension humaine dans la mesure où les nouveaux besoins induits par la disponibilité économique empêcheraient, dans un premier temps, une croissance saine de la personne – qui s’ancre dans le sens des limites – et perturberaient, dans un second temps, la relation avec Dieu. Les propos des enquêtés révèlent la peur sous-jacente que l’élévation de la qualité matérielle de la vie monastique enclenche chez les individus un processus de déresponsabilisation qui entraverait un “chemin d’humanisation sain”. Un moine en parle en ces termes:

Avec la quantité de choses que nous avons, les différentes dépenses quotidiennes apparaissent insignifiantes. En réalité, notre style de vie appelle à la vigilance et en dépend, mais il y a toutefois des erreurs de grandeur qui nous échappent. Si, dans la vie quotidienne, le fait que je reçoive une contravention, que je cabosse la voiture, que j’utilise le téléphone d’une certaine manière... tout ça pose un problème quant au sérieux avec lequel une personne affronte les choses.

L'usage des ressources financières est, par conséquent, l'un des thèmes les plus débattus par les moines. Étonnamment, ce type de tensions se reflète aussi dans le domaine liturgique. Alors qu'à l'origine l'usage de la langue italienne dans la liturgie prévalait très nettement, on recourt désormais au chant grégorien lors des occasions solennelles (ligne 6). Apprécié par certains qui le considèrent comme un simple élément esthétisant dépourvu des connotations politiques propres au monde traditionaliste, le chant grégorien est appréhendé par d'autres comme un indicateur manifeste du bien-être économique. C'est dans cette optique que s'affirme l'idée selon laquelle, une fois les besoins primaires comblés, la prospérité matérielle aurait été source d'exigences inattendues, sophistiquées, comme celle, évoquée par un moine interrogé, d'"enjoliver la liturgie en empruntant une tradition identitaire dont on se démarquait au début".

Les nombreuses stratégies mises en œuvre afin de contrecarrer les risques liés à l'aisance économique prouvent qu'ils sont au centre des inquiétudes de la communauté. Comme dans bon nombre de monastères européens (Jonveaux, 2011), à Bose aussi on s'efforce d'"éthïciser" l'économie. Par exemple, les moines donnent une partie ou la totalité de leur salaire mensuel en aumône et une aide économique est dispensée aux nécessiteux qui frappent à la porte du monastère. Outre ces pratiques, certaines initiatives plus singulières attestent la volonté de déjouer la menace de la "non vigilance". La résistance à la sous-traitance – c'est-à-dire à l'externalisation des tâches communautaires (ménage, cuisine, travaux physiques etc.) qui sont, jusqu'à présent, réalisées en interne – en constitue un bon exemple. Alors que de très nombreux monastères d'Europe ont désormais recours à la sous-traitance (pour l'entretien des locaux, la préparation des repas, les activités agricoles mais aussi la production de marchandises), la communauté de Bose refuse de s'y plier. Ce choix est ainsi motivé par un enquêteur :

Externaliser ce que Benoit appelait les opprobres serait source de déresponsabilisation [...] Nous ne voulons pas céder, pas déjà, car nous savons très bien que si c'est quelqu'un d'autre qui fait notre lit, qui fait à manger etcetera, la vie changera... Mais quand tu t'y résous, il est difficile de croire que ça n'ait pas de conséquences au niveau humain, de l'humanisation, du sérieux de la vie et probablement aussi de la vie spirituelle. Peut-on dire qu'on sert les autres en leur faisant à manger alors qu'on passe par un traiteur, qui par ailleurs te refile des cochonneries? Non, non, je pense que le sens des responsabilités nous l'interdit.

