

LE MONDE ARABE AU PRISME DU JOURNAL LE MONDE

Du stéréotype au préjugé

Fredj Zamit

La Pensée sauvage | « L'Autre »

2011/1 Volume 12 | pages 30 à 40

ISSN 1626-5378

ISBN 9782859192693

Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://www.cairn.info/revue-l-autre-2011-1-page-30.htm>

Pour citer cet article :

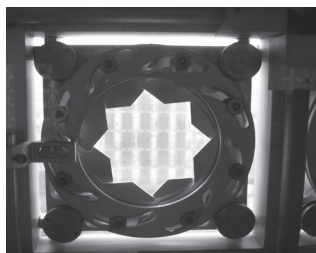
Fredj Zamit, « Le monde arabe au prisme du journal Le Monde. Du stéréotype au préjugé », *L'Autre* 2011/1 (Volume 12), p. 30-40.

DOI 10.3917/lautr.034.0030

Distribution électronique Cairn.info pour La Pensée sauvage.

© La Pensée sauvage. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.



Fredj ZAMIT
Université Paul Verlaine,
Metz

Le monde arabe au prisme du journal *Le Monde* Du stéréotype au préjugé

Fredj Zamit est doctorant en sciences de l'information et de la communication au Centre de Recherche sur les Médiations (CREM), Université Paul Verlaine de Metz.
E-mail : fredj.zamit@yahoo.de

¹ Cet article a été remanié à partir d'un mémoire de master en « Littérature, Culture et Médias » réalisé en 2007 (Université de Siegen – Allemagne) ayant pour sujet « L'image du monde arabe dans les médias occidentaux, le cas du journal *Le Monde* ». Dans ce mémoire, à travers l'étude de la Une, des rubriques « International » et « Culture » et du supplément hebdomadaire *Le Monde des Livres*, parus dans 52 numéros de ce journal, durant l'année 2006, nous avons examiné la représentation du « monde arabe » et la présence de sa culture dans ce quotidien.

² Dans le même cadre nous avons essayé de redéfinir la notion « monde arabe » d'un point de vue géopolitique et culturel. Nous avons constaté que cette notion ne reflète pas une réalité homogène. Néanmoins, la langue, l'histoire et la religion en tant que facteurs communs entre les pays arabes constituent, nous semble-t-il, un lien fort, au moins dans l'aspect géoculturel de l'identité arabe qui nous intéresse ici. Nous utilisons donc le terme sous réserve.

Les médias forgent notre conception du monde et constituent un des plus importants moyens d'appréhender la « réalité » autour de nous. Ils reconstruisent l'évènement, le mettent en scène, l'inscrivent dans un contexte et le chargent avec des symboles et des effets du réel pour le rendre communicable. Outre leur rôle social prépondérant au sein de la même société, ils jouent un rôle non négligeable dans les interactions interculturelles entre les différentes sociétés. La communication interculturelle médiatisée s'avère positivement affectée par l'expansion des médias de diffusion. Néanmoins, les possibilités offertes par ces médias, dont la presse écrite est un des anciens vecteurs, contribuent à la propagation et au renforcement des stéréotypes existants. Les médias sont également un terrain où germent de nouveaux poncifs et images dépréciatives d'autrui. La scène médiatique est un lieu des confrontations symboliques entre les groupes sociaux. L'exacerbation des conflits actualise les croyances figées qui couvent au fond de la mémoire collective. Le stéréotype en tant qu'opinion prépare le terrain au préjugé en tant qu'attitude négative, c'est-à-dire que l'image figée favorise le jugement préjudiciable.

Dans cette contribution, extrait d'un ouvrage plus étendu¹, nous nous proposons d'étudier de près quelques articles du quotidien *Le Monde* afin de cerner les articulations des stéréotypes négatifs et des préjugés éventuels sur le « monde arabe »² en tant que groupe culturel. En mobilisant une approche descriptive, couplant l'analyse de discours journalistique et l'analyse sémiologique, nous essayons d'illustrer ces représentations dans le traitement médiatique de l'évènement et de comprendre leur genèse et leur fonctionnement. Le discours de la presse est un construit social. Au-delà de sa valeur informative, il comporte une multitude de symboles, d'énoncés et de messages dont les significations et les interprétations, elles aussi, peuvent être multiples et divergentes. En filigrane des nouvelles diffusées, le quotidien parisien véhicule une image stéréotypée du « monde arabe ». Notons d'emblée que ceci n'est pas une particularité du journal *Le Monde*. Les poncifs et le traitement médiatique des évènements sont concomitants. Pour produire un discours interprétable, les médias entrent en résonance, balisent leurs discours par les mêmes signes et répètent à satiété les mêmes images et les mêmes idées qui finissent par être inculquées dans l'imaginaire du lecteur. Nous nous appuyons donc sur ce journal comme un cas de figure afin d'analyser les interférences entre les informations et les stéréotypes dans la construction médiatique en général.

