

## Mohamed Sakho Jimbira

Université de Lorraine

[mouhamedsakho@yahoo.fr](mailto:mouhamedsakho@yahoo.fr)

### **Se mobiliser en ligne pour défendre la figure du prophète Mohamed**

Alors que s'ouvrait le 2 septembre 2020, le procès des attentats de 2015 en France, le journal satirique Charlie Hebdo décida de republier les 12 caricatures du prophète Mohamed en couverture de son édition de la semaine sous le titre « Tout ça pour ça ». Quelques jours plus tard, le président de la République, Emmanuel Macron, dans son discours d'hommage à Samuel Paty – enseignant d'histoire-géographie, victime d'un attentat qualifié de terroriste le 16 octobre 2020 après avoir montré à ses élèves ces caricatures dans le cadre d'un cours sur la liberté d'expression – déclara en ces termes : « [...] Nous défendrons la liberté que vous portez si bien et nous porterons haut la laïcité. Nous ne renoncerons pas aux caricatures, aux dessins, même si d'autres reculent [...] ». Ces propos ont été source de polémiques occasionnant une vague d'indignation, de protestation, ainsi que le boycott de produits made in France, dans beaucoup de pays à majorité musulmane, comme le Pakistan, l'Égypte, la Turquie, le Bangladesh, le Sénégal, etc. Ce vent de colère s'est également propagé dans le cyberspace, où beaucoup d'internautes ont critiqué la posture d'Emmanuel Macron. Cette propagation de la colère de l'espace hors-ligne à l'espace en ligne, n'est guère surprenante si l'on sait qu'Internet jouent un rôle dans la diffusion et la propagation des émotions, lesquelles influent notamment sur l'expression des motivations des personnes à prendre part à une mobilisation (Goodwin et al., 2001). Aussi, il est à noter qu'au cours de ces dernières années, nombre de musulmans ont su profiter des potentialités offertes par les nouveaux médias, notamment les médias socionumériques pour exprimer leur voix et faire valoir leurs causes (Al-Rawi., 2016 ; Piela, 2012 ; Sakho Jimbira, 2017, 2019, etc.). S'agissant de la France, par exemple, nos observations de type ethnographique conduites en ligne, notamment sur Facebook et WhatsApp ont révélé que des musulmans se sont mobilisés pour s'indigner et défendre la figure du prophète en postant des messages comme « J'aime mon Prophète ; Je suis fier d'être musulman ; Respect Prophete Muhammad (the prophete of peace and tolerance) ; Ne touche pas à mon prophète Muhammad, etc. ». D'autres republiant sur leur mur Facebook des témoignages gratifiants d'illustres auteurs – comme Victor Hugo, Gustave Lebon, Georges Bernard Shaw... – sur le prophète Mohamed. D'autres encore, dénonçant une politisation à outrance de la laïcité. D'ailleurs, il est opportun de rappeler ici qu'une littérature conséquente porte sur les collisions historiques entre l'islam, sa place dans l'espace public et la laïcité en France. Toutefois, rares sont les travaux académiques qui se sont penchés sur le positionnement des musulmans français face à la publication des caricatures de Charlie Hebdo et au discours d'Emmanuel Macron.

Reposant sur une démarche qualitative de type ethnographique couplée à des entretiens semi-directifs, cet article – qui est à l’intersection de plusieurs thèmes de cet appel à contribution “Rethinking Media, Religion and Secularities” – se fixe plusieurs objectifs. Mettre en lumière les logiques et motivations qui ont poussé certains musulmans à se mobiliser sur Facebook et WhatsApp pour défendre leur prophète. Documenter le profil sociodémographique de ces musulmans et comprendre si leur mobilisation en ligne a été réellement provoquée par le discours d’Emmanuel Macron ou plutôt par la republication des caricatures de Charlie Hebdo. Comment qualifier leur mobilisation ? Peut-on la considérer comme une mobilisation silencieuse ? Aussi, il serait intéressant d’interroger leurs rapports de dévotion entretenus vis-à-vis de la figure du prophète Mohamed ? Sans être exhaustif, voici quelques-uns des questionnements auxquels cette recherche exploratoire tentera de répondre.

## **Section 2 : L’islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitéés**

### **Bibliographie**

- Al-Rawi, Ahmed. 2016. Facebook as a virtual mosque: the online protest against Innocence of Muslims, *Culture and Religion*, 17:1, 19-34.
- Goodwin, Jeff. et al. 2011. *Passionate Politics. Emotions and Social Movement*, Chicago: University of Chicago Press
- Piela, Anna. 2012. *Muslim Women Online: Faith and Identity in Virtual Space*. New York: Routledge.
- Sakho Jimbira, Mohamed. 2017. Facebook, a space for religious expression and visibility: the case of Islam (2012-2014). Thesis in information and communication sciences. Under the supervision of Ms Beatrice Fleury, Professor of Information and Communication Sciences, and Mr Luc Massou, Associate Professor of Information and Communication Sciences, guest, co-supervisor.
- Sakho Jimbira, Mohamed. 2019. Mobilizing social networking sites: the traditional public space facing criticism of French Muslims. *Cahiers Sens Public*, university of Montreal, Canada, 1-37.