

(Im)puissance de l'interpellation citoyenne des jeunes : des dispositifs participatifs officiels aux mouvements radicaux

Mémoire réalisé par
Pauline Leclef

Promoteur
Prof. Mathieu Berger

Lecteur
Prof. Geoffrey Pleyers

Année académique 2017-2018
Master 120 en sociologie
Finalité Recherche et intervention sociale

« Je déclare sur l'honneur que ce mémoire a été écrit de ma plume, sans avoir sollicité d'aide extérieure illicite, qu'il n'est pas la reprise d'un travail présenté dans une autre institution pour évaluation, et qu'il n'a jamais été publié, en tout ou en partie. Toutes les informations (idées, phrases, graphes, cartes, tableaux, ...) empruntées ou faisant référence à des sources primaires ou secondaires sont référencées adéquatement selon la méthode universitaire en vigueur.

Je déclare avoir pris connaissance et adhérer au Code de déontologie pour les étudiants en matière d'emprunts, de citations et d'exploitation de sources diverses et savoir que le plagiat constitue une faute grave. »

Remerciements

Nous tenons à remercier notre promoteur, Mathieu Berger, pour son suivi régulier, sa disponibilité et ses conseils avisés.

Nous remercions également Dominique Rossion et l'équipe de l'Observatoire de l'Enfance, de la Jeunesse et de l'Aide à la Jeunesse pour leur accueil chaleureux et leur aide précieuse.

Enfin, nous souhaitons remercier tous ceux qui ont contribué, de quelque manière que ce soit, à la réalisation de ce mémoire.

Table des matières

Introduction.....	1
Chapitre I : Plongée au cœur de la participation.....	3
1. Problématisation.....	3
1.1. L'ouverture du champ de la participation.....	3
1.2. La démocratie participative : de l'idéal à la réalité.....	4
a. De l'idéal de la démocratie participative... ..	4
b. ...À la réalité.....	4
1.3. Focus sur la politisation des jeunes.....	6
a. Dépolitisation des jeunes ?.....	6
b. De nouvelles méthodes pour « faire participer » les jeunes.....	7
1.4. Des méthodes qui s'éloignent des dispositifs officiels.....	8
2. Questionnements et hypothèses.....	9
3. Méthodologie générale de la recherche.....	12
3.1. Articulation de deux schémas théoriques.....	12
3.2. Méthodologie.....	13
Chapitre II : Cas empirique.....	15
1. Description du dispositif « Vers une politique locale de jeunesse plus participative ».....	16
1.1. Quel est-il ?.....	16
1.2. Quelles sont les parties prenantes ?.....	18
2. Analyse descriptive de l'application du dispositif.....	21
2.1. Méthodes participatives utilisées dans les différentes communes.....	21
a. Moyens de diffusion des informations.....	21
b. Méthodes de participation.....	22
2.2. Tableau récapitulatif.....	23
2.3. Conclusion.....	25
3. Puissance ou impuissance du processus d'interpellation dans ce dispositif ?.....	25
3.3. Le pôle de l'énonciateur.....	25
3.4. Le pôle de l'enjeu de l'interpellation.....	27
3.5. Le pôle du public projeté.....	28
4. Discussion.....	29
4.3. La participation dans les dispositifs officiels : un trompe-l'œil ?.....	29
4.4. De manière plus générale : une critique luhmanienne des dispositifs participatifs.....	33

4.5. Des mobilisations top-down aux mobilisations bottom-up : un élargissement du champ	35
Chapitre III : Puissance de l'interpellation des jeunes par le sacré : un dispositif radical	37
1. Flames of War II : un exemple de production de l'État islamique en guise d'ouverture	38
2. Trois temps simultanés de l'interpellation radicale	41
2.1. Pôle de l'énonciateur	42
2.2. Pôle de l'enjeu	44
2.3. Pôle du public projeté	46
3. Conclusion	48
Chapitre IV : La félicité du processus d'interpellation à travers différentes combinatoires intermédiaires	49
1. Puissance du pôle de l'énonciateur : Anonymous	50
1.1. Qu'est-ce qu'Anonymous ?	50
1.2. Une authenticité expressive garantie par un <i>Nous</i> anonyme et mouvant	51
a. Un énonciateur collectif fictif	51
b. Un collectif performé	54
2. Puissance du pôle des enjeux : <i>L214 Éthique & Animaux</i>	55
2.1. Qu'est-ce que l'association <i>L214 Éthique & Animaux</i> ?	55
2.2. La montée en puissance des enjeux liés à la cause animale	56
a. Dévoiler la vérité occultée	56
b. Changer ses habitudes	59
3. Puissance du pôle du public projeté : L'imaginaire de la piraterie	61
3.1. Des organisations pirates : Partis pirates ou ONG Sea Shepherd	61
3.2. La figure pirate comme activation de la dimension appellative	62
a. Esthétique et rhétorique pirate	62
b. La force et les implications de cette reprise de la métaphore pirate	63
4. Conclusion	66
Chapitre V : Discussion	67
1. L'importance du processus interpellatif dans le succès de la mobilisation des jeunes	67
2. La surmobilisation des jeunes : l'État doit-il prendre ce risque ?	69
3. Apports et limites de la recherche	69
Conclusion générale	71
Bibliographie	72

Introduction

L'idée commune de bon nombre de personnes est que les jeunes sont dépolitisés et désinvestis de la vie sociale et politique de leur cité. Il suffit de taper « dépolitisation des jeunes » dans notre barre de recherche pour remarquer qu'une quantité de liens nous est proposée. Cette idée est largement répandue mais est-elle pour autant exacte ? Les jeunes ont-ils vraiment perdu toute volonté de s'investir pour la société ? Amener les jeunes à s'engager ne se fait pas en un claquement de doigts. L'étape première à la participation des jeunes est celle de l'invitation. Sans invitation et sans acceptation de cette invitation, rien ne se passe. Il est donc essentiel de s'intéresser à cet acte communicationnel inaugural dans les dispositifs participatifs à destination des jeunes.

Notre recherche vise à comprendre le processus mettant les jeunes en mouvement. Qu'est-ce qui rend puissante une interpellation auprès des jeunes ? Pourquoi un dispositif les mobilise plus qu'un autre ? Et que pose comme question la puissance ou l'impuissance de cette interpellation sur les jeunes ? Sur base du modèle instrumental du langage de Karl Bühler et de la théorie des prétentions à la validité de Jürgen Habermas, nous tenterons d'évaluer la puissance de l'acte communicationnel premier indispensable pour inviter les jeunes à participer à l'action collective. Cette analyse sera systématisée par une approche suivant les trois pôles du processus interpellatif : le pôle de l'énonciateur représentant la fonction expressive, le pôle des enjeux représentant la fonction cognitive et le pôle du public projeté représentant la fonction appellative.

Pour saisir l'étendue de cette recherche, nous effectuerons un élargissement du champ de la participation. Cette notion ne doit pas être réduite à la participation formelle au cœur de dispositifs tout aussi formels. Il s'agit plutôt d'étendre la compréhension de cette notion à une multitude d'engagements au sein de mobilisations collectives.

Cette recherche se déroulera en trois temps. Tout d'abord, nous nous attarderons sur un dispositif participatif officiel mis en place par la Fédération Wallonie-Bruxelles à l'intention des jeunes. Ce premier temps d'arrêt nous permettra

de faire le lien avec la littérature critique assez abondante au sujet des dispositifs participatifs institutionnels et d'appliquer notre modèle théorique. Ensuite, nous déploierons notre analyse à un dispositif radicalement différent du premier : celui de l'État islamique. Enfin, afin de montrer la diversité des processus interpellatifs, nous présenterons trois organismes mettant chacun en exergue une des fonctions permettant de rencontrer avec succès les conditions de félicité du processus interpellatif. Nous analyserons, premièrement, le cas d'*Anonymous* et de la fonction expressive. Deuxièmement, nous discuterons de l'association *L214 Éthique & Animaux* qui met l'accent sur la fonction cognitive. Troisièmement, l'imaginaire de la piraterie mobilisé par l'organisation *Sea Shepherd* et les partis pirates prendra appui sur la fonction appellative pour garantir son succès.

Chapitre I : Plongée au cœur de la participation

1. Problématisation

1.1. L'ouverture du champ de la participation

Avant toute chose, il s'agit de comprendre le sens donné à la notion de participation au sein de cette recherche. Effectivement, *participer* ne signifie pas seulement « prendre part à ». D'après Daniel Cefaï *et al.* (2012), la notion de participation couvre une série de situations allant « *de celles où les participants ne font que prendre part à un dispositif de places et de procédures fixé à l'avance, dans lequel ils sont désignés comme « citoyens », « habitants » ou « usagers », à celles où, en se mobilisant par eux-mêmes, ils font émerger ce que la philosophie pragmatiste de J. Dewey (2010) a qualifié de « publics » » (2012 : 14-15). La participation ne s'effectue pas uniquement suivant les cadres institutionnels et les règles qui lui sont administrées. Elle prend sa source, comme le souligne Cefaï et al., « *dans des chocs moraux, se [mobilisant] à travers des réseaux d'interconnaissance et se [nourrissant] des expériences du proche » (2012 : 17). L'ensemble de ces sources données à la participation montre qu'il ne faut pas se limiter aux institutions et aux acteurs officiels mais qu'il faut également observer les différentes dynamiques de mobilisation créées à travers des mouvements de résistance (Cefaï et al., 2012).**

Ne faudrait-il pas alors comprendre la notion de participation comme une forme d'engagement plus large ? En effet, cela pourrait permettre d'éviter de cantonner le fait de « participer » aux domaines politique et institutionnel et d'élargir le champ en y incluant toutes ces formes : qu'elles soient privées ou publiques, formelles ou informelles, légales ou illégales, communautaires ou politiques (Cefaï et al., 2012 : 30). Plus largement encore, nous pouvons dire que « *participer, c'est rejoindre un espace de communication et donc venir à une communauté » (Berger, 2018 : para. 57) ; communauté signifiant ni plus ni moins le partage d'une situation entre des êtres (Stavo-Debaugé, 2010 : 139). Cet élargissement de la compréhension de la notion de participation est donc indispensable pour comprendre la suite du propos.*

1.2. La démocratie participative : de l'idéal à la réalité

a. De l'idéal de la démocratie participative...