En effet, dans cette recherche, sur les 52 numéros examinés, nous avons constaté que les informations politiques relatives au « monde arabe » occupent 5,78 % de l'espace rédactionnel de la Une et 42,7 % de celui de la rubrique « In-

ternational ». Cette forte présence s'explique notamment par les conflits qui règnent dans cette région du monde. La majorité d'exemples que nous soumettrons à l'analyse porte sur des pays qui sont marqués par des conflits et qui sont, par conséquent, très médiatisés. Ainsi, les informations relatives au Liban représentent 28,9 % de l'ensemble de l'espace rédactionnel réservé au « monde arabe », le « territoire palestinien » occupe 26,4 % de cet espace, l'Irak est présent par 23,3 % et la Somalie occupe seulement 3,3 %. De fait, dans ce texte, afin d'esquisser une mise en intelligibilité des intrications entre la médiatisation et le stéréotypage, nous avons opté pour une analyse qualitative et synchronique. Dans cette optique, nous limitons notre corpus à quelques articles (photos, caricatures et textes) représentatifs portant principalement sur les pays cités plus haut. L'ensemble de nos démarches est d'une nature hypothético-inductive : nous constatons des performances et des effets à partir d'un discours construit et nous cherchons à comprendre les raisons et les processus de leur manifestation.

Dans sa définition originale, le journaliste américain Walter Lippmann a présenté les stéréotypes dans le contexte social comme des « images dans notre tête » (Lippmann 1922). Ce sont des croyances ayant un « caractère à la fois préjudiciable et inévitable » (Garaud 2001 : 13). D'un côté, ils sont nuisibles et trompeurs car ils altèrent la réalité en la présentant infidèlement. De l'autre côté, ils sont indispensables pour simplifier cette réalité. Le monde extérieur est trop compliqué et opaque pour notre perception, ce qui exige l'adoption d'une méthode économique de raisonnement afin de schématiser la réalité sociale et la rendre intelligible. L'individu comme le groupe, n'étant pas en mesure de construire une vue d'ensemble qui soit à la fois exhaustive et nette, a recours au stéréotypage comme une manœuvre réductrice.

La barbe et le voile comme leitmotiv dans le discours d'information médiatique

La barbe entre virilité, sagesse et terrorisme

Le stéréotype s'appuie sur des marques distinctives, apparentes ou sous-jacentes, qui caractérisent le groupe social ciblé. La barbe et le voile islamiques sont deux motifs omniprésents dans les nouvelles sur le « monde arabe ». La majorité d'informations relatives aux pays arabes traite de terrorisme et de conflits confessionnels. La nature des nouvelles a favorisé le recours à ces motifs. Ces éléments identitaires, faisant l'objet d'un grand déferlement, deviennent des étiquettes qui renvoient à des idées sclérosées. Suite à la querelle des caricatures de Mahomet qui a éclaté fin 2005, *Le Monde*, à la Une de son numéro du 3 février 2006, publie une caricature³ traitant du même sujet. Par allusion aux exigences des « islamistes », cette caricature présente une figure composée à partir de l'entrelacement de la phrase : « Je ne dois pas dessiner Mahomet ». On voit un grand crayon qui trace les contours de la représentation en répétant la même phrase. La figure se distingue par une barbe touffue, longue et hérissée. Par la même technique, le caricaturiste a enroulé la tête de l'homme représenté dans un turban. Une autre figure de la même nature, en regardant à travers un télescope, contrôle l'acte de rédaction à partir d'un minaret coiffé d'une petite coupole et d'un croissant ; la liberté d'expression est mise en cause. L'article qui accompagne la caricature, juste au-dessous, faisant preuve d'une véritable mise en intrigue de l'« évènement », commence ainsi : « Manifestations d'hostilité dans les pays arabes, protestations, partout dans le monde, des musulmans et

³ Source originale : Plantu / caractéristiques : en couleurs / dimensions : 20 x 15 cm.

leurs autorités politiques ou religieuses, controverses dans la presse autour de la liberté d'expression [...] » (*Le Monde*, 03/02/2006). L'homme barbu qu'on voit sur la caricature est la représentation iconographique de ces protestataires arabes et musulmans. Il est une figure qui représente toute une catégorie, à savoir les musulmans radicaux. La barbe, le turban et le croissant sont présentés comme des signes qui renvoient à cette catégorie.

En réalité, l'interprétation du message iconographique dépend de la culture d'images du récepteur. Pour dénoter la signification de la barbe et d'autres éléments, le lecteur, en s'appuyant sur la mémoire sociale, fait appel à son répertoire de signes semblables. Il en va de même pour le caricaturiste qui, en codant son message, a pris en considération les connaissances préalables du récepteur. Il est plus facile de recourir à des symboles connus que de créer de nouveaux symboles. Une précise observation de cette figure « fantomatique » nous permet de constater une ressemblance avec le portrait du chef d'Al-Qaïda, Ben Laden, objet d'une médiatisation récurrente. Les circonstances des dernières années ont fait de cette personne une icône du radicalisme religieux. « La machine informative » (Charaudeau 2006 : 35) profite du contexte pour fabriquer une figure énonciative à partir de cet acteur. Les informations que nous avons reçues sur les Talibans pendant la guerre d'Afghanistan constituent une grande partie de la rhétorique de l'islamisme. Selon la perception que nous avons à travers les médias, la longue barbe, et notamment le turban, sont typiques aux Talibans.

Cependant, dans le contexte des caricatures de Mahomet, la figure de l'homme barbu adopte un sens plus large, elle ne représente pas seulement les Talibans, mais aussi tous les musulmans et les Arabes hostiles aux caricatures. D'une part, cette caricature réduit les protestataires aux Talibans, voire à des islamistes. D'une autre part, elle s'élargit et dépasse les radicaux pour concerner tous les musulmans. Ainsi, le croissant, emblème de l'islam, au sommet du minaret est une représentation qui interpelle tous les musulmans. Même si une analyse lucide de cette caricature montre que le journal cible les fondamentalistes, les dimensions affectives et symboliques de cette représentation touchent les autres catégories de musulmans. D'ailleurs, c'est la fonction du stéréotype de l'« homme barbu » de généraliser, c'est-à-dire de rendre, vraisemblablement, chaque musulman un « barbu », puis chaque « barbu » un fondamentaliste qui dicte sa directive : « Je ne dois pas dessiner Mahomet ». Un des traits particuliers du stéréotype est de prendre la partie pour le tout, de donner des caractéristiques générales à tous les membres d'un groupe. La barbe, l'élément le plus voyant de la caricature, et l'« islam », premier mot du titre principal qui coiffe la caricature, peuvent être perçus comme deux facettes de la même devise. Elles se rejoignent pour signifier une terreur potentielle.

Enfin, la mise en scène contrastive qui oppose l'homme barbu à la plume qui dessine la même caricature est une dichotomie qui laisse appréhender l'Autre comme un écueil. C'est la figure barbue qui s'oppose à la tradition critique européenne. Cette figure rhétorique de l'image qui consiste en la comparaison revigore les sens de deux objets opposés. Du coup, l'opposition entre eux devient plus manifeste. Outre le radicalisme, la barbe, comme un motif ayant une vocation islamiste, a été mobilisée pour signifier l'ignorance. Elle est ainsi le contraste de l'esprit éclairé. La résonance des images relatives au thème « islam » où *Le Monde* montre fréquemment des figures barbues, fait de cette assimilation une formule figée. En voyant des hommes barbues sur des photos, le lecteur peut imaginer la nature et le contexte de l'information, avant même de percevoir le message textuel. À travers la diffusion abondante de figures qui se

ressemblent, le lecteur dont le processus de socialisation se réalise, entre autres, par les médias, a acquis une compétence d'interprétation. En l'occurrence, il est en mesure de déchiffrer la barbe et de lui accorder un sens précis tout en suivant l'ornière des préjugés.

À la Une du *Monde* daté du 8 décembre 2006, s'affiche un portrait⁴ du « chef du Hezbollah, Hassan Nasrallah ». Comme le dit le titre de l'article : « Au Liban, le Hezbollah réarme, des djihadistes s'infiltrèrent », il s'agit du danger lié à la montée des intentions « terroristes ». Le journal relate les dernières nouvelles, datant du 1^{er} décembre et qui traduisent le péril. Cependant, l'image de Nasrallah donnant un discours, prise « le 22 septembre 2006 » (*Le Monde*, 08/12/2006), n'a pas un grand rapport avec les faits évoqués. Mais son portrait, pourtant inactuel, est symboliquement important car il souligne la dimension idéologique de l'information. Avec son turban noir et sa barbe dense, il est une figure qui possède les caractères typiques des fondamentalistes. Son portrait renvoie à l'époque médiévale et reflète la légitimité charismatique d'un leader d'opinion qui se réfère au prophète (Chebel 1995). Dans les sociétés arabes, toujours dominées par le modèle patriarcal, la barbe, dans sa signification purement sociologique, est interprétée comme symbole de virilité. Elle a également un sens religieux ; dans la conscience historique des musulmans, elle est avant tout une tradition prophétique et une pratique ancestrale qu'ils cherchent à sauvegarder. En revanche, au prisme du discours politico-médiatique, elle devient un signe permettant de marquer le caractère islamiste des personnes.

Le motif « barbe » est un élément ostensible dans le portrait de Nasrallah, photographié en gros plan. Il communique aussi avec d'autres éléments qui renforcent son interprétation négative. Avec sa couleur, partiellement noire, la barbe est le prolongement des vêtements ayant la même couleur. Le choix de cet habillement s'explique de même par l'attachement à une tradition ancestrale, héritée du prophète, notamment par ses descendants et par les Oulémas. Cette coutume vestimentaire se manifeste souvent dans la vie quotidienne de certains musulmans orientaux sans refléter immédiatement la mélancolie. Or, pour un Occidental, porter des vêtements si simples de cette même couleur veut dire porter le deuil pendant une période limitée. Ainsi, en raison de ces différences dans les coutumes et les modes de vie, le lecteur occidental peut être porté à percevoir les musulmans comme des fatalistes, des personnes austères, enclins à la mortification. On constate que la connotation et la dénotation de l'image sont culturellement codifiées. Ainsi, la réception d'une image présumée représentative d'une culture par un groupe social différent conduit souvent aux malentendus, notamment lorsque le récepteur ne maîtrise pas les codes culturels d'autrui.

L'interprétation de ce portrait comme une figure préjudiciable est étayée par le langage gestuel de la personne photographiée. L'image montre Nasrallah tendant la main tout en parlant avec véhémence. En faisant ce geste, il applique un des rites d'interactions pour consolider son discours et attirer l'attention de son auditoire. Cette communication gestuelle joue un rôle important dans le « monde arabe ». Néanmoins, dans un contexte d'hostilité, elle devient brouillonne ; pour le lecteur étranger, ce geste peut être interprété comme menaçant, notamment s'il prend en considération l'expression faciale de Nasrallah, qui, en parlant, prend une mine grave. La présence d'inscriptions⁵ en arabe dans l'arrière-plan de la photo, saisies en vert, « couleur de l'islam » (Chebel 1995 : 123) conforte davantage le rapport entre le « djihadisme » et le « monde arabe ». En effet, les éléments de l'arrière-plan, de prime abord négligeables, sont essentiels dans l'interprétation de l'image. « Le background est

⁴ Source originale : Hussein Malla – Associated Press / caractéristiques : en couleurs / dimensions : 14 x 8,5 cm.

⁵ Il s'agit d'un slogan inscrit au fond de la tribune et saisi aussi en anglais ; « The divine victory » (La victoire divine).

le terrain constitutif de l'être » (Babin 1991 : 31). L'écriture arabe, facilement distinguable en raison du caractère graphique de ses signes, devient un symbole culturel qui permet au lecteur européen l'identification de l'acteur. Ces différents éléments iconographiques s'articulent et se complètent pour produire une image déchiffrable qui s'associe au terrorisme.

Le voile et l'image de la femme

Pendant plusieurs décennies, la querelle israélo-palestinienne est un des thèmes les plus traités par les médias. Le 7 avril 2006, dans sa rubrique « International », *Le Monde* s'est intéressé aux dernières nouvelles du cabinet palestinien. La rubrique s'ouvre avec un article de tête titré : « Le Hamas doit affronter une grave crise budgétaire ». La nouvelle a été enrichie par une illustration⁶ importante. Placée dans le côté droit, en haut de la page, une photo attire le regard et domine même la titraille de l'article. Comme l'indique la légende de la photographie, dans un coin de l'image, on voit une figure féminine vêtue en noir avec un voile blanc couvrant sa tête du cou au front. Il s'agit de Mariam Saleh, ministre de la condition féminine, qui, en écoutant Ismaïl Haniyeh, premier ministre et chef du Hamas lors d'une vidéoconférence, la tête baissée, prend des notes. Le portrait de ce dernier, bien qu'il ne soit pas présent sur le lieu, est beaucoup plus net que celui de la ministre. L'écran qui le montre, pourtant situé dans l'arrière-plan, est la partie la plus éclairée de la photo. Attablé dans son bureau, Haniyeh, avec son caractère charismatique, semble dicter des ordres à sa ministre. En revanche, Mariam Saleh, en dépit de sa présence dans le premier plan de la photo, a une physionomie si floue qu'on ne distingue pas les traits de son visage. Il s'agit d'une femme voilée et anonyme plus qu'une certaine personnalité. Outre sa posture reflétant l'obéissance et la servilité, sa vêtue huppée n'a pas des traits distinguables ; elle semble être une partie intégrante du noir qui domine la photo.

Pour interpréter le voile, le lecteur en contexte occidental a recours à un savoir qu'il a acquis, principalement, à travers les médias ; s'habiller de cette manière signifie adopter l'islam intégralement et donner une certaine position à la femme. « Les médias contribuent à la fabrication d'une certaine vision, socialement déterminée, du monde, car ils construisent des modes de définition des événements et des formes d'interprétation de la vie, reposant sur les catégories culturelles existantes » (Coman 2003 : 70). Le foulard islamique renseigne le récepteur sur l'identité culturelle de son porteur. Comme le note Samuel P. Huntington : « Dans le monde d'après la Guerre froide, les drapeaux restent essentiels, tout comme d'autres symboles d'identité culturelle, les croix par exemple, les croissants et mêmes les chapeaux, car la culture est déterminante, et l'identité culturelle est ce qui importe le plus à beaucoup de personnes » (Huntington 2000 : 16). Le renforcement des symboles culturels désigne un attachement à une certaine culture dont les frontières seront marquées davantage. Cependant, lorsque ces symboles quittent leur milieu culturel d'origine et s'imposent dans un autre, ils seront perçus comme une contre-culture. Ainsi, le voile, en se faisant transposer par la presse, dans un contexte de radicalisme religieux, symbolise une culture rétrograde et éventuellement menaçante pour la stabilité identitaire du lecteur.

Dans sa dimension objectale, le voile est un trait distinctif et référentiel qui permet à son interpréteur de catégoriser un fait social et de trouver, par conséquent, ses repères. D'autant plus, le stéréotype voile, en tant qu'idée, à force d'être chargé d'une connotation négative, peut se transformer en mé-

⁶ Source originale : Emilio Morenatti – A.P. / caractéristiques : noir et blanc / dimensions : 17 x 12 cm.

canisme d'exclusion. Or, ce jugement, basé sur un critère purement normatif, serait un écueil dans le processus de la découverte cognitive de l'autre. D'ailleurs, inconsciemment, son altérité vestimentaire engendre l'introversion et peut être utilisée comme prétexte pour le refuser en tant que sujet. L'absence de l'émancipation corporelle, très ostensible dans le portrait de la ministre, est susceptible de devenir une image spéculaire reflétant son épanouissement spirituel. Le sens commun aidant, on a souvent tendance à juger à partir des images. Les représentations stéréotypées, notamment les représentations iconographiques, marquent l'esprit et la mémoire du récepteur. Elles fonctionnent comme des modèles qui aident l'individu à interpréter les phénomènes qui s'offrent à lui. « Da stereotype Charakterisierungen in den Köpfen der Rezipienten nur äußert schwer veränderbar sind, prägen visuell vermittelte Stereotypen die Sichtweise der Rezipienten auf nachhaltige Weise. Urteile werden mittels der visuell vermittelten Stereotype gefällt und daher auch mit großer Wahrscheinlichkeit im Sinne der Stereotype verfälscht »⁷ (Halle & Knieper 2002 : 136). C'est ainsi que les médias, en l'occurrence le journal *Le Monde*, participent indirectement à la propagation du « prêt-à-penser », qui sera adopté sans avoir été effectivement pensé.

La femme arabe, notamment dans les pays où les conflits confessionnels imprègnent la vie politique, n'est perceptible qu'à travers le voile. Dans son numéro du 3 novembre 2006, le quotidien parisien couvre l'actualité au Proche-Orient. Il s'agit toujours du conflit israélo-palestinien. Précisément, *Le Monde* s'intéresse à l'« Offensive de Tsalah dans le nord de Gaza un an après le retrait ». Introduit au début de la page 4, cet article a été aussi accompagné d'une image⁸ ayant les mêmes dimensions et le même positionnement que la dernière photo. Outre le contexte commun, les deux illustrations présentent des éléments partagés. C'est d'abord le motif de la femme en foulard qui domine l'image.

Un plan relativement serré nous montre une quadragénaire dont le corps est vêtu d'une étoffe noire du cou jusqu'aux poignets et qui cache son visage avec le bout d'un foulard grisâtre couvrant sa tête. Dans la légende, on lit : « Une Palestinienne assiste aux obsèques d'un militant du Jihad islamique [...] ». (*Le Monde*, 03/11/2006). Le visage noyé de tristesse, les yeux profonds et baissés, la femme semble lamenter le décédé. Tout en se protégeant derrière un pilier, elle suit les « obsèques » avec un regard pâle. Elle a l'air impuissante devant les circonstances. Piégée dans ses vêtements, elle ne peut exprimer ses douleurs que discrètement. En outre, en tant que femme, sa passivité est renforcée par sa vraisemblable fonction de femme au foyer. La présence d'une jeune fille tenant un bébé dans ses bras, sur l'autre côté du pilier, soutient cette appréhension de la part du lecteur dans son interprétation immédiate de l'image. La fille, à peine adolescente, suit le modèle de la femme adulte et met aussi le voile. De plus, leur apitoiement vis-à-vis des « djihadistes » tués dans les combats devient symptomatique. Le voile ne serait plus un indice d'innocence. Au contraire, il est susceptible de camoufler des identités ambiguës ayant une tendance maléfique. Enfin, figures, postures, vêtements, intrigues et contexte de guerre se complètent pour produire une image conforme aux idées reçues. Par ailleurs, en dépit de l'écart du temps qui sépare la date de publication de la première et de la deuxième image, la répétition récurrente du même motif dans des conditions pareilles invite à admettre le portrait de la femme voilée comme l'image la plus représentative.

⁷ Les caractérisations des stéréotypes étant difficilement modifiables, les poncifs véhiculés par les images marquent durablement la perception des récepteurs. Les jugements seront formulés à partir de stéréotypes visuellement propagés. Ils seront ainsi très probablement travestis en stéréotypes. (traduction de l'auteur).

⁸ Source originale : Mohammad Salem – Reuters / caractéristiques : noir et blanc / dimensions : 17 x 11,5 cm.

Du traditionalisme au terrorisme

La représentation de l'autre dans le langage de presse

Par rapport à l'Occident « postmoderne », dans les discours d'information médiatique, les pays arabes sont présentés comme un univers rétrograde. Cela se manifeste dans les actes des personnes représentés aussi bien que dans la mise en scène de l'information, notamment dans l'habillage des nouvelles. Le 28 décembre 2006, *Le Monde* consacre un grand article à la situation en Somalie, titré : « Les islamistes se sont retirés de Mogadiscio ». Le journal a choisi un passage des propos exprimés par un représentant des « islamistes » et l'a mis en relief dans un caractère gras entouré de blanc. On lit : « Nous quittons la ville pour éviter un lourd bombardement par les forces éthiopiennes ». Saisi entre guillemets, cet énoncé est attribué au « cheikh Sharif cheikh Ahmed », comme on le lit au-dessous du passage. « Cheikh » est un « titre honorifique décerné spontanément à un grand nombre de détenteurs de savoir et aux hiérarques religieux » (Chebel 1995 : 93). Ce titre, qui reflète une certaine sagesse, se trouve dans ce contexte chargé d'une connotation négative, voire d'un sens péjoratif. Alors que le « monde arabe » a dépassé ces structures sociopolitiques archaïques depuis longtemps, les médias occidentaux, au début du troisième millénaire, actualisent ce vocabulaire typiquement arabe. Le terme « cheikh » fait parti d'un répertoire auquel *Le Monde* a recours dans son traitement de l'information relative à la Somalie. Rare de parler du conflit somalien sans évoquer « les tribunaux islamiques », « les écoles coraniques », la « *chari'a* » et « la République islamique ». Ce vocabulaire concourt à la construction d'une image moyenâgeuse de la Somalie.

En plus de plusieurs autres vocables, le terme « djihadiste » (*Le Monde*, 8 décembre 2006 : 1) et ses paradigmes furent adoptés dans la langue française, vraisemblablement pas par un souci de précision. Dans le sens commun du mot, « djihadiste », selon les cas et les contextes, pourrait être traduit par « auteur d'attentat suicide », « terroriste » ou « kamikaze ». Mais le premier terme est chargé d'une signification étroitement liée au monde arabo-islamique. Il appartient au *médialecte*, un langage propre aux médias (Genette 2006). En couvrant la « guerre confessionnelle en Irak » (*Le Monde*, 1^{er} septembre 2006), le journal introduit dans l'article une constellation d'expressions captivantes ; « *Takfiris* » (hérétiques), « *chari'a* » (loi canonique de l'islam) et « *mar-jaa* » (source/référence). Dans un contexte de guerre, le territoire des mots est miné. La propagation de ces termes arabes ne peut que provoquer le dégoût et la dévalorisation du lecteur européen pour le peuple irakien. En effet, ces termes sont largement galvaudés par les médias. Partiellement empruntés au langage politique, ils changent de sens dans le discours médiatique. La représentation simplifiée que le lecteur peut associer à ces vocables « exotiques » est celle d'une société rétrograde qui se tient à des règles médiévales. « Le langage n'est pas un simple instrument de communication ; il est en même temps [...] l'expression des représentations sociales, des structures mentales et finalement de la culture » (Ladmiral & Lipiansky 1989 : 151). Il reflète l'identité d'autrui dans toute son étrangeté. Néanmoins, la presse déforme le sens de ce langage car elle ne prend pas suffisamment en compte son altérité herméneutique. Dans cette situation de communication médiatisée, les différences au niveau des significations des représentations chez les communicants entraînent des bruits sémantiques. Ceci influe négativement sur l'intelligibilité de leurs messages. Outre leur pouvoir accrocheur, les termes en question canalisent la lecture. Malgré le flou qui les entoure, de par leur singularité, ils deviennent des marqueurs à

travers les articles. Ils constituent un cadre de référence qui oriente le lecteur et lui facilite l'interprétation de l'information. Ce jargon néologique permet également de situer d'emblée l'information car il renvoie à un contexte qui est censé être d'ores et déjà connu par le récepteur du message.

L'ensauvagement de l'autre : mise en scène et interprétation

Aujourd'hui, chaque attentat terroriste est perçu comme une suite de l'action majeure qui a amorcé la guerre contre le terrorisme. C'est sur la base des images déjà ancrées dans l'imaginaire collectif occidental, notamment celles du 11 septembre (2001), que la presse traite les événements du même contexte. Les médias engagent le fait dans une série événementielle. « Si le photjournaliste veut informer son lecteur, il lui faut travailler son image comme si elle était déjà connue du lecteur [...], la photographie d'information installe l'actualité dans une forme souvent « déjà vue » par le lecteur » (Lambert 1993 : 40). Un article paru dans *Le Monde* du 1^{er} septembre 2006 a été meublé d'une illustration⁹ qui montre « [...] l'explosion d'une voiture, le 17 août, à Sadr City » en Irak. On relève la présence d'une foule de personnes attroupées autour de l'épave ; sur le lieu de l'incident un amas de débris, des pièces d'une voiture calcinée et des objets éparpillés témoignent de la violence de l'attentat. Sur le sol, vraisemblablement, une mare de sang marque la photo avec sa couleur foncée. Dans le premier plan, un fragment en forme de bande traverse verticalement la photo et s'impose entre l'observateur et les sujets photographiés rapprochant ainsi du lecteur les objets pris en photo. Cette bande et deux personnes prises dans le premier plan, dans les extrémités gauche et droite de la photo, semblent former un deuxième cadrage serrant l'objectif et le focalisant sur les débris. Ils canalisent une ligne de fuite qui donne au lecteur l'impression d'être présent sur-le-champ. Ainsi, le photographe agence le contenu, le cadrage et le choix du plan comme un dispositif sémio-technique permettant de positionner l'observateur. Virtuellement, il le fait accéder à la scène et le rend témoin de l'incident.

L'attentat est vécu par sa mise en images plus que par sa mise en mots. L'épave de la voiture écrasée est présentée comme preuve de la force destructive des terroristes et de leur âpreté. La foule des personnes irakiennes rassemblées autour des débris, pourtant victimes de l'attentat, pourrait être considérée comme des « djihadistes » potentiels. Le brouillard qui règne sur le pays rend difficile de déterminer les auteurs de ces attentats. Ce sont des Irakiens, des Arabes et des musulmans qui s'entretuent. En réalité, le journal relate les faits, identifie les différents acteurs et met en lumière les enjeux de l'évènement. Face au flux d'informations hétérogènes, réparties sur des rubriques et des articles différents, le lecteur saisit le message essentiel des nouvelles. Néanmoins, ce qu'il garde dans sa mémoire, ce sont des faits et des représentations marquants, des idées vagues et des traces discursives. Après un certain temps, sa lecture de l'article se réduit à une idée synthétique ou à une impression. Les faits et les représentations couvrant les conflits sont dominés par la violence et par une éventuelle atrocité. Ceci peut amener le lecteur européen à apercevoir les acteurs représentés dans un contexte de guerre comme des incultes par rapport à un monde civilisé. Ils seront considérés comme des brutes, encore guidées par leur volonté de nuire. L'autre, figé dans un schème collectif, tend à devenir un cauchemar infernal qui vient déstabiliser un monde prospère.

Une autre image¹⁰ publiée dans *Le Monde* du 28 décembre 2006 montre des prisonniers de « Tribunaux islamiques » somaliens, surveillés par des soldats gouvernementaux dans un « camp » de détention. Une simple observation

⁹ Source originale : Al-Rubaye – AFP / caractéristiques : noir et blanc / dimensions : 19 x 8,5 cm.

de la photo donne l'impression au récepteur qu'il s'agirait plutôt d'un gang de rue. L'apparence vestimentaire des détenus ne reflète point l'image habituelle des prisonniers de guerre. Outre l'absence d'uniformes, les détenus sont habillés d'une manière très négligente et ont une allure complètement débraillée ; l'un maintient son pantalon avec un ruban, l'autre enroule sa taille dans un foulard et le troisième se montre dans un marcel. Le chaos se manifeste plus nettement sur le lieu de détention ; les bas murs délabrés qui forment la clôture de cette prison, les ordures et les broussailles qui couvrent le sol où traînent les détenus, font penser à une étable. L'infériorité d'autrui est aussi bien mentale que physique. Il est sclérosé dans un état d'agressivité et d'animalité farouches. « [Cette] iconographie condense les propriétés de toute désignation de l'ennemi : une représentation simplifiée de la réalité, associée à une dévalorisation et une déshumanisation de l'autre » (Couteau-Bégarie & Ramel 2005 : 939). Pour leurs contemporains, ces Somaliens sont étranges, voire insolites. Les figures et les idées des personnes photographiées attisent la curiosité du lecteur, mais ce dernier les craint parce qu'elles incarnent le retour à un obscur passé médiéval.

L'incident n'est pas un cas isolé. En regardant cette image, le lecteur pense à des scènes semblables qui ont eu lieu en Irak, mais il songe aussi à la querelle israélo-palestinienne, etc. Ces conflits durables sont également un facteur important dans la redondance. Le contexte commun aux événements dans les différents pays arabes laisse l'incident se présenter comme une succession d'autres circonstances. Numéro après numéro, la presse inscrit la nouvelle dans un flot d'informations et assure la continuité séquentielle de l'évènement. C'est à travers ce procédé qu'elle inculque les images et les idées diffusées dans la mémoire du lecteur. L'islam semble être le maillon qui lie le « monde arabe » au terrorisme. Les Arabes en tant que « parrains » de cette religion qui a été révélée en leur langue se trouvent au cœur de la querelle. Les médias sont également une scène où religion et politique s'interfèrent et s'amplifient. Or, dans ces situations conflictuelles, ce lien débouche souvent sur des actes de violence. Du coup, l'islam n'est perçu qu'au prisme de cette violence. « Erst durch die Verbindung von Islam und Gewalt gelangt der Islam auf die Medienagenda »¹⁰ (Hafez 2002 : 227).

¹⁰ Source originale : AFP / caractéristiques : noir et blanc / dimensions : 17 x 12 cm.

Conclusion

En présentant le « monde arabe » comme un espace de terreur, la presse joue un rôle décisif dans l'intériorisation de stéréotypes dénigrants chez le lecteur. Ces poncifs s'appuient sur des signes distinctifs et s'affirment au fur et à mesure que les nouvelles qui les véhiculent se répètent. Les médias ont un trait commun avec le stéréotype dans sa fonction réductrice. Ils favorisent, par nature, la propagation des clichés. « Les médias, parce qu'ils sont médiateurs et diffuseurs d'un énorme flux d'informations, sont concernés au premier chef par le danger potentiel que représentent les stéréotypes » (Corroy & Gonnet 2008 : 330). Dans le cas du journal qui nous occupe ici, certes *Le Monde* tâche d'assurer une couverture axiologiquement neutre des événements. Il focalise également son travail sur des faits et non sur des contenus affectifs et imaginatifs. Néanmoins, journal et lecteurs associent des valeurs aux énoncés médiatiques. Il n'est pas sans importance pour notre propos de souligner que les stéréotypes ne constituent pas l'essentiel du discours d'information tel qu'il est revendiqué par le journal. Au contraire, les stéréotypes sont comme des parasites qui se forment progressivement en marge de l'information journalistique à proprement parler et qui s'y incrustent. Ils facilitent l'interprétation des faits politiques auxquels ils

attribuent des significations sociales. Les informations sur l'étranger sont l'objet d'échange et d'interaction. Ils véhiculent bon gré mal gré des valeurs sur les autres peuples. C'est sur ce niveau que la presse, outre sa principale vocation informative, contribue indirectement à la médiation culturelle. Si le stéréotypage est un phénomène inévitable, les médias, selon leur traitement de l'information, peuvent l'atténuer ou l'accélérer et le radicaliser. En l'occurrence, le journal *Le Monde* peut modérer la charge négative de ce stéréotypage implicite et amener le récepteur à tempérer ses jugements en proposant des contenus différenciés et notamment en prenant en compte les altérités culturelles dans le choix, la mise en scène et la diffusion des informations ayant trait au « monde arabe ». ■

Bibliographie

- Babin P. *Langage et culture des médias*. Paris : Éditions universitaires ; 1991.
- Charaudeau P. Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérivés. In : *Semen 22, Énonciation et responsabilité dans les médias*. Besançon : Presses universitaires de Franche-Comté ; 2006. p. 29-43.
- Chebel M. *Dictionnaire des symboles musulmans. Rites, mystique et civilisation*. Paris : Albin Michel ; 1995.
- Coman M. *Pour une anthropologie des médias*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble ; 2003.
- Corroy L, Gonnet J. *Dictionnaire d'initiation à l'info-com*. Paris : Vuibert ; 2008.
- Couteau-Bégarie H, ed. *Les médias et la guerre* (commission française d'histoire militaire) Paris : Economica / Institut de stratégie comparée EPHE IV ; 2005.
- Garaud C. *Sont-ils bons ? Sont-ils méchants ? Usage des stéréotypes*. Paris : Champion ; 2001.
- Genette G. *Bardadrac*. Paris : Seuil, Coll. « Fiction et Cie » ; 2006.
- Hafez K. Die irrationale Fehlwahrnehmung des „anderen“. Deutsche und arabische Öffentlichkeitsreaktion auf den 11 September. In : Stein G, Windfuhr V, eds. *Ein Tag im September. 11.9.2001*. Heidelberg ; 2002. p.221-246.
- Knieper T. Zur visuellen Kultur der Medien. In : Haller M, ed. *Die Kultur der Medien : Untersuchungen zum Rollen- und Funktionswandel des Kulturjournalismus in der Mediengesellschaft*. Münster : Lit Verlag. p.129-140.
- Huntington SP. (1996) *Le choc des civilisations*. Paris : Odile Jacob ; 2000.
- Ladmiral JR, Lipiansky EM. *La communication interculturelle*. Paris : A. Colin ; 1989.
- Lambert F. Quatre niveaux de lecture d'une image photographique de presse. In : *Le photojournalisme. Informer en écrivant des photos*. Paris : Éditions CFPJ ; 1993.
- Lippmann W. *Public Opinion*. New York : Free Press Paperbacks ; 1997.

Résumé

Le monde arabe au prisme du journal *Le Monde*. Du stéréotype au préjugé

En traitant l'image du monde arabe dans le journal *Le Monde*, cet article questionne les interférences entre les stéréotypés et le discours d'information médiatique. Des figures barbus et des portraits des femmes voilées sont des leitmotifs qui accompagnent la majorité d'informations et dévalorisent le monde arabe. La barbe sert à souligner le caractère terroriste des personnes. Quant au foulard islamique, il est le symbole de l'oppression de la femme. Le vocabulaire utilisé par le journal dans la couverture des événements renvoie souvent à une société rétrograde, dominée par la terreur. Le lecteur occidental étant souvent confronté à ces images stéréotypées, il les généralise sur tout le monde arabe. Ainsi les médias en réduisant le monde à des symboles simples et compréhensibles, participent indirectement à la propagation des poncifs sur l'identité d'autrui.

Mots-clés : *Presse, média, information, représentation sociale, culture, analyse de contenu, islam, terrorisme, Liban, Irak, Palestine, Somalie.*

Abstract

The Arab world in the mirror of western media. Stereotype and prejudice in the media discourse. The case of the newspaper *Le Monde*

This article studies how stereotypes interfering with the media discourse, using the newspaper *Le Monde* and its representation of the Arab world as an example. When covering events concerning the Arab world, the newspaper presents usually bearded figures as typical ones for persons who are susceptible to be terrorists. The image of Arab woman is also degraded. The veil is presented as noticeable symbol for the oppressed women. Through the choice of some vocabulary and photos, in the mirror of *Le Monde*, the Arab society is presented not only as retrograde but also as a space of terror. The western readers of this newspaper find continuously the same kinds of stereotyped representations. Consequently, He generalizes the received image to all Arab world. When the media reduces the world into simple and understandable symbols, they indirectly propagate a stereotyped idea about the identity of others.

Keywords : *Press, media, information, social representation, culture, contents analysis, Islam, terrorism, Lebanon, Iraq, Palestinem Somalia.*

Resumen

El « mundo árabe » bajo el prisma del periódico *Le Monde*. Interferencia entre informaciones y estereotipos

Al tratar la imagen del mundo árabe en el periódico *Le Monde*, este artículo cuestiona las interferencias entre los estereotipos y el discurso de información mediático. Las imágenes de hombres barbudos y de mujeres con velos son un leitmotiv que acompaña la mayoría de las informaciones y desvalorizan el mundo árabe. La barba sirve para señalar el carácter terrorista de las personas. En cuanto al velo islámico, él es símbolo de la opresión de la mujer. El vocabulario utilizado por el periódico en la cubierta de los acontecimientos sugiere una sociedad retrógrada, dominada por el terror. El lector occidental se confronta repetidamente a estas imágenes estereotipadas, él las generaliza para todo el mundo árabe. De esta manera los medios, al reducir el mundo a unos cuantos símbolos simples y comprensibles, participan indirectamente a la propagación de clichés sobre la identidad de los otros.

Palabras claves : *Prensa, medios, información, representación social, cultura, análisis de contenido, Islam, terrorismo, Líbano, Irak, Palestina, Somalia.*