Pourtant, ce moine n'exclut pas que la communauté finisse par céder sous la pression de la croissance hypertrophique et de l'augmentation du nombre de membres âgés. Cela révèle la conscience diffuse d'une forme d'essoufflement: l'ensemble des moines interrogés s'accorde à penser que la phase de succès touche à sa fin. On entrevoit déjà, selon eux, les signes du déclin, non seulement sur un plan objectif – le vieillissement du fondateur, la diminution des vocations, la perte



de profits due notamment à la crise économique – mais aussi à un niveau subjectif, au vu du climat qui règne à l'intérieur de la communauté. Face à de tels aveux, l'espoir de régénération réside, pour bien des membres, dans les nouvelles fondations qui ont essaimé dans toute l'Italie:

Je pense qu'à travers les fraternités, il peut y avoir un renouveau parce qu'en ce moment la forme de la communauté est en train de changer. Disons que le déclin ressenti peut aussi être un changement parce que la communauté est en train de prendre un nouveau visage [...]. Personnellement, j'ai la sensation que dans les fraternités composées de 5 personnes... c'est pas que tu as moins de choses à faire, parfois tu dois même courir un peu plus, mais il y a un climat différent et je pense que celui qui vit ici, parmi de nombreuses personnes, ressent ou peut ressentir, à la longue, une certaine fatigue et avoir besoin d'évoluer dans un contexte de plus petite dimension.

Bien que les signes prémonitoires du déclin soient unanimement perçus, on peut appréhender des visions d'ensemble plus ou moins positives en ce qui concerne les répercussions du succès. Ainsi, ceux qui dénoncent avec amertume l'éloignement de la Bose des débuts sont contredits par ceux qui, à l'inverse, estiment que l'identité originelle n'a pas subi d'altération malgré l'expansion. Selon ces derniers, la communauté serait restée fidèle au charisme prophétique de "l'unité dans la diversité" en préservant la mixité et l'inter-confessionnalité et, n'ayant pas renoncé à ces innovations afin de s'institutionnaliser pour entrer dans les rangs de l'Église, elle aurait mené à bien son projet de revitalisation du monachisme. L'intuition originelle n'aurait donc pas été contredite.

### 3. Discussion

Nous voudrions à présent offrir une réponse à la question qui a guidé l'analyse: le succès rencontré par Bose l'a-t-il transformée au point de l'amener à s'écarter de ses valeurs et de ses objectifs originels ou bien est-ce que le leadership d'Enzo Bianchi a conjuré cette issue?

Pour affronter une telle question, nous nous proposons d'examiner le lien entre l'*agency* religieuse de Bianchi et son charisme, ce dernier s'étant construit et consolidé au fil du temps. Avant de rentrer dans le vif du sujet, un *caveat* méthodologique s'impose : la réponse que nous fournirons se base sur des sources partielles car, comme nous l'avons déjà dit, l'analyse de la perception du changement de Bose repose exclusivement sur les opinions de ses membres, recueillies au moyen d'entretiens (diverses difficultés ont empêché de sonder l'avis des anciens membres ou d'observateurs critiques).

Si Enzo Bianchi est aujourd'hui un septuagénaire très en vue et courtisé par la télévision, la presse et les institutions laïques et religieuses<sup>iii</sup>, il n'est encore qu'un anonyme parmi les anonymes lorsqu'il fonde la communauté de Bose en 1968. Il est alors animé par un projet radical de refonte du monachisme traditionnel: il rêve d'une communauté ouverte sur le monde et composée

d'hommes et de femmes appartenant aux différentes confessions chrétiennes. Bien que le manifeste de ce monachisme atypique date de la fin des années quatre-vingt-dix, les intuitions de son auteur se repèrent déjà dans les documents de fondation de Bose (Torcivia, 2003). Leur analyse révèle une architecture religieuse fondée sur une anthropologie positive qui accorde une confiance inconditionnelle au genre humain et sur une réélaboration personnelle de la théologie de l'incarnation, qualifiée d'"humanisation" (Bianchi, 2002). L'idée centrale peut être résumée de la sorte : "Chez Jésus, ce qu'il y a d'extraordinaire ne se situe pas sur le plan religieux, mais sur le plan humain". Cette posture théologique, qui s'est déployée et a été précisée au cours des années, constitue désormais le pivot de la prédication du prier. Un moine explique que l'entreprise d'humanisation constitue la raison d'être de Bose et caractérise son style d'évangélisation:

La vie que Jésus a vécue nous apprend à vivre: elle indique la voie à parcourir afin de devenir plus humain. Nous, nous avons voulu traduire le langage évangélique au moyen d'un langage humain, d'une pratique d'humanité, parce que l'unique mode d'incarnation, c'est l'humain, c'est la relation, c'est la vie avec l'autre, c'est le quotidien. Ce message peut atteindre des personnes qui se sentent exclues de l'Église alors que chez nous, elles se sentent bien.

L'humanisation est le thème métaphorique qui alimente l'*agency* de Bianchi. Ainsi, les stratégies d'humanisation, poursuivies par le prier et ses proches collaborateurs dans l'intention d'élaborer un monachisme innovant, sont des signes visibles de l'*agency* et se déploient essentiellement au sein de trois domaines:

1. Sur le plan *institutionnel*, trois axes permettent d'identifier les lignes stratégiques: l'ouverture à l'œcuménisme (les moines sont catholiques, protestants et orthodoxes), la mixité (moines et moniales "vivent sous le même toit") et la prédilection pour un monachisme laïc (sur 46 moines, seuls 8 sont prêtres), délesté des héritages ou coutumes retenus obsolètes (d'où, par exemple, le refus initial d'endosser l'habit monastique) et ouvert au dialogue avec les autres religions et les non-croyants;
2. Au niveau *liturgique*, les voies stratégiques saillantes se repèrent notamment dans le choix de la langue – l'italien qui s'agrémentera de chants grégoriens – de la liturgie (revisitée afin de la rendre "compréhensible aux hommes et aux femmes de notre époque"), dans la composition d'un bréviaire monastique œcuménique et dans la production de mobilier liturgique personnalisé (comme les vases pour l'*ikebana* qui reçoivent les compositions florales de l'église);
3. Le choix stratégique le plus notable dans le domaine *économico-organisationnel* consiste à avoir fondé la communauté sur le travail (hors du monastère puis en son sein). Cette stratégie s'est accompagnée de deux innovations organisationnelles. La première s'incarne dans le refus du rythme traditionnel de la liturgie monastique: afin de ne pas morceler l'activité professionnelle des

moines, la liturgie communautaire de Bose a été réduite à trois temps de prière (les Laudes le matin, la Sexte avant le déjeuner et les Vêpres avant le diner) au lieu de huit. Le refus de la clôture constitue la seconde innovation et se traduit non seulement par les allées et venues continues des moines – en raison d’activités professionnelles, de formation et de loisir –, mais aussi par l’accueil d’un flux massif d’hôtes et de pèlerins.

Si la réussite économique de Bose est essentiellement due à sa capacité à vendre directement les marchandises produites par les moines (le magasin draine un nombre important d’hôtes), il convient de ne pas négliger le rôle que le système médiatique a eu dans sa promotion. À l’heure actuelle, Bose peut se vanter d’une forte visibilité sur le web: l’ouverture au monde a mené au refus de la clôture et explique la propension des moines à faire un usage désinvolte des nouveaux médias.