La participation. Ce terme est utilisé à de nombreuses reprises dans une multitude d'articles, d'ouvrages, de rapports et est mis en lien direct avec la notion de démocratie. Quel sens donner à ce concept ? Pour Maryse Bresson, il fait écho aux réponses à donner à la question majeure qui se pose dans notre société actuelle concernant « *la mise en œuvre de l'idéal démocratique et du principe d'égalité des citoyens* » (2014, para. 3). Cette représentation de la démocratie amène à une réalité : par définition, la démocratie est le pouvoir du peuple. Par conséquent, les penseurs de cette conception politique s'interrogent sur la manière de parvenir à « *faire participer « tous » les citoyens à la vie politique de la nation et des décisions collectives* » (2014, para. 9). En effet, l'État de droit démocratique que Jürgen Habermas met en avant n'induit pas uniquement la garantie de libertés négatives aux citoyens soucieux de leur bien-être ; il a pour objectif, grâce aux libertés communicationnelles qu'il apporte, de mobiliser les citoyens et de les inviter à participer sur la scène publique autour des questions qui les concernent tous immanquablement (2008 : 158).

Interrogeant cette logique, Marc Breviglieri fait état d'« *une idéologie de l'élargissement participatif* » (2014 : 98) atteignant l'ensemble des citoyens et prônant une responsabilisation de ceux-ci à l'égard de l'idéal démocratique qu'il s'agit de respecter et de « pratiquer ». Cet élargissement, selon la pensée de Patricia Loncle (2008) reprise par Jean-Marie Bataille, trouve aujourd'hui son expression dans une politique de la jeunesse au niveau européen « *à laquelle il faudrait ajouter la signature par de nombreux États de la Convention internationale des droits de l'enfant (CIDE) qui promeut dans son article 12.2 la participation des enfants* » (Bataille, 2013 : 6).

b. ...À la réalité

Depuis une trentaine d'années, dans de nombreux pays, nous apercevons l'émergence d'une série de dispositifs participatifs dans l'espace public ayant pour objectif de rapprocher le citoyen des élus locaux et de les intégrer plus directement à l'élaboration des politiques publiques. Cette initiative passe par la création de conseils de quartiers, de jurys citoyens ou d'ateliers en tout genre (Talpin, 2013). Cette reconfiguration de l'espace participatif s'accompagne de l'utilisation accrue d'outils

et méthodes « *non langagiers* » (Berger, 2014 : 3) ainsi que d'une dynamique de professionnalisation de la participation comme le soulignent Julia Bonaccorsi et Magali Nonjon (2012). À tout cela s'ajoute une exigence d'activation des citoyens dans la vie publique (Berger, 2015).

Une pluralité de points de vue s'entrecroise quant aux bienfaits ou non de ces nouvelles techniques de participation. D'une part, des travaux critiques abordent le caractère instrumental généré par ces nouveaux canaux servant de légitimation aux autorités publiques (Berger, 2015 ; Gourgues *et al.*, 2013). Ils insistent également sur l'aspect routinisé, standardisé permettant d'accéder aux subsides promis par les autorités publiques lors de la mise en place de ces dispositifs (Berger, 2015). De plus, ce déploiement participatif à l'aide de « boîte à outils » serait une réponse pour contenir les errements de « *la figure d'un participant citoyen non seulement incapable et ignorant, mais pathologique* » (Berger, 2015 : 12), véritable hantise des pouvoirs publics. Réponse qui aurait ses dérives, selon Marion Carrel (2013), car elle amènerait à « *une professionnalisation de la participation qui se concentre sur la communication et le marketing, une ingénierie qui s'apparente à de la police de la population ou encore des accointances entre chercheurs, consultants et pouvoirs publics spécialisés en démocratie participative* (Gourgues, 2012) » (2013 : 145-146). Un autre élément critique pointé par Loïc Blondiaux est que la démocratie se transformerait en « *une démocratie formatée au point d'en devenir purement formelle* » (2008 :140). Par conséquent, la procéduralisation de la participation ainsi que l'instrumentalisation de la parole des citoyens remettent en question l'idéal démocratique.

D'autre part, un certain nombre d'auteurs (Barbier, 2005 ; Barthe, 2002 ; Fourniau, 2007) repris par Guillaume Gourgues (2013) insistent sur le fait que le citoyen ordinaire n'est pas uniquement un objet dans les dispositifs de participation mais peut également les investir, se les approprier à son avantage, « *juger avec force ironie les sollicitations répétées dont il [fait] l'objet* » (Gourgues *et al.*, 2013 : 15). Loïc Blondiaux et Jean-Michel Fourniau (2011) expliquent en contrepartie que le développement de ces dispositifs participatifs a pour intention de rendre effectif le droit à la participation prôné par nos sociétés démocratiques. Cela permet aussi, selon la proposition d'Archon Fung (2007), « *d'identifier les « failles » (failures) des politiques publiques* » offrant ainsi la possibilité de les corriger grâce à la mise en place

d'expériences participatives et délibératives conduites un peu partout dans le monde (Gourgues, 2012 : 32).

Dans un autre registre, il est important de mettre en évidence une certaine ambiguïté du « *tournant sémiotique* » (Berger, 2014 : 4) opérée par la multiplication d'outils à visée démocratique. En effet, cette communication iconico-indexique (utilisation de signes, de gommettes, de dessins, de figurations, de cris, de mimes, etc) octroie la possibilité à tout citoyen de participer à une activité publique, peu importe la matière à l'ordre du jour, et lui permet de « *signifier quelque chose, une critique par exemple, sans passer par la médiation d'un discours formel, discipliné* » (Berger, 2014 : 15). Il y a, par conséquent, un décentrement du discours perçu comme positif dans ce cas-ci. Toutefois, la prédominance de la communication iconico-indexique dans les espaces participatifs tend à occulter la dimension symbolique du discours en enlevant cette possibilité au citoyen¹. Les conséquences sont une désubjectivation et une mésestime de la parole citoyenne (Berger, 2014). Ce procédé dévoile un principe d'infantilisation du citoyen (Breviglieri, 2014 : 105) ce qui ne coïncide pas avec la volonté d'une plus grande symétrie entre pouvoirs publics et citoyens ordinaires. De plus, l'utilisation d'outils afin de « faire participer » produit un « *glissement au fil duquel la participation définie comme projet et comme expérience collective a été de plus en plus confondue avec les prestations proposées par les divers professionnels œuvrant sur ce secteur. Ce processus atteint une quintessence dans la production de « kits » participatifs reproductibles et transférables tels quels sur n'importe quel territoire et pour le compte de n'importe quelle collectivité* » (Bonaccorsi et Nonjon, 2012 : 37).

1.3. Focus sur la politisation des jeunes

a. Dépolitisation des jeunes ?

L'intérêt envers la participation des jeunes à la vie sociale est porté par l'idée qu'ils sont non seulement les citoyens de demain mais également et avant tout, les citoyens d'aujourd'hui (Pleyers, 2016). Geoffrey Pleyers explique que les jeunes ne s'engagent pas uniquement dans leur ville ou leur quartier mais aussi dans leur quotidien. Il parle « *d'engagements individualisés mais solidaires* » (2016 : 52) au

¹ Cela fait référence aux tripartitions développées dans la sémiotique de Pierce pour lesquelles un signe renvoie à son objet suivant trois modalités : l'index, l'icône et le symbole (Berger, 2014).

travers desquels sont pensées ensemble démocratie et vie quotidienne. De nombreux travaux font ressortir une dépolitisation et un désengagement des jeunes dans la vie sociale et politique (Blais et al., 2004 ; Ion, 2005 ; Putnam, 2000 cité par Mahéo, Dejaeghere et Stolle, 2012). Ils ne semblent, suivant ces travaux, plus enthousiastes vis-à-vis de la politique. Cependant, il faut comprendre la participation dans son rapport *au politique* au sens large et non dans son rapport *à la politique* tel que Bernard Fournier (1991) le met en évidence dans son article. Selon lui, accepter d'élargir sa vision de la participation serait indispensable car, comme nous le verrons, « *le fait de s'engager dans une organisation, quelle qu'elle soit, d'y avoir éventuellement des responsabilités et d'être amené à défendre ses points de vue favorise la prise en charge de soi-même et encourage le désir d'agir collectivement* » (1991 : 3). De ce point de vue, dire qu'il y a une dépolitisation des jeunes est alors incorrect. Il est important de nuancer les propos à ce sujet comme le font, par exemple, V.-A. Mahéo, Y. Dejaeghere et D. Stolle (2012) en élaborant plusieurs profils de jeunes non-engagés.

b. De nouvelles méthodes pour « faire participer » les jeunes

Deux nouvelles méthodes de participation font leur apparition et semblent rencontrer un certain succès chez les jeunes tout particulièrement :

Premièrement, l'esthétisation de la mobilisation dans l'espace public est une manière d'attirer davantage les jeunes et de leur donner une motivation afin de prendre part à des événements politiques, sociaux ou culturels. Par exemple, lors des mobilisations étudiantes en 2011 au Chili, des milliers de jeunes ont participé et organisé des rassemblements ayant un côté esthétique très poussé. L'esthétisation est une façon de faire participer plus de personnes à une action, de pousser à l'engagement. Serait-ce le nouveau moyen pour regrouper un plus grand nombre de jeunes dans des actions collectives aujourd'hui ? Rodrigo Torres (2014) a recueilli des témoignages d'étudiants chiliens à ce propos et conclut que le principe d'esthétisation de la protestation chilienne peut être perçu « *comme une mise en scène sociopolitique de l'émotion des étudiants-manifestants* » (2014 : 152). Il s'agit pour les manifestants de développer une manière nouvelle et séduisante d'action collective permettant d'influencer l'opinion publique et de se faire une place sur la scène politique (2014 :152).

