



Proposition d'approche communicationnelle de la radicalité

Billel Aroufoune

► To cite this version:

Billel Aroufoune. Proposition d'approche communicationnelle de la radicalité. Doctorales trans-frontalières, SFSIC, Jun 2019, Mulhouse, France. hal-02176613v1

HAL Id: hal-02176613

<https://hal.science/hal-02176613v1>

Submitted on 8 Jul 2019 (v1), last revised 30 Dec 2019 (v2)

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.

Proposition d'approche communicationnelle de la radicalité
Proposal for a communicational approach to radicality

Billel Aroufoune, doctorant contractuel en SIC
IMSIC, Université de Toulon et Aix-Marseille Université
billel.aroufoune@univ-tln.fr

Mots-clés : radicalité, représentation, communication radicalisée, Liban.

Keywords : radicality, representation, radicalized communication, Lebanon.

Résumé :

Notre recherche s'intéresse à la radicalité. Cependant, nous ne travaillons ni sur le terrorisme, ni sur l'islam radical, ni sur les processus de radicalisation correspondant à une quelconque religiosité (Khosrokhavar, 2014). Nous souhaitons comprendre la radicalité véhiculée par des objets communicationnels, et notamment audiovisuels, en tant que phénomène de communication ayant pour caractéristiques la rupture du contrat de communication et le déni de l'autre. Ainsi, nous avons fait le choix d'un terrain qui conjugue tension et apaisement, « où se joue l'enjeu d'une guerre des mémoires, d'une tentative d'échapper à la radicalisation en s'exprimant sur le web » (Durampart, 2012). Le Liban, mosaïque communautaire, identitaire, religieuse et confessionnelle, affiche des contradictions. Nos questionnements s'articulent autour d'une communication radicalisée par l'image.

Abstract :

Our research focuses on radicality. However, we do not work on terrorism, nor radical Islam, nor on processes of radicalization corresponding to any religiosity (Khosrokhavar, 2014). We wish to understand the radicality conveyed by communication objects, and especially audiovisual objects, as a communication phenomenon whose characteristics are the breaking of the communication contract and the denial of the other. Thus, we have chosen a terrain that combines tension and peace, "where the challenge of a war of memories, an attempt to escape radicalization by expressing themselves on the web" (Durampart, 2012). Lebanon, a community, identity, religious and confessional mosaic, displays contradictions. Our questions focus around a communication radicalized by the image.

Proposition d'approche communicationnelle de la radicalité

Billel Aroufoune

L'ambition de cette recherche est de questionner le phénomène de la *radicalité* au sein des sciences de l'information et de la communication (SIC). Quand bien même la radicalité a déjà été étudiée dans de nombreuses disciplines, des ambiguïtés et des confusions apparaissent dans les récents débats politiques et médiatiques. Par exemple, la querelle médiatique entre les politologues et islamologues, Gilles Kepel¹ et Olivier Roy², qui a pris l'allure d'une controverse scientifique, nous invite à interroger les définitions et acceptions de ce qu'est *la* radicalité. C'est vers la radicalisation et le radicalisme que convergent ces débats, souvent associés au terrorisme et au processus de violence. Pour ne pas aboutir à une infécondité discursive, il est pertinent selon nous d'appréhender la radicalité sous le prisme d'une approche infocommunicationnelle. Nous avançons l'hypothèse que la radicalité serait la rupture du contrat de communication dans le sens de Patrick Charaudeau. À cet effet, nous proposons d'étudier ce phénomène à partir de l'image, car elle exprime à la fois la pluralité et la singularité de ceux qui en font usage, et en même temps la complexité libanaise, notre terrain d'observation, s'agissant des représentations religieuses, communautaires, médiatiques etc., de certains acteurs socio-politiques.

Afin de saisir le terrain investi dans ce travail nous faisons, d'abord, un bref rappel du contexte en formulant les questions de recherche. Ensuite, nous apportons un éclairage sur la radicalité au prisme des SIC. Il est évident qu'on ne puisse pas discuter tous les résultats et faire l'économie de la méthode mobilisée en quelques lignes, en revanche nous appuierons notre analyse sémio-pragmatique des images par quelques données probantes.

Une radicalité patente dans un espace arabo-musulman en transformation

En marge des révolutions populaires et des manifestations survenues ou en cours dans l'espace

¹ Gilles Kepel est politologue, spécialiste du monde arabe et de l'islam. Dans une tribune de *Libération* 14/03/2016, il fustige O. Roy, en remettant en cause sa crédibilité scientifique. Pour comprendre ses postulats, lire : *À l'ouest d'Allah* (1994), *Jihad* (2003), *Terreur dans l'Hexagone* (2015).

² Olivier Roy est philosophe, politologue et spécialiste des religions comparées. Il répond à l'attaque de G. Kepel dans un entretien accordé au journal *l'Obs* du 07/04/2016. Pour aller plus loin : *L'islam mondialisé* (2004), *L'échec de l'islam politique* (2015), *Le jihad et la mort* (2016).

public du monde arabo-musulman – Égypte, Syrie, Bahreïn, Tunisie, Algérie, etc., – le Liban se caractérise par son aspect multiconfessionnel, rassemblant des cultures, des croyances, et se présentant comme un conglomérat politique. Par ailleurs, il existe une équation propre à ce pays et selon Abdallah (2013), les dix-huit communautés religieuses sont un phénomène historique qui se perpétue dans le présent. Est-ce que le modèle libanais est impérissable, inaltérable ? Notre propos n'est pas de discuter l'efficacité ou l'obsolescence du modèle confessionnel, même si quelques pays du Moyen-Orient tentent de faire l'expérience libanaise, à l'instar de l'Irak. Le tissu social libanais est complexe, sa mosaïque communautaire l'est d'autant plus, en cela que les religions sont géographiquement localisables. Le confessionnalisme libanais, *grosso modo* l'histoire du Liban depuis l'empire ottoman jusqu'aux guerres intestines des plus récentes, a montré que le communautarisme politique pouvait être source de discorde et singulièrement de formation de groupes subversifs au sein même des mouvements et factions alors cobelligérants (Mermier & Varin, 2010). De même, la prépondérance de la religion et de l'appartenance politico-confessionnelle ne peut être contesté de peur que l'équilibre social soit menacé (Picard, 1988). À rebours de cela, le pays du Cèdre a toujours été considéré comme une terre de coexistence, du vivre ensemble, mais aussi de clivage (Corm, 2007). C'est un environnement où la radicalité est patente. Une récente enquête, menée sur la base d'entretiens semi-directifs, confirme l'hypothèse selon laquelle les dispositifs médiatiques se confondent avec l'appareil politique libanais. Ainsi, l'indépendance des médias est quasi impossible, il y a un lien indéfectible entre les partis politiques et les médias, de tous les supports, traditionnels comme nouveaux. Autrement dit, l'influence politico-médiatique sur l'opinion publique est avérée. Qui plus est, les acteurs politico-confessionnels que nous avons pu approcher témoignent de cette mainmise. Lors de notre dernier déplacement au Liban, en octobre 2018, le responsable d'une radio affiliée à un parti chrétien nous disait : « *Parler de média au Liban c'est parler de l'influence directe des partis politiques et de l'argent dans la nomenclature médiatique [...] si un parti politique n'a pas une télé, c'est que forcément il a ou bien des actions dans la télé ou bien des donations directes ou indirectes à ces télévisions. On ne peut pas parler de télévision indépendante* »³. Le contexte est très particulier. Même si en Occident les médias sont souvent financés par des groupes économiquement puissants, dans un pays comme le Liban il est difficile de s'adresser à toute la société, au grand public. Le rédacteur en chef d'un journal musulman

³ Entretien réalisé à Beyrouth (quartier chrétien), le 18 octobre 2018.

sunnite affirmait : « *Mais comme [notre] journal [...] fait partie d'un parti politique, nous avons un socle politique particulier, nous sommes objectifs mais notre socle politique ne me permet pas de critiquer [le leader communautaire]* »⁴. Ainsi, le paysage médiatique libanais s'exprime en caisse de résonance du système politico-confessionnel. Il régit la société libanaise et oriente les discours et les représentations de ses communautés (Jreijiry & Abi Tamer, 2018), et participe à la communautarisation et la « fragmentation de la scène publique » (Kerbage, 2014 : 107).

C'est à partir de ces constats et de l'imaginaire politique, social et religieux du Libanais que nous interrogeons la radicalité d'un point de vue infocommunicationnel, et plus particulièrement comment l'image, en tant que catalyseur des représentations, véhicule-t-elle une forme d'expression spécifique qu'on propose d'appeler communication radicalisée ?

Penser la radicalité en SIC : une tentative de définition

Le terme de radicalité signifie le retour aux sources, au fondement, mais peut aussi désigner une forme d'extrémisme, et renvoyer à une négation, à un déni. Nous prenons en compte, ici, les critiques des sciences sociales quant à l'étiquetage sémantique que connaît aujourd'hui ce concept (Guibet, 2016), ainsi que la faillibilité du modèle théorique sur lequel se basent quelques études concernant le sujet (Bulinge, 2016). À cela, il faut ajouter qu'aujourd'hui, les discours et représentations des médias traditionnels et nouveaux influencent *de facto* l'opinion publique dans une forme de cacophonie de messages où terrorisme, islamisme, radicalisme sont univoques et en permanente interaction. Or, une analyse de contenu des éditoriaux d'un journal libanais d'expression française (Aroufoune & Bou Dagher, 2019), que nous avons menée, montre que l'orientation de l'éditorialiste et sa vision de la radicalité, par conséquent du média, se fonde principalement sur l'appartenance communautaire de l'énonciateur.

Les récentes recherches en SIC autour de la question des radicalités se sont essentiellement intéressées aux interactions numériques et aux stratégies de communication des groupes radicaux, terroristes en l'occurrence. Dans ce sens, le numéro 12 des cahiers de la SFSIC (2016), et notamment dans la rubrique « terrorisme et médias », abordait le rapport entre les radicalités religieuses et les dispositifs numériques de médiatisation servant à la circulation des messages de « terreur » *via* la propagande et la manipulation. Franck Bulinge (2012) propose un outil

⁴ Entretien réalisé en arabe, à Beyrouth (quartier musulman) le 10 octobre 2018. Traduction de l'auteur.

d'analyse permettant l'identification et la classification de « contenus manipulateurs » affichés sur des sites web extrémistes. La lecture d'autres travaux suggère qu'il est question essentiellement de radicalisation. Depuis les premiers attentats terroristes perpétrés en France (décennie 1990), on s'accorde à dire que la radicalisation gagne du terrain. Pour Khosrokhavar (2014 : 7) elle « désigne le processus par lequel un individu ou un groupe adopte une forme violente d'action » appelant au désordre.

Afin de sortir des sempiternels débats et polémiques sur la radicalisation, nous soutenons une approche infocommunicationnelle du phénomène de la radicalité sous l'angle de la notion de contrat. En effet, pour qu'il y ait contrat de communication il faut que les protagonistes en acceptent les termes parfois implicites réciproquement. Selon notre hypothèse, la communication radicalisée serait la rupture de ce contrat. C'est-à-dire que la radicalité est négation, récusation, déni et non prise en compte de l'altérité.

Quelques chercheurs utilisent le terme de « contrat » pour désigner un rapport de réciprocité entre les acteurs d'une situation de communication, en d'autres termes entre locuteur et interlocuteur. Rodolphe Ghiglione (1984) a théorisé dans ses travaux les situations potentiellement communicatives prises dans le cadre de la notion de contrat de communication. Pour lui, il y a contrat dès lors où les « sujets A et B » partagent des enjeux identiques, des contraintes. Ce contrat ne s'applique pas uniquement sur des situations de communication interpersonnelles, où il y a échange, mais également dans des situations « unilatérales ». Ainsi, Charaudeau (2011) explique que le contrat de communication opère dans tous les actes de langage, y compris quand le locuteur s'adresse à un public qui ne rentrera pas en conversation ou discussion. De cette manière, il propose trois « lieux de pertinence » : la production, la réception et le produit. Nous nous intéressons aux trois dans le cadre d'une analyse sémio-pragmatique où le récepteur est au centre de l'analyse.

Analyse sémio-pragmatique des formes d'expression radicalisée dans des images en mouvement

Maîtrisant la langue arabe nous avons pu approcher des acteurs – chrétiens et musulmans – politiques, religieux et issus de la société civile. Notre corpus se délimite à deux groupes de

supports⁵. Le premier, que nous qualifions de confessionnel, met en évidence des marqueurs religieux, identitaires et politiques. Le second non-confessionnel, donnant l'impression d'être apolitique et areligieux, laisse voir des éléments observables au sein des mouvements sociaux contestataires dans leurs différentes formes d'expression (soulèvement, engagement, etc.). Intéressons-nous au premier dont les résultats exploratoires sous-tendent une distinction dans l'expression de la radicalité. Pour autant, dans les deux cas des traces d'expression radicalisée s'établissent au sein des espaces communicationnels.

La méthodologie appliquée pour l'analyse des documents audiovisuels retenus s'intègre dans une approche sémio-pragmatique. Roger Odin explique que l'espace de communication est « un espace à l'intérieur duquel le faisceau de contraintes pousse les actants (E) [émetteur] et (R) [récepteur] à produire du sens sur le *même axe de pertinence* » (Odin, 2011 : 39). Ce point de rencontre délimite, à notre sens, les questions qui préfigurent la « boîte à outils » (Odin, 2000), qui se doit d'associer l'analyse de discours et l'analyse de contenus multimédias (Collet, 2018). La batterie de question qui nous aide à élaborer la grille d'analyse se présente sous quatre niveaux permettant de circonscrire : le type d'espace de communication, la mise en forme argumentative, le rapport entre le produit et le récepteur, enfin la forme d'énonciation.

Une veille permanente des supports numériques, et notamment des images fixes et animées, du mouvement politique musulman chiite *Amal*, dirigé par le président de la chambre parlementaire Nabih Berri, affiche un mode de communication constitutif de la radicalité :

- L'espace de communication est caractérisé par une double fonction, d'une part de diffusion de contenus textuels et audiovisuels. La page Facebook du mouvement, comptant plus de 322 000 abonnés, a été créée en février 2017 d'abord sous le nom « Harakat Amal ». La latinisation cédera sa place à la transcription arabe « حركة أمل » pour « mouvement Amal [espoir] ». C'est un espace d'interaction car la plateforme Facebook est par définition un lieu de sociabilité. Cependant, l'énonciateur n'invite pas son public à l'échange, à la discussion, il se place dans une perspective de diffusion uniquement. Il faut noter que la plateforme est administrée localement, c'est-à-dire au Liban. D'autre part, le site web du parti politique est en maintenance depuis notre première connexion en mars 2017. Nous avons constaté, qu'en moyenne, il y est diffusé un document audiovisuel par jour.
- L'argumentation repose sur des formes et procédés relatifs au triptyque politique, confessionnel et

⁵ Nous appelons supports les sites web et pages sur les réseaux sociaux numériques (RSN) que nous analysons.

communautaire construisant l'identité libanaise. Dans quelques documents l'énonciateur profite des fêtes religieuses et notamment de *Achoura*, pendant laquelle les chiites duodécimains (ou imamites) en deuil, commémorent la mort de l'imam *Hussein* dans la bataille de Karbala. Il rappelle aux « fidèles » l'importance de la communauté et le devoir de chacun vis-à-vis d'elle. D'autre part, le sang des « martyrs » est célébré. Des rituels sacrés spectaculaires (sang, pleures, cris) à la commémoration des « héros » tombés au cours des conflits intercommunautaires. Cela ne fait que raviver la haine et attiser les tensions.

- Dans nombre de ces documents analysés, le cadre d'expérience du sujet (destinataire indirect dans notre cas) est soumis à une esthétique d'images d'archives. Soit, les détails techniques (couleurs, éclairage, cadrage, etc.) sous-entendent à la fois les conditions difficiles parfois insoutenables du tournage et les effets manipulateurs du montage (musique, bruitage, voix-off, etc.). Nous avons pu observer qu'il y est fait référence à la période de guerre, à la mémoire, au passé. De nouveau, des hommages aux « martyrs chiites » sont célébrés. Des images de la guerre fratricide (1975-1990) et des batailles contre « l'ennemi » israélien voisin circulent de manière récurrente. Cette répétition fait partie d'une stratégie de propagande. L'énonciateur utilise des images subjectives qui interpellent. Ainsi, avec l'usage du *pathos* il s'inscrit dans une logique de recherche d'adhésion ou de reconnaissance *via* des effets d'ordre émotionnel.
- L'énonciateur s'adresse à sa communauté et ne focalise son attention que sur elle. Sa voix narrative diffère d'un document à un autre. Tantôt il est intra-diégétique, faisant passer des messages à travers des personnages et figures historiques de confession chiite. Tantôt il est extra-diégétique, ne faisant pas partie de l'univers narratif, il n'empêche qu'il oriente le public (voix-off, texte, etc.). L'usage du « nous » global traduit une parole collective, partagée, cela étant son emploi n'est pas fréquent, contrairement au pronom « vous » interpellatif. Aussi, l'absence de pronom est remarquable dans certains documents. La visée discursive de l'énonciateur est de restituer le passé et de faire perdurer la mémoire historique correspondant aux défaites, victoires et pertes, en l'occurrence humaines, du parti.

Ce texte aura permis de s'éloigner des débats, des discours et controverses liés à la radicalité envisagée à partir de l'extrémisme religieux et des violences qui en découlent pour s'inscrire dans une perspective infocommunicationnelle. Ainsi, l'approche proposée démontre la portée globale et significative de la sémio-pragmatique et de son « modèle de non-communication qui implique de s'interroger sur les contraintes qui permettent la communication » (Odin, 2011 : 142) dans

divers contextes, y compris de non-communication. Il semble alors que l'apport de l'analyse de la radicalité dans le cadre des SIC soit indéniable.

Références bibliographiques

- Abou S. (2008). *De l'identité et du sens. Beyrouth*. Presses de l'Université Saint-Joseph.
- Aroufoune B. & Bou Dagher E. (2019). Les radicalités dans la presse libanaise pendant la dernière crise institutionnelle. *REFSICOM* [en ligne], Varia, consulté à l'adresse : <http://www.refsicom.org/577>
- Assi J. A. (2009). Les médias libanais. *Confluences Méditerranée*, n°69, p.49-59.
- Bulinge F. (2012). Un outil de décryptage de contenus manipulateurs : cas des groupes islamistes radicaux. *Communication & organisation*, n°42, p.175-190.
- Bulinge F. (2016). La radicalisation en prison : mythe ou réalité ? *ESSACHESS – Journal for Communication Studies*, 9 (2), 173-195.
- Charaudeau P. (2011). *Les médias et l'information*. Bruxelles [Bry-sur-Marne] : De Boeck INA éditions.
- Charaudeau P. (2017). *Le débat public, entre controverse et polémique : enjeu de vérité, enjeu de pouvoir*. Limoges : Lambert-Lucas.
- Collet L. (2018), « Analyse de la performance dynamique des agences de communication : expérience utilisateur et formes multimédias interactives », Mémoire d'habilitation à diriger des recherches, Lyon.
- Corm G. (2007). *Le Proche-Orient éclaté : 1956 - 2007*. Paris : Gallimard.
- Durampart M. (2012). Expression et engagement sur le Web et les réseaux : une polarisation. *Multimed*, n°2, p.37-51.
- Guibet-Lafaye C. (2016). Approche critique des sociologies de la radicalisation. Consulté à l'adresse <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01381974/document>.
- Iskandar-Kerbage R. (2014), Les jeunes libanais face à l'information télévisée : ouverture sur le monde ou repli communautaire (thèse de doctorat, en SIC). Disponible sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-00969040>.
- Jreijiry R. & Abi Tamer J. (2018). Le discours des journaux télévisés libanais : prolifération des références religieuses et confessionnelles. *Revue française des sciences de l'information et de la*

communication, n°13. Disponible sur <https://doi.org/10.4000/rfsic.3677>, consulté le 10 avril 2019.

Khosrokhavar F. (2014). *Radicalisation*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.

Mermier F. & Varin C. (dir.) (2010). *Mémoires de guerres au Liban : 1975-1990*. Arles : Actes sud.

Odin R. (2000). La question du public. Approche sémio-pragmatique. *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, 18(99), p.49-72.

Odin R. (2011). *Les Espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble.

Picard E. (1988). *Liban, état de discorde : des fondations aux guerres fratricides*. Paris : Flammarion.