Dans le paragraphe 2.1, nous avons exploré les rencontres, les événements et les interactions – soit les «micro-politiques de l’agent religieux» (Leming, 2007) – qui ont permis à Bianchi de poursuivre les stratégies précédemment décrites. Cet examen a mis en évidence les “points de transformation” de la communauté, c’est-à-dire les changements que le prieur a apportés, au fur et à mesure que Bose prenait de l’ampleur, et qui ont modifié certains choix fondateurs (notamment ceux qui touchent au travail, à l’hospitalité et à la liturgie – cf. tableau 1). On pourrait être tenté d’interpréter ces inversions de tendance comme un détournement des valeurs et des objectifs initiaux de la communauté. Or, il nous semble spécieux d’interpréter le changement comme une adaptation passive et opportuniste ou, pis encore, comme une trahison. Bien qu’une partie des moines adresse de lourdes critiques à la Bose actuelle et recense les signes prémonitoires du déclin induit, paradoxalement, par le succès (voir paragraphe 2.2), l’idée que l’identité originelle n’a pas été altérée prédomine: l’intuition de Bose a été préservée car la communauté n’a pas perdu son autonomie. Elle n’a pas cédé aux avances des ordres monastiques traditionnels (qui la courtisent dans le but de repeupler les monastères qui n’ont cessé de se vider), ni à celles de la frange de l’Église qui lui est la plus favorable (qui désirerait notamment que Bianchi devienne prêtre et que Bose se mette à son service).

Ce résultat doit, nous semble-t-il, être mis en relation avec le charisme que Bianchi a construit progressivement en bénéficiant des nombreux succès remportés tant dans la sphère religieuse que dans le domaine laïc. En d’autres termes, si les changements que Bianchi a menés sont perçus comme un ensemble cohérent d’adaptations nécessaires qui n’engendrent pas la trahison des buts premiers mais, au contraire, la revitalisation des principes de base, c’est en raison du charisme du leader. La capacité à représenter ce que l’usage d’un oxymore nous permet de qualifier de “continuité adaptative” est le fruit de la vision et du projet politiques du prieur, qui composent une partie non négligeable de son charisme.

Sur le plan de la théorie sociologique, nous pouvons synthétiser les dynamiques sus-décrites de la façon suivante: si l'*agency* engendre une réalité spécifique (non prévue), le charisme produit la représentation positive de cette réalité. La thèse principale de cette contribution dérive d'une telle réflexion: l'*agency* de Bianchi – qui prend source dans le projet d'humanisation du monachisme – a alimenté le charisme qui, se traduisant en succès récurrents, a, à son tour, facilité l'*agency*. Cette compénétration a enclenché un cercle vertueux qui a légitimé la poursuite des stratégies à contre-courant de Bianchi, stratégies qui n'auraient sûrement pas été menées à bien sans l'assentiment du public (qui précède celui de l'Église). Comme nous l'enseigne Weber (Joosse, 2014, 272), le charisme n'est pas une qualité intrinsèque de la personne: il est de nature relationnelle, aspect qui le rend vulnérable dans la mesure où, pour satisfaire les disciples et renouveler le consensus, il doit reposer sur des succès répétés, étant dans le cas contraire destiné à périr.

#### **4. Conclusion**

Cette étude de cas met en exergue les ambivalences inhérentes au succès monastique. Le cercle vertueux qui naît de l'interaction féconde entre le charisme de Bianchi et son *agency* constitue, en tant que principal facteur de succès, le cadre dans lequel les changements qui se sont produits, loin d'être interprétés par les moines comme un détournement du projet initial, sont, à l'inverse, perçus comme des mesures nécessaires permettant l'adaptation aux temps présents et destinées à revitaliser les principes originels.

Ces résultats soulèvent un problème de recherche urgent, qu'il s'agira d'affronter lors des prochaines descentes sur le terrain : actuellement, parler de Bose revient à parler de Bianchi. En effet, si la communauté occupe une place centrale dans la sphère publique, c'est en raison du charisme personnel de son fondateur. Dès lors, qu'arrivera-t-il lorsqu'il se retirera? Assistera-t-on à une succession consensuelle qui enclencherait un processus de routinisation du charisme? Ou alors, est-ce que les tensions internes et les luttes intestines prévaudront, s'accompagnant de diasporas plus ou moins silencieuses qui rendraient Bose toujours moins influente? Tel est le principal dilemme soulevé par le succès de Bose, dilemme qui réitère, tout en l'actualisant, la question épineuse du transfert du leadership charismatique.

#### **Références bibliographiques**

Balducci E (1971) *Diario dell'esodo*. Firenze: Vallecchi.

Bianchi E (2002). *Non siamo migliori. La vita religiosa nella Chiesa tra gli uomini*. Bose: Qiqajon.

- Hervieu-Léger D (2012) Tenersi fuori dal mondo: le diverse valenze dell'extramondanità monastica. *Etnografia e ricerca qualitativa* 2: 185-202.
- Jonveaux I (2011) *Le monastère au travail*. Paris: Bayard.
- Joose P (2014) Becoming a God: Max Weber and the social constriction of charisma. *Journal of Classical Sociology* 14 (3): 266-283.
- Leming L (2007) Sociological Explorations: What is Religious Agency? *The Sociological Quarterly* 48: 73-92.
- Mahmood 2005 *Politics of Piety: The Islamic Revival and The Feminist Subject*. Princeton – NJ: Princeton University Press.
- Selznick P (1949) *TVA and the grass roots: A study of politics and organization*. Berkeley – Ca: University of California Press.
- Selznick P (1957) *Leadership in Administration. A Sociological Interpretation*. New York: Harper & Row.
- Torcivia M (2003) *Il Segno di Bose*. Casale Monferrato: Piemme.

---

<sup>i</sup> La communauté de Bose – du nom du village piémontais (nord-ouest de l'Italie) où elle s'est implantée – a été fondée en 1968 par Enzo Bianchi, qui exerce depuis lors la fonction de prier, et est actuellement composée de 79 membres. Les moines (46) et les moniales (33) vivent sous le “même toit” et l'âge moyen est de 38 ans (données fournies par la communauté en 2015). Bien qu'ils soient majoritairement de nationalité italienne, les membres proviennent de différents pays, notamment de Belgique, de France, de Grèce et du Sri Lanka. C'est une communauté œcuménique: des catholiques (67), des protestants (10) et des orthodoxes (2) vivent ensemble. L'analyse que nous proposons ici se base sur une recherche empirique, réalisée entre 2011 et 2014 (Auteur 2015), qui comporte une centaine d'heures d'observation participante, 20 entretiens en profondeur auprès de moines et de moniales ainsi que l'étude de matériel documentaire (la Règle de vie de la communauté, ses statuts et les textes produits par le fondateur et les moines: articles de journaux, récits de fondation, livres de prières et de spiritualité).

<sup>ii</sup> Les origines de Bose remontent aux années soixante, lorsque le futur fondateur de la communauté, alors âgé d'une vingtaine d'années, organise, dans son appartement, un groupe œcuménique d'étude biblique – auquel participent des jeunes catholiques, vaudois et baptistes. L'installation dans le hameau de Bose a lieu en 1965. Les premières années sont difficiles, tant en raison des conditions de vie précaires qu'au vu des rapports avec l'évêque local qui, préoccupé par les allées et venues d'hôtes non-catholiques, prononce l'interdit qui consiste à proscrire la célébration des sacrements au sein de la communauté. À la fin des années soixante, les premiers novices arrivent et, peu de temps après, un évêque turinois, ami du fondateur, intercède en sa faveur, obtenant la levée de l'interdit (Torcivia, 2003).

<sup>iii</sup> Son activité éditoriale est prolifique, preuve en est de ses nombreux articles – portant sur des thématiques religieuses et des faits d'actualité – publiés régulièrement dans des journaux italiens (tels que *La Stampa*, *Avvenire*, *La Repubblica* et *Famiglia Cristiana*) ou français (*La Croix*, *Panorama* et *La Vie*). En 2000, l'université de Turin lui décerne un diplôme *honoris causa* en histoire de l'Église. Il a participé, en tant qu'expert nommé par le pape Benoît XVI, aux

---

Assemblées générales du Synode des évêques en 2008 et 2012. Le 22 juillet 2014, le pape François l'a nommé consultant auprès du Conseil pontifical pour la promotion de l'unité des chrétiens.