Deuxièmement, l'e-participation est-elle une nouvelle manière de faire participer les jeunes ? Les réseaux sociaux sont de plus en plus présents dans la vie quotidienne des individus et particulièrement de la jeune génération. Beaucoup d'articles relèvent le rôle d'internet lorsqu'ils évoquent la participation actuelle des jeunes à la vie politique, sociale et culturelle. Selon Laurence Monnoyer-Smith (2011), « *l'espace public en ligne est ainsi perçu comme une arène de débat et de discussion libérée des contraintes et des inconvénients qui perturbent les échanges en face-à-face* » (2011 : 158). Il permettrait une autre forme de communication entre la population et les représentants de l'État qui aurait l'avantage de réduire le fossé creusé entre ces deux acteurs. Cependant, d'autres auteurs plus pessimistes insistent sur le fait que toute la population n'est pas à égales compétences avec ce nouveau médium. Il semble que les jeunes générations ont une meilleure maîtrise de cet outil de communication et y ont accès plus aisément que les personnes plus âgées. De ce point de vue, il apparaît justifié de parler de ce médium comme une nouvelle forme de participation chez les jeunes.

Ces deux nouvelles méthodes de participation semblent séduisantes aux yeux d'un public composé majoritairement de jeunes. L'esthétique et l'e-participation sont des modalités en vogue mais l'action collective proposée avec la mise en pratique de ces méthodes reste largement conventionnelle et peu attirante de prime abord pour ce public jeune.

1.4. Des méthodes qui s'éloignent des dispositifs officiels

Par ces nouvelles méthodes, il s'agit toujours de proposer aux jeunes un engagement politique classique alors qu'ils manifestent plutôt un désintérêt pour ce dernier. En effet, ces nouvelles méthodes de participation présentées ci-dessus coïncident plus directement avec des formes institutionnelles, voire conventionnelles, de participation. Le vote, les manifestations légales, l'e-participation sont mis en place ou autorisés par des instances d'État et ne rendent pas compte de la multitude des autres formes de participation existantes en dehors. La tendance est de parler d'une dépolitisation des jeunes, comme le soulignent de nombreux travaux cités par Mahéo, Dejaeghere et Stolle (2012) dans leur article. De fait, ces nouvelles méthodes ne semblent pas plus attrayantes aux yeux des jeunes dans un contexte de mobilisations conventionnelles. Cependant, au-delà de ce constat d'une dépolitisation des jeunes

dans les instances officielles, il serait pertinent de se demander si cette dépolitisation ne prend pas d'autres formes. Comme le soulignent Anne Quéniart et Julie Jacques, même si les jeunes ne sont plus intéressés par la politique dite traditionnelle, « *ils se mobilisent toujours pour des enjeux qui leur tiennent à cœur* » (2008 : 212). De plus, il faut se demander si ces autres formes de politisation ne vont pas de pair avec d'autres modes de communication. La politisation des jeunes se ferait alors dans d'autres lieux et de manière plus puissante, en termes d'attractivité, que n'arrivent à le faire les dispositifs d'État actuellement.

2. Questionnements et hypothèses

Pour donner suite à la littérature étudiée ci-dessus, il serait pertinent de s'interroger sur ce qui fait la puissance ou l'impuissance d'une interpellation citoyenne auprès des jeunes. Comme le soulignent Mathieu Berger et Benjamin De Cleen (2018), l'interpellation ainsi que la réponse donnée à cette interpellation sont des éléments cruciaux de ce qui se joue dans les dispositifs participatifs car ils en marquent la première étape indispensable pour faire participer les individus. Par conséquent, définir la validité des actes communicationnels dans le domaine de la participation demande avant tout de reconnaître la validité de l'acte communicationnel initial : l'invitation à participer. Cela nous amènera à nous poser plusieurs questions : Comment une interpellation devient-elle puissante aux yeux des jeunes et les pousse à s'engager collectivement ? Comment expliquer que les dispositifs radicaux possèdent une interpellation plus puissante que les dispositifs institutionnels ?

Prenant pour objet les conditions de félicité de la communication à l'attention des jeunes dans les processus participatifs, cette recherche se basera sur la théorie des prétentions à la validité (vérité, véracité et justesse) de Jürgen Habermas, prétentions auxquelles correspondent les trois fonctions du langage retirées du modèle organique de Karl Bühler : fonction expressive, cognitive et appellative². La réussite de l'acte communicationnel dépend des jugements du destinataire quant à la validité et à

² Voir Berger, M. (2017). Vers une théorie du pâtir communicationnel. Sensibiliser Habermas. *Cahiers de recherche sociologique*, (62), 69-108 pour plus d'information concernant la relation entre le modèle instrumental du langage de K. Bühler et la théorie des prétentions à la validité de J. Habermas.

l'équilibre de ces trois fonctions. Il s'agira donc d'analyser cet acte premier dans ses différentes fonctions afin de saisir la puissance de ce dernier sur son public cible.

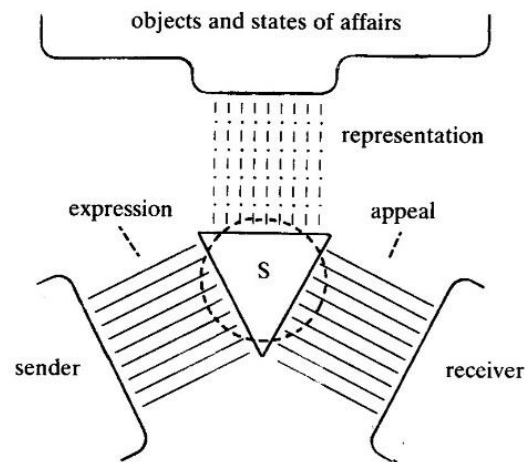


Figure 3

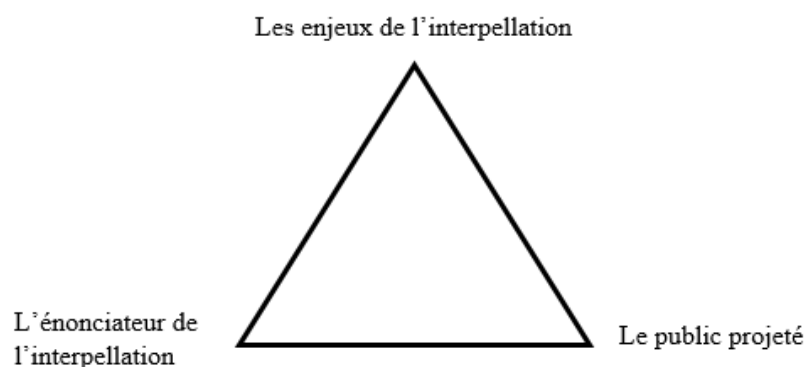
À l'aide de documents récoltés et d'entretiens pratiqués dans trois communes participant au projet participatif étudié ainsi qu'avec l'ensemble des parties prenantes, nous tâcherons d'analyser les différentes fonctions de l'acte communicationnel visant l'engagement des jeunes. Sur base de la littérature critique déjà publiée à ce sujet, l'hypothèse de départ est en effet que la majorité de ces dispositifs participatifs d'État ne produisent pas des interpellations valides, eu égard aux logiques d'engagement des jeunes : elles peuvent leur apparaître à la fois insincères (dimension expressive), infondées (dimension cognitive) et insignifiantes (dimension appellative). Une importance particulière sera accordée à la fonction appellative des communications destinées à mobiliser les jeunes, une fonction déterminante quand la communication est censée faire agir le destinataire. Effectivement, on peut faire l'hypothèse que, souvent, ces invitations à une citoyenneté active adressées par les pouvoirs publics ne « parlent » absolument pas aux jeunes, ne leur « disent » rien.

La politisation des jeunes par une autorité extérieure est-elle dès lors impossible ? Certainement pas. Ces dernières années, on a en effet constaté l'extrême efficacité d'autres formes d'interpellations des jeunes à un engagement collectif : celles adressées par l'État islamique. Quand les communications des dispositifs participatifs institutionnels semblent parfois échouer sur les trois plans de la communication, nous chercherons à comprendre comment les interpellations de l'État islamique peuvent, elles, particulièrement bien fonctionner auprès de certains jeunes sur ces trois niveaux simultanément. Il semble que la communication employée

réponde aux « conditions de félicité du processus d'interpellation » des jeunes : ceux-ci se sentiraient pleinement concernés, ressentant la communication comme, à la fois, vraie (dimension cognitive), authentique (dimension expressive) et ajustée (dimension appellative). C'est peut-être dans la mesure où ces trois fonctions sont pleinement activées que ces messages réussissent à interpeller les jeunes et à provoquer un passage à l'action, par ailleurs extrêmement risqué et coûteux.

Entre ces deux extrêmes d'interpellations impuissantes et surpuissantes existe une multitude de façons d'interpeller les jeunes, articulant les différentes fonctions avec plus ou moins de succès. Comme suite à l'étude attentive de ces deux premiers cas extrêmes, nous chercherons, à partir de trois autres exemples d'interpellations intermédiaires, à comprendre comment peuvent se combiner ces trois dimensions :

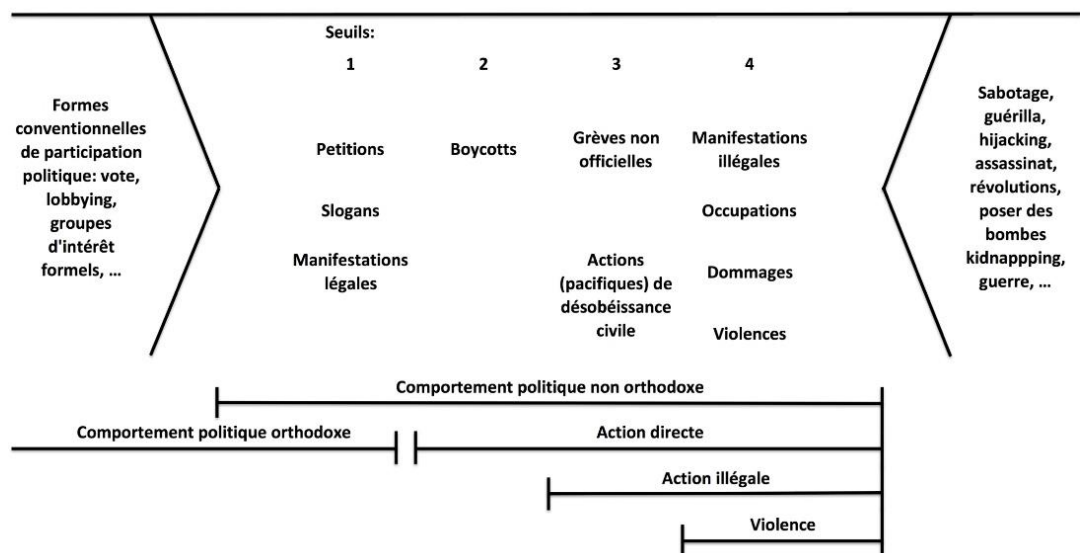
1. L'énonciateur de l'interpellation : qui invite à l'engagement et quel est son degré d'autorité par rapport au public ciblé ?
2. Les enjeux de l'interpellation : vis-à-vis de quoi le jeune est-il censé s'engager ?
3. Le public projeté : qui est ce jeune invité à s'engager ?



3. Méthodologie générale de la recherche

3.1. Articulation de deux schémas théoriques

De la même manière que l'ont développé Barnes et Kaase (1979) avec leur modèle « *Political actions* », il semble pertinent dans le cadre de cette recherche de reprendre cette idée d'échelle allant d'un extrême à l'autre. D'un côté, nous retrouvons les dispositifs participatifs officiels promus par l'État et de l'autre, les dispositifs radicaux. Les premiers répondent négativement aux trois fonctions qui pourraient permettre le succès de l'interpellation des jeunes tandis que les seconds activent ces trois fonctions simultanément, le conduisant à sa réussite.



Barnes et Kaase (1979) – modèle « *Political actions* »

Ce schéma théorique, construit sur base des théories de Karl Bühler et de Jürgen Habermas, est à articuler avec le triangle reprenant les prétentions à la validité de l'interpellation. Plus particulièrement, nous nous intéresserons à la fonction appellative qui, semble-t-il, joue un rôle important dans le passage à une forme de politisation active de la part des jeunes. En proposant d'articuler ces deux inspirations théoriques, l'idée est de répertorier les différentes formes de politisation des jeunes ainsi que les moyens de communication qu'elles se donnent. Il s'agit de comprendre le rapport entre les types de participation et les types de communication utilisés. Chacune de ces formes de politisation fera l'objet d'une analyse concernant le succès ou non de son processus interpellatif auprès des jeunes.

3.2 Méthodologie

Cette interrogation sur la puissance ou non que peuvent avoir les interpellations destinées aux jeunes, que ce soit dans les dispositifs institutionnels ou radicaux, a émergé suite à une expérience personnelle en tant que stagiaire au cœur de l'Observatoire de l'Enfance, de la Jeunesse et de l'Aide à la Jeunesse (OEJAJ)³, un service du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles, partie prenante au dispositif « Vers une politique locale de jeunesse plus participative » sur lequel s'appuie cette recherche dans un premier temps. Ce stage représentera modestement notre terrain, point de départ aux réflexions qui suivront.

En effet, cette immersion nous a permis d'avoir accès à un ensemble de réunions, de séminaires et de formations en lien avec la participation des jeunes et également à toute une série de documents (cf. Annexe 1), échanges de mails et discussions informelles avec les acteurs du projet-pilote « Vers une politique locale de jeunesse plus participative » et d'autres acteurs travaillant autour du thème de la participation. Une analyse descriptive de la participation des jeunes au dispositif sera effectuée sur base des documents récoltés auprès de chacune des communes afin d'observer quels ont été les moyens de communication utilisés par les communes pour attirer les jeunes dans ce projet et également quels ont été les outils employés pour les « faire participer ». Par ailleurs, onze entretiens semi-directifs (Cf. Annexe 6) ont été menés avec les différentes parties prenantes au projet-pilote. L'intérêt d'interroger chacune de ces personnes est, comme l'explique Erving Goffman, qu' *« on a alors affaire non pas tant à un corps ou un esprit qu'à une personne agissant sous une certaine identité, dans un certain rôle social, en qualité de membre d'un groupe, d'une fonction, d'une catégorie, d'une relation, d'une association, bref, d'une source socialement établie d'auto-identification. Souvent, cela signifie que l'individu parle, explicitement ou non, au nom d'un « nous », non d'un « je » »* (Goffman, 1987 : 154). Cette approche nous permettra de comprendre les enjeux relatifs à la position de chacune des personnes au sein de ce dispositif. En outre, au cours de l'enquête, une nouvelle méthode a été introduite dans la grille d'entretien (Cf. Annexes 3 et 4). Il s'agissait d'y ajouter une partie réalisée sur base des principes de la sociologie visuelle comprenant l'utilisation de six documents différents (3 exemples de modes de

³ <http://www.oejaj.cfwb.be/>

communication et 3 exemples de questionnaires – cf. Annexe 5) repris parmi les documents transmis par les communes et de les soumettre aux enquêtés afin qu'ils puissent les commenter et juger de la pertinence de ces derniers. Pour finir, l'analyse des moyens de communication sera mise en lien avec les modèles théoriques présentés ci-dessus (Bühler/Habermas et Barnes & Kaase).

Plus globalement, partant du postulat, décrit dans la littérature, que les dispositifs d'États démocratiques ne sont pas mobilisateurs auprès des jeunes, ce travail de terrain a ouvert la voie à un grand nombre de questionnements quant à la validité des invitations destinées aux jeunes au sein des dispositifs participatifs. Si cette recherche au sein des dispositifs participatifs de jeunesse montre des limites empiriques certaines, elle nous a surtout permis d'ouvrir de nouvelles perspectives par rapport à la question de la politisation des jeunes et aux invitations à participer qui leur sont destinées. Au travers des modèles théoriques, nous allons tenter de comprendre l'articulation entre politisation et communication et ce qui en fait leur puissance (ou leur impuissance), allant des formes les plus conventionnelles aux plus radicales.

Chapitre II : Cas empirique

Afin d'éclairer la littérature assez critique concernant les dispositifs participatifs institutionnels, il semble intéressant d'observer plus en profondeur un de ces dispositifs destinés à la participation des jeunes. Le projet pris comme cas empirique qui a permis d'ouvrir le débat a été commandité par la ministre de la Jeunesse de la Fédération Wallonie-Bruxelles en collaboration avec les ministres régionaux des Pouvoirs locaux. Leur objectif, par ce projet, est de sensibiliser les responsables politiques communaux et les associations locales au développement de la citoyenneté des jeunes afin de les faire participer activement aux décisions qui les concernent. Pour ce faire, 17 communes wallonnes et bruxelloises font partie du projet-pilote.

Sur base des données récoltées sur le terrain, nous présenterons en détail, dans un premier temps, le dispositif étudié et nous nous focaliserons sur une observation descriptive de la participation mise en place dans les différentes communes. Dans un second temps, nous analyserons l'ensemble des documents récoltés sur le terrain en établissant un lien avec les « conditions de félicité du processus d'interpellation » et nous tenterons d'éclairer notre modèle théorique à l'aide de l'analyse d'entretiens réalisés auprès des différentes parties prenantes de ce dispositif d'État.

1. Description du dispositif « Vers une politique locale de jeunesse plus participative »

1.1. Quel est-il ?

Le projet-pilote « Vers une politique locale de jeunesse plus participative » (projet Simonis) a été commandité par le cabinet de la ministre de l'Enseignement de promotion sociale, de la Jeunesse, des Droits des femmes et de l'Égalité des chances, Isabelle Simonis, en collaboration avec les ministres régionaux des Pouvoirs locaux, wallons et bruxellois, ainsi que la ministre chargée de la jeunesse de la COCOF. Ce projet a donc été initié au niveau local. Il vise à faire participer les jeunes aux décisions qui les concernent et à créer une plus grande transversalité entre acteurs de la jeunesse locale et autorités communales. Ces objectifs ont été définis sur base des priorités reprises dans la déclaration de politique communautaire 2014-2019 « Fédérer pour réussir » ainsi que dans la note stratégique « jeunesse » – GVT FW-B 25 février 2016⁴. Le gouvernement a annoncé dans cette déclaration de politique communautaire défendre deux grandes priorités concernant la jeunesse :

- « *Stimuler une **vision et des actions transversales** au profit de la jeunesse afin d'apporter des réponses à des thématiques à la frontière de plusieurs compétences ;*
- *Placer la citoyenneté et la démocratie au cœur de la politique de jeunesse en (...) **améliorant la participation** des jeunes et des enfants à la vie locale. »⁵*

De plus, la note stratégique « jeunesse » – GVT FW-B 25 février 2016 reprend quatre mesures éclairant les objectifs du projet-pilote qui nous intéresse :

Mesure 1 : Soutenir les initiatives d'expression et de participation locale des jeunes par l'organisation de rencontres avec les pouvoirs locaux ; par le soutien à des projets locaux de jeunes en favorisant le décroisement ; et par le soutien à des pratiques permettant la participation effective des jeunes aux différents niveaux de pouvoir.

⁴ Note stratégique « jeunesse » – GVT FW-B 25 février 2016 : mesures 1, 4 5, 23.

⁵ Déclaration de politique communautaire 2014-2019, p. 42.

Mesure 4 : Encourager la participation à tous les niveaux de pouvoir par le développement et le renforcement d'espaces de participation des jeunes, par exemple les conseils consultatifs de jeunes, et en valorisant les lieux d'expression des jeunes déjà institués dans l'associatif ; et par la sensibilisation des politiques locales, communautaires, régionales et fédérales à la plus-value de la participation des jeunes.

Mesure 5 : Œuvrer à la reconnaissance des jeunes en tant qu'acteurs de changement ici et maintenant par le soutien de projets de transformation de l'environnement local ; et par le soutien notamment de projets de productions, d'expressions culturelles et leur diffusion.

Mesure 23 : Favoriser la dynamique de réseau et de transversalité au niveau local et communautaire.

Pour introduire ce projet-pilote, 17 communes wallonnes et bruxelloises ont été sélectionnées parmi 42 candidatures. Les critères sur base desquels les communes ont été choisies sont définis afin de garantir et de prendre en compte la diversité des réalités locales. Ces critères sont : avoir identifié formellement les trois acteurs porteurs du projet, la densité de la population, le profil socio-économique et socioculturel de la population jeune, la densité du paysage associatif ainsi que la majorité au pouvoir.

Afin de développer ce projet-pilote, elles devront suivre un processus en quatre étapes. Premièrement, il est demandé aux communes d'établir un diagnostic à propos des questions relatives à la jeunesse d'un point de vue local. Une consultation des acteurs privés, publics et des jeunes permettra de faire ressortir les différents enjeux. Deuxièmement, une fois les enjeux locaux mis en évidence, les acteurs doivent réaliser un plan d'action au sein duquel se trouvent les enjeux prioritaires à concrétiser au niveau de la commune. Troisièmement, une charte d'engagements réciproques signée par l'ensemble des parties prenantes au processus sera élaborée et rendue accessible à la population ; un retour auprès des jeunes devra être organisé. Enfin, chaque commune ayant participé au projet aura l'occasion d'introduire une demande de concrétisation d'un des points énumérés dans la charte et d'obtenir un subside de 5 000 euros.

Pour l'ensemble du processus, une ASBL qui a pour objet social l'éducation à la citoyenneté et qui est spécialisée dans le suivi et l'accompagnement de projets participatifs a été mandatée afin d'aider les communes à mener à bien le projet mais aussi pour accompagner de manière personnalisée ces dernières lors de la mise en place de la participation des jeunes. Un outil pédagogique créé par cette dernière est

mis à disposition des responsables politiques et associatifs locaux sur le site du Service de la jeunesse de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Cet outil rappelle les différentes étapes du projet et présente la théorie de l'échelle de la participation de Roger Hart (1992), qui est la référence en matière de participation des jeunes. De plus, un ensemble de fiches-outils sont mises à disposition des communes. Elles proposent des techniques d'animation, des méthodes de consultation et des balises à respecter dans le cadre de projets participatifs avec des jeunes. Pour donner plus de corps à cet outil, deux formations ont été organisées par cette ASBL en vue de préparer les médiateurs à son utilisation.

1.2. Quelles sont les parties prenantes ?

Pour mener à bien ce projet, une série d'acteurs ont été mobilisés. Tout d'abord, le cabinet de la ministre Simonis a lancé le projet ; plus particulièrement, le conseiller jeunesse devenu coordinateur de la cellule jeunesse entre-temps était responsable du projet avec le soutien d'autres collaborateurs du cabinet et celui de la ministre. À cela s'ajoute un comité d'accompagnement composé de représentant.e.s du cabinet de la ministre de la Jeunesse, du cabinet du ministre-président de la Région bruxelloise, du cabinet du ministre wallon des pouvoirs locaux, du cabinet de la ministre-présidente de la COCOF, de l'Association de la Ville et des communes bruxelloises, de la CCOJ, de la CCMCJ, du Conseil de la Jeunesse, du SPW – DGO5, du Service de la Jeunesse du ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles et de l'ASBL mandatée pour le suivi du projet. Cependant, suite à la crise politique ayant changé la majorité dans les partis politiques francophones durant l'été de l'année de la mise en place du dispositif, ce comité a eu un rôle minime dans ce projet-pilote.

Suivant les critères de sélection cités ci-dessus, le cabinet a alors choisi 17 communes, dont 3 bruxelloises et 14 wallonnes :

Commune	Province	Type	Nombre d'habitants
Commune_1	Hainaut	Urbain	Plus de 100 000 habitants
Commune_2	Liège	Urbain	Entre 10 000 et 15 000 habitants
Commune_3	Bruxelles	Urbain	Entre 40 000 et 45 000 habitants
Commune_4	Hainaut	Rural	Entre 10 000 et 15 000 habitants
Commune_5	Liège	Urbain	Entre 20 000 et 25 000 habitants
Commune_6	Hainaut	Urbain	Entre 80 000 et 85 000 habitants
Commune_7	Hainaut	Urbain	Entre 90 000 et 95 000 habitants
Commune_8	Hainaut	Urbain	Entre 20.000 et 25.000 habitants
Commune_9	Bruxelles	Urbain	Entre 45 000 et 50 000 habitants
Commune_10	Namur	Urbain	Entre 5 000 et 10 000 habitants
Commune_11	Liège	Urbain	Entre 10 000 et 15 000 habitants
Commune_12	Hainaut	Urbain	Entre 10 000 et 15 000 habitants
Commune_13	Luxembourg	Rural	Entre 5 000 et 10 000 habitants
Commune_14	Namur	Rural	Entre 5 000 et 10 000 habitants
Commune_15	Liège	Urbain	Entre 10 000 et 15 000 habitants
Commune_16	Bruxelles	Urbain	Entre 40 000 et 45 000 habitants
Commune_17	Liège	Urbain	Entre 60 000 et 65 000 habitants

Dans chacune des communes, trois acteurs se présentaient comme étant les responsables du projet au niveau local. Ces derniers avaient pour mission de mettre en œuvre le projet participatif. Parmi ces trois acteurs, une personne était désignée comme responsable pour les acteurs communaux (coordinateur public) ; une seconde personne avait le rôle de représentant pour les acteurs associatifs (coordinateur privé) ; la dernière personne était appelée personne-relais (médiateur) et avait pour mission « *d'accompagner le processus et de s'assurer du respect des quelques balises méthodologiques. Il jouera ainsi un rôle de facilitateur, d'accompagnateur de la démarche de discussion entre les acteurs, et de garant du respect du cadre du projet* »⁶.

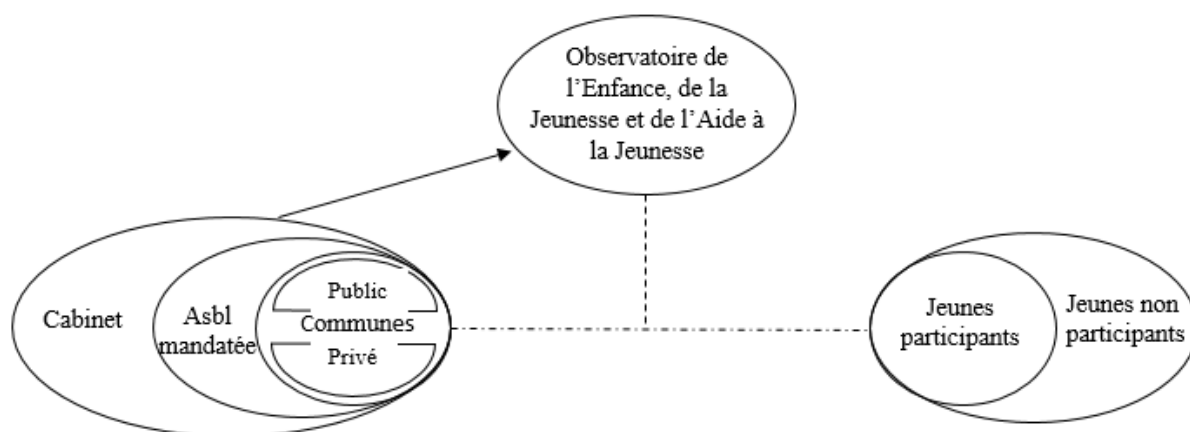
Afin de les aider dans cette tâche, une ASBL a été sollicitée par le cabinet. Cette ASBL était chargée de suivre de près le projet au sein des différentes communes et de les soutenir particulièrement concernant la participation des jeunes. Ils étaient présents pour toutes questions et relançaient régulièrement les acteurs locaux afin qu'ils poursuivent le processus entamé.

⁶ Le projet de A à Z – document disponible sur le site du service de la jeunesse : <http://www.servicejeunesse.cfwb.be/index.php?id=14866>

Par ailleurs, d'autres acteurs intervenaient dans ce dispositif : les jeunes. Un des objectifs du projet était d'inclure les jeunes et de leur donner la parole. Chaque commune a consulté « ses jeunes ». Néanmoins, il est difficile de les identifier car ce ne sont pas toujours les mêmes qui ont participé tout au long du processus. De plus, il faut distinguer les jeunes touchés par le projet et les jeunes potentiellement touchés par ce dernier. Cela permet de mettre en évidence que tous les jeunes de la commune n'ont pas participé.

En fin de projet, le cabinet a mandaté l'Observatoire de l'Enfance, de la Jeunesse et de l'Aide à la Jeunesse (OEJAJ) afin d'effectuer une évaluation de ce qui a été réalisé dans les communes. Il avait d'abord pour consignes d'évaluer la participation des jeunes ainsi que les enjeux locaux. Tandis que l'ASBL devait s'attarder sur les différentes balises à respecter au sein du dispositif et le cabinet sur les freins et leviers liés à la mise en place du projet. Finalement, en réponse aux remous politiques durant l'été 2017, la partie qui devait être réalisée par le cabinet est revenue également à l'OEJAJ.

La configuration des parties prenantes au projet peut être présentée comme suit :



2. Analyse descriptive de l'application du dispositif

Sur base d'une analyse documentaire, nous avons pu observer comment la participation des jeunes a été mise en place sur le terrain par les acteurs chargés du projet mais aussi récolter des informations concernant le public jeune de la commune. Plusieurs méthodes ainsi que divers moyens de diffusion ont été utilisés dans les communes afin de communiquer avec les jeunes. Le choix de ces méthodes s'est basé, de manière générale, sur les outils proposés par l'ASBL.

2.1. Méthodes participatives utilisées dans les différentes communes

a. Moyens de diffusion des informations

Les communes n'avaient aucune instruction quant à la manière de diffuser l'information concernant le projet ainsi que la façon de contacter les jeunes. De ce fait, une multitude de moyens de diffusion ont été utilisés par les communes et par conséquent, le public possiblement touché par cette information varie également. Nous avons donc distingué différentes audiences correspondant au nombre de jeunes potentiellement informés du projet.

Elles se déclinent en trois types :

- (1) Information uniquement via les acteurs jeunesse.
- (2) Information via les acteurs jeunesse et l'envoi de courrier dans les boîtes postales.
- (3) Information via l'utilisation du numérique ou également en combinaison avec d'autres moyens de communication.

Pratiquement, cinq communes (2 – 5 – 8 – 10 – 12) sur quatorze sont passées uniquement par les partenaires jeunesse tandis que sept communes (3 – 4 – 6 – 7 – 9 – 11 – 16) ont combiné un ensemble de moyens de communication, dont les moyens numériques. Seules, deux communes (13 – 14) ont choisi de passer par les partenaires jeunesse et un envoi postal.

b. Méthodes de participation

Les communes ont mis en place plusieurs méthodes afin de faire participer les jeunes au dispositif. L'ensemble de ces méthodes peut être divisé en deux sous-groupes. Le premier rassemble des méthodes plus **indirectes**, ce qui signifie que les jeunes ont été consultés via des sondages et que leur parole est récoltée par l'écrit. Ce faisant, le contact entre jeunes et personnes récoltant leur parole n'est pas direct. Le second englobe toutes les méthodes où la parole des jeunes est entendue **directement** via des rencontres ou des animations sous diverses formes. Les adultes sont donc en prise directe avec la parole des jeunes.

Concernant les méthodes dites indirectes, l'ensemble des communes a fait le choix de travailler avec un sondage afin de récolter la parole des jeunes. Par ailleurs, elles n'ont pas toutes fonctionné de la même manière concernant la forme (aspect esthétique), les questions (ajout de questions personnalisées) ou le moyen de diffusion (papier ou online) de leur sondage. Malgré cela, nous observons qu'une grande majorité des communes se sont basées sur l'outil initial proposé par l'ASBL sans y apporter de modifications majeures. De plus, une minorité de communes ont opté pour l'utilisation de capsules vidéo réalisées sous forme de micro-trottoir. L'objectif de ces capsules est de consulter les jeunes à propos de leur commune et d'être diffusées par la suite soit lors d'un évènement particulier ou sur les réseaux sociaux.

Relatifs aux méthodes directes, méthodes qui ont été utilisées par la moitié des communes, nous observons majoritairement la mise en place d'animations à l'égard des jeunes, telles que l'animation de type fil à linge ou post-it. Certaines de ces communes ont fait appel à des personnes extérieures spécialisées dans le domaine. En outre, des tables rondes permettant la rencontre entre jeunes, politiques et partenaires jeunesse ont été initiées par la moitié des communes afin de discuter ensemble des enjeux locaux et de partager leurs points de vue. Ces réunions se basaient sur la consultation préalable réalisée grâce au sondage.

2.2. Tableau récapitulatif

Afin d'avoir une compréhension commune de la notion de participation, des informations ont été communiquées aux acteurs locaux, soit lors de la formation destinée aux personnes ayant le rôle de médiateur, soit via l'outil pédagogique proposé sur le site du Service de la jeunesse. La théorie relative à l'échelle de Roger Hart (1992), qui a pour objectif de mesurer la participation, leur a été proposée comme point de repère principal. Par conséquent, il apparaît pertinent de replacer les diverses méthodes utilisées dans ce projet sur base des représentations des acteurs en matière de participation.

Cette théorie s'échelonne sur huit niveaux allant de la manipulation au partenariat, le niveau 1 étant le moins participatif. Les trois premiers niveaux mettent en danger les principes de participation puisque les jeunes ont principalement un rôle symbolique. Les autres niveaux se situent dans un réel processus participatif avec des formes d'engagement diverses (cf. Annexe 2).

	...	Consultation		Initiative des adultes	Initiative des jeunes	Partenariat
Commune 2		Indirect : questionnaire (ASBL) papier et online (n= 292)	Direct : entretiens informels (n= 10)			
Commune 3		Indirect : questionnaire papier (autre) (n= ?)	Direct : Animation ASBL (n= ?)	Réunion regards croisés (n=60 participants) - <u>rédaction de la charte</u> (n= 10)		
Commune 4		Indirect : questionnaire papier et online (n= ?)				
Commune 5		Indirect : questionnaire (ASBL- amélioration esthétique) papier (n= 170)	Direct : rencontre pour donner son avis et proposer des solutions (n =1)			
Commune 6		Indirect : questionnaire (ASBL) online avec concours (n= 480) via portail consultatif	Direct : rencontre directe via les stewards urbains (n= ?)			

Commune 7		Indirect : questionnaire (ASBL + une question changée) papier et online (n= 129)	Direct : atelier avec personnes extérieures (n= 1)	<u>Rédaction de la charte</u>		
Commune 8		Indirect : questionnaire (n= 252)		Vote du nom de la MJ - structures mises à la disposition des jeunes remises à neuf avec eux		
Commune 9		Indirect : questionnaire (ASBL avec changement de la forme) online avec concours (n= +- 125) + capsules vidéo (n= 19)	Direct : animation collective (n = 3)			
Commune 10		Indirect : questionnaire (ASBL+ projets communaux - fête) papier (n= ?)		Rencontre entre jeunes (n= 45) et politiques		
Commune 11		Indirect : questionnaire (ASBL) papier et online (n= 253) + micro-trottoir réalisé par les jeunes	Direct : animation (n = 1)	Réunion de concertation + <u>rédaction de la charte</u>		
Commune 12		Indirect : questionnaire (ASBL) papier (n= 170)	Direct : une rencontre annulée			
Commune 13		Indirect : questionnaire (autre) papier (n= 100)	Direct : animation collective (n= 8)	Réunion croiser les regards		
Commune 14		Indirect : questionnaire papier (simplifié avec des images) (n= ?)		Fresque/rencon- tre jeunes et partenaires		
Commune 16		Indirect : questionnaire papier et online (autre mais réalisé avant le début du projet) (n= ?) + capsule vidéo (n= ?)	Direct : rencontre réalisée en 4 ateliers (n = 2)	Rencontre et discussion avec échevin, jeunes et service jeunesse		

2.3. Conclusion

Dans ce projet-pilote, les communes ont privilégié l'utilisation de questionnaires et moins fréquemment, d'animations. De plus, afin de susciter l'envie de se joindre au dispositif, les communes ont usé d'une multitude de moyens de diffusion de l'information. Les communes ayant utilisé plusieurs vecteurs pour contacter les jeunes ont généralement⁷ mis en place diverses méthodes participatives (questionnaire, animation, rencontre acteurs politiques/jeunes, micro-trottoir, etc.). De ce constat, il ressort que la multiplication des moyens de diffusion amène à plus de réponses de la part des jeunes.

3. Puissance ou impuissance du processus d'interpellation dans ce dispositif ?

Après avoir décrit la partie participative du dispositif, nous entamons la deuxième partie de ce chapitre sur les moyens de diffusion appelant les jeunes à participer et à s'investir dans ce projet de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Sur base d'une série de documents reprenant des affiches, flyers, lettres et courriers électroniques à destination des jeunes émis par les communes participantes (cf. Annexe 7) ainsi que plusieurs entretiens réalisés avec les acteurs du projet, il s'agira d'analyser les conditions de félicité de ces interpellations destinées aux jeunes.

3.3. Le pôle de l'énonciateur

Qui est l'énonciateur ? Qui interpelle le public cible ? Que représente l'autorité de l'énonciateur aux yeux de ce public ? Au travers des documents d'invitations réalisés pour le projet-pilote (cf. Annexe 7 – 17 documents répertoriés) ainsi que des propos récoltés lors des entretiens, les énonciateurs ont pu se distinguer de trois manières.

Dans la majorité des cas (14/17), les termes « commune/ville » ou « service jeunesse » sont utilisés clairement dans le texte et peuvent être identifiés par le public comme étant le locuteur souhaitant les atteindre. La moitié de ces communes ont fait le choix de désigner une personne de référence mise en évidence dans le document pour le suivi du projet. En outre, dans quatre documents, l'énonciateur n'est pas

⁷ Cinq communes (3 – 7 – 9 – 11 – 16) sur les sept ayant multiplié leurs moyens de diffusion.

clairement indiqué et donc difficilement identifiable par le lecteur. Néanmoins, dans les faits, comme il s'agit d'un projet d'initiative communale, nous retrouvons d'une manière ou d'une autre un élément en lien avec la commune indiqué sur le document diffusé.

Pour que l'interpellation réponde positivement aux prétentions à la validité qui lui sont assignées, il faut que l'autorité de l'énonciateur soit reconnue comme étant sincère et authentique. Dans ce cas-ci, nous apercevons une certaine méfiance envers l'autorité porteuse du projet. En effet, tous les acteurs du dispositif interrogés s'accordent sur ce point, l'image que renvoie la commune à l'État, aux associations et aux citoyens, dans ce cas-ci en particulier les jeunes, n'est pas toujours positive.

« Est-ce que ça a un impact sur la manière dont les jeunes vont participer, oui certainement mais ici c'est moins l'aspect ministériel qui rentre en compte que l'aspect communal. C'est-à-dire que je pense qu'il y a beaucoup d'acteurs mais ce n'est pas que les jeunes, les animateurs, les responsables d'ASBL aussi sont un peu réticents ou en tout cas, prudents quand il s'agit de collaborer avec sa commune et pour toute une série de raisons, hein! » (Cabinet)

« Dès que je dis le mot commune à mes amis, un projet avec le mot commune, ils ont fait... bah! la commune tu vois. (rire) Ils ont fait fin, ils étaient un peu émoustillés type négatif. (rires) De type négatif, péjoratif (rires) ». (Jeune)

Cette crainte formulée par l'ensemble des acteurs et également reconnue du côté des autorités communales semble influencer ce processus d'interpellation et activer un certain blocage par le fait même que ce soit la commune qui les invite. Les différents acteurs évoquaient à plusieurs reprises les enjeux électoraux qui sous-tendent les actions de la commune surtout en période préélectorale (ce qui était le cas lors de la mise en œuvre du projet) et influencent les projets développés par cette dernière. Une instrumentalisation des jeunes par le politique est une crainte récurrente émise par les divers acteurs. De plus, à travers les entretiens, une représentation plutôt négative de la commune est véhiculée et fait émerger des enjeux de pouvoir associant politique et mensonge. Ceci ne serait peut-être pas sans lien avec l'idée émise précédemment d'une dépolitisation des jeunes dans les dispositifs officiels et par conséquent, d'un doute vis-à-vis des invitations émanant de cet énonciateur, dont l'autorité ne serait pas reconnue comme sincère et authentique.

Dépasser cette méfiance envers les autorités communales n'est pas chose facile, comme nous pouvons l'observer dans ce dispositif et à plus large échelle dans les dispositifs institutionnels ; ce qui rejoint l'hypothèse de départ concernant l'impuissance de ces derniers en termes d'interpellation des jeunes.

3.4. Le pôle de l'enjeu de l'interpellation

De quoi parle-t-on ? Quels sont les enjeux présentés par ce dispositif ? Vis-à-vis de quoi le jeune devrait-il s'engager ? Comment est-ce que cela lui est présenté ? Par quels moyens de communication est-il interpellé ?

Tout d'abord, comme nous l'avons décrit plus en détail ci-dessus, les communes ont utilisé de plusieurs moyens de communication afin d'inviter les jeunes à participer à leur projet. D'après les enquêtés et les retours donnés par les médiateurs à propos des trois formats sélectionnés pour les entretiens, ils ne sont pas tous équivalents dans leur propension à atteindre leur public. En effet, à l'unanimité, la rédaction d'un mail n'est pas une forme adéquate de communication pour s'adresser aux jeunes car il a des allures trop formelles et un visuel très peu attractif. Cependant, il serait un moyen adapté dans le cas où un adulte accompagnerait la lecture de ce dernier. Concernant l'affiche, le format est potentiellement une bonne manière d'attirer les jeunes mais tout dépend de son aspect visuel ainsi que de la compréhension du message qu'elle est censée porter, selon les enquêtés. Par rapport aux flyers, ils apparaissent aux yeux des enquêtés comme un support supplémentaire mais qui ne se suffit pas à lui-même car l'information est très brève et doit être complétée par d'autres moyens de communication.

Ensuite, les enjeux de l'interpellation énoncés dans les divers documents sont liés à la possibilité de donner son avis, de partager ses idées ou de discuter de ses attentes/souhaits concernant la vie de sa commune. Dans trois cas, il s'agit d'actions concrètes proposées directement aux jeunes, telles qu'un conseil ou un festival, et deux documents évoquent le fait de participer en tant qu'« acteur ». De manière générale, il ne s'agit pas de projets concrets auxquels les jeunes sont invités à s'engager mais plutôt d'espaces de discussion où le sujet n'est pas encore défini. Suite à la présentation de trois supports de communication émis par trois communes différentes, les enquêtés s'accordent, excepté l'ASBL, et relèvent un problème de compréhension des enjeux et du message véhiculé par ces moyens de communication. En effet, il est proposé aux

jeunes de participer mais il n'y a que très peu d'indications sur l'enjeu réel donné à cette participation.

« Enquêteur : Et pour vous, c'est quoi le moyen le plus adapté pour interpeller les jeunes et leur donner envie de venir? »

Enquêté : Mais ... c'est leur montrer que c'est accessible. Sinon c'est vrai que quand je vois ça fin, c'est moins accessible comme ça, je sais pas comment dire. (Petit rire). Montrer que c'est accessible et des projets super concrets parce que là "donne ton avis, dis tes envies". Moi je sais pas ce que je vais dire, je vais dire je veux un festival le 28 juin comme ça c'est un peu bizarre. » (Jeunes)

« « On a le plaisir de t'inviter à une première rencontre visant à consulter les jeunes pour partager tes idées » oui, mais pourquoi ? Fin l'objectif n'est présent fin l'objectif penser construire le futur, ça peut être un objectif mais il faut et ça je pense que c'est dans l'information, pourquoi on va faire appel à eux, est-ce qu'il y a quelque chose de concret qui va être, qui va en être fait. » (OEJAJ)

Le message n'étant pas perçu comme vrai à la suite d'un manque de précision, d'une trop large possibilité de sujets à aborder ainsi que d'une compréhension vague de ce qui est attendu d'eux, les jeunes ne se sentent pas particulièrement concernés face à ces différents moyens de communication qui, à l'origine, leur sont directement destinés. La dimension cognitive n'est alors que très peu développée.

3.5. Le pôle du public projeté

Les invitations produites par les différentes communes étaient destinées aux « jeunes » habitant le territoire communal. Pour remplir les prétentions à la validité de l'acte communicationnel, l'idéal est que les jeunes interpellés reconnaissent dans l'énonciateur qui fait appel à eux une autorité authentique et sincère mais également qu'ils se sentent invités à participer via un message vrai qui leur correspond. Ces éléments doivent être adaptés au public projeté afin que la proposition de participation soit entendue par ce dernier et soit validée, activant la fonction appellative.

Qu'en est-il de ce public projeté ? Une des consignes du cabinet transmises aux communes était de faire en sorte d'offrir la possibilité à tous les jeunes de leur territoire de participer au projet ; les moyens pour y arriver étant laissés à la libre appréciation de chacune d'entre elles. Cette volonté de toucher un maximum de jeunes fait ressortir

un problème d'équité au sein de ce dispositif participatif. En effet, les communes font état de la plus grande facilité qu'avaient les acteurs du trio de se tourner vers les jeunes structurés puisqu'ils étaient plus faciles à identifier mais aussi parce qu'il était plus aisé de rester en contact avec eux. Par conséquent, il semble qu'une part du public projeté est mise de côté ou du moins, qu'aucun moyen supplémentaire n'est déployé afin de les atteindre. Sur base des quelques documents et listes de présences réalisées dans certaines communes, il semble que la consultation des jeunes n'ait été réalisée quasiment qu'auprès de jeunes issus des structures prenant en charge la jeunesse de la commune telle que les Conseils de jeunes déjà en place, les Maisons de jeunes ou encore les AMO. Les acteurs font part d'une grande difficulté à toucher les jeunes dits non structurés, c'est-à-dire non affiliés à une structure.

Cependant, il nous a été compliqué d'apporter plus de précisions à ce sujet car nous avons reçu peu d'informations supplémentaires concernant les jeunes ayant participé au projet-pilote. – Est-ce que cela pourrait être un indicateur de l'impuissance de ce type de dispositif ? – Dans tous les cas, ce dispositif montre un problème en termes de justesse de l'interpellation destinée aux jeunes ; le processus interpellatif est mal calibré par rapport au public projeté, qui n'est pas particulièrement séduit par ce type de dispositif.

4. Discussion

4.3. La participation dans les dispositifs officiels : un trompe-l'œil ?

En observant plus attentivement le dispositif « Vers une politique de jeunesse plus participative », un certain rapprochement avec la littérature critique au sujet des dispositifs participatifs apparaît. En effet, les trois pôles ne répondent pas aux conditions de félicité de l'interpellation et laissent, par conséquent, cette interpellation impuissante face à son public.

Les projets mis en place par les communes n'ont pas de véritables échos auprès du public jeune. Cela donne l'impression que l'importance est donnée au côté bureaucratique du projet, où il est principalement question de gérer une tâche supplémentaire ; aucun budget ni personnel n'étant prévu pour le mettre en place. Le cabinet a une emprise sur l'issue de ce projet de par l'octroi de subsides découlant des appels à projets émis par les communes et il est alors compliqué pour les communes

de répondre positivement aux consignes données par le cabinet tout en prenant le temps de réaliser correctement chacun des objectifs sans prendre de raccourcis. Les organisations parties prenantes sont plus préoccupées par les communications entre elles, internes à l'organisation du projet ou par rapport aux communications avec le cabinet laissant au second plan les communications à l'intention des jeunes. Finalement, l'appel à projets a pour objectif de correspondre aux critères d'obtention des subsides plus qu'à réellement atteindre les jeunes et les amener à s'engager dans leur commune. Nous observons un certain paradoxe entre l'image positive donnée au projet, comme le montre cet extrait de l'entretien réalisé avec l'ASBL, et l'objet social même de cette ASBL qui est la participation des jeunes à la vie sociale, ce qui rejoint les propos de Julia Bonaccorsi et Magali Nonjon (2012) concernant la place grandissante de la professionnalisation de la participation et de cette idée de « faire participer » comme fins et non comme moyens :

« Enquêteur : Ok et de manière générale, qu'est-ce que tu retiens du projet Simonis ?

Enquêté : Ce que je retiens, moi ce qui m'a vraiment interpellé, c'est que même les gens qui ont été obligés, un peu obligés de rentrer dans le projet parce que c'était bah c'était la hiérarchie ou c'était le politique qui a dit tiens tu feras ça euuuuh euuuuh et qui à la base ne sont pas formés pour le faire ou ne l'ont jamais fait sont tous investis euuh je vais dire euuuuh à part la commune qui a abandonné tout de suite, je veux dire même ceux qui ont rencontré des difficultés, ils ont été jusqu'au bout, ils n'ont pas lâché le projet. Et parfois avec vraiment très peu de moyens ou très peu de soutien de la part des élus ou des collègues de la hiérarchie, ils se sont démerdés pour aller, pour obtenir un résultat. Et donc moi, je trouve ça très positif parce que au début, ils disaient ouais si la phase n'est pas financée, la phase de réflexion et de consultation, ça mènera à rien mais c'est pas vrai. Il faut pas énormément de moyens pour arriver à un résultat. Il faut de la bonne volonté, ça c'est clair et de l'envie.(...) Et aussi le fait que le euuh le euhh les partenaires en général, même ceux qui au début étaient réticents et ne voyaient pas trop l'intérêt d'y participer bah se sont quand même bien rendu compte que ça pouvait leur apporter une plus-value sur leur travail de terrain aussi et euuuuh qu'il y a quand même des chouettes trucs qui se passent a posteriori donc les personnes qui ont fait le projet disent il faut continuer, il

ne faut pas s'arrêter là, ça doit être récurrent et ça doit devenir un réflexe de travail. Euhh et puis il y a ce qu'il se passe sur le terrain entre les partenaires, en dehors du projet. Je pense à Evere, la maison de quartier francophone et celle néerlandophone n'ont jamais travaillé ensemble bah ils ont déjà mis en place un projet depuis parce que les néerlandophones ont plus de moyens que les autres fin c'est quelque chose qui était pas du tout prévu, ça crée des synergies sur place et des associations qui se sont rendues compte qu'elles faisaient presque la même chose dans leur coin et qu'elles pourraient mettre en commun pour mutualiser les moyens et pour pas jeter l'argent par les fenêtres. Et donc il y a des effets indirects du réseau qui pour moi peuvent être euhh très très chouettes. Mais moi ce qui m'a le plus interpellé, c'est qu'ils n'ont rien lâché même quand les élus mettaient des bâtons dans les roues, ils disaient viens un peu aux réunions le remettre un peu en ligne parce que ça va pas, il veut faire passer son projet. Même quand il y a entre guillemets une peur pour son poste ou l'impression d'être fliqué par l'administration, ils n'ont rien lâché quand même et donc quelque part, c'est qu'ils ont vu le bénéfice du projet. Et le fait qu'ils soient tous arrivés à rentrer un appel à projet avec une action dedans fin au début... on était tellement étonné du nombre de communes qui ont posé leur candidature que on s'attendait à 10-15 et quand on a vu 42, on s'est dit ha, il y a une demande. Et on est aussi étonné du nombre de communes qui sont arrivées au bout du projet, des fois péniblement, des fois en prenant des raccourcis mais au bout du projet quand même. Donc ça, nous, on a été étonné. » (ASBL)

Tout au long du projet, un contact permanent entre les communes et le cabinet ministériel était de mise. Pour ce faire, deux organismes ont été chargés par le cabinet de faire appliquer à un moment ou à un autre la bonne marche à suivre imaginée pour ce projet. Tout d'abord, le premier agent mandaté par le cabinet est une ASBL spécialisée dans l'éducation à la citoyenneté et dans les projets participatifs. Elle est subventionnée par la Région wallonne et également, par le cabinet dans le cadre de l'accompagnement du projet Simonis. L'idée du cabinet était d'avoir un regard permanent via cette ASBL sur le processus et son avancement dans les différentes communes, tout en gardant ses distances avec le niveau communal pour lui laisser sa pleine autonomie. L'ASBL est considérée comme un intermédiaire entre le dispositif conçu et les mondes vécus des acteurs de terrain (Franssen, 2017 : 147).

« C'était un choix du cabinet de travailler avec [cette ASBL] vu leur expertise en matière de participation avec les jeunes et de conseils d'enfants, conseils communaux d'enfants et de jeunes. Donc eux ont vraiment été à la manœuvre. (...) Même si c'est vrai que le cabinet a communiqué directement avec les communes à certains moments pour voir où elles en étaient parce que voilà ça prenait plus de temps que ça avait été prévu. Donc pour nous, [cette ASBL], c'est l'ensemblier. C'est...c'est le bras armé du cabinet pour mettre en place ce projet-pilote au niveau local. » (OEJAJ)

Ils ont eu pour rôle de véhiculer au niveau local les consignes et idées du cabinet à propos du projet ainsi que d'aiguiller les acteurs de terrain sur la voie à suivre.

Le second agent a pour rôle de réaliser l'évaluation du dispositif participatif pour le cabinet. L'OEJAJ appartient à l'administration publique mais dépend du secrétaire général, ce qui lui permet une plus grande autonomie car il n'est pas attaché à un administrateur général en particulier. Cependant, cette position l'oblige à répondre positivement, si les moyens le permettent, aux injonctions de l'administration publique. L'Observatoire a plusieurs missions mais celle qui semble particulièrement sollicitée par le cabinet Simonis est la mission de promotion des droits de l'enfant.

« L'Observatoire a des missions de promotion mais aussi de rapportage par rapport à la mise en œuvre de la Convention Internationale des droits de l'enfant et euuh dans le plan d'actions de la FWB, qui recense une série d'actions qui sont mises en place soit par les administrations soit par euuh et ou les cabinets. » (OEJAJ)

Il semble que cet organisme soit chargé par le cabinet de promouvoir son projet auprès des autres autorités de l'État et de valider les démarches entreprises par ce dernier. Nous pourrions donc penser que l'Observatoire est dans une démarche de légitimation et d'appui institutionnel pour le cabinet. À travers l'évaluation pour laquelle il a été mandaté, l'Observatoire indique aux communes quelles sont les bonnes pratiques en matière de projets participatifs locaux. Par ailleurs, l'évaluation ne revenant pas entièrement à l'OEJAJ, ce dernier insiste à plusieurs reprises sur ce manque d'information, ces zones d'ombre et la forme restreinte de leur partie à évaluer.

« L'évaluation, on l'a faite avec ce dont on pouvait disposer, dans les zones où on pouvait aller parce que le cabinet avait quand même un petit peu circonscrit les choses. » (OEJAJ)

Comme dit plus haut, le cabinet reste maître du début à la fin du processus. Il laisse une certaine marge de manœuvre aux organisations ; ce qui ne l'empêche pas d'orienter les acteurs en faveur des idéaux promus par l'État et de circonscire leurs zones de travail. Il est donc difficile de remettre en doute ce type de projet.

4.4. De manière plus générale : une critique luhmanienne des dispositifs participatifs

En faisant un parallèle avec la pensée luhmanienne, nous pourrions envisager que la dynamique autopoïétique animant invariablement les systèmes puisse expliquer l'augmentation croissante des dispositifs participatifs dans l'espace public. En reprenant l'analyse de Guillaume Gourgues, ce dernier observe un mouvement de circularité entre le développement d'expériences participatives et l'élévation en tant que problème public de l'insuffisante participation des citoyens. Afin de répondre à ce manque de participation décrétée par les autorités publiques, ces dernières vont elles-mêmes mettre en œuvre les moyens pour y répondre (comme c'est le cas pour le dispositif pris pour cas empirique). Concrètement, *« ces politiques laissent supposer, en effet, un auto-référencement croissant de la participation : l'objectif de « faire participer » se suffit à lui-même, justifiant la mobilisation d'une ingénierie et négligeant les impacts des dispositifs sur les politiques publiques »* (Gourgues, 2012 : 46). Effectivement, les autorités publiques ont développé un arsenal d'outils à visée participative. L'objectif est de « faire participer » peu importe comment et qui sont les personnes ciblées. De par la dimension iconico-indexique (Berger, 2014) de cette nouvelle « boîte à outils », tous les publics ont accès à ce processus (enfants, adolescents, travailleurs, chômeurs, retraités, etc).

Par ailleurs, cette « boîte à outils » majoritairement iconico-indexique peut être comprise comme le nouveau médium du système, remplaçant le discours argumentatif et délibératif des citoyens dans le processus. Le développement autopoïétique et la différenciation fonctionnelle du système dépendent considérablement de ce médium. Il permet un fonctionnement fluide, efficace, performant et sans contestation du système en facilitant les rapports sociaux à l'intérieur de celui-ci. Ces outils font vivre

le système tout simplement. En effet, ils ont pour fonction de donner à chaque citoyen la possibilité de participer à l'espace public tout en limitant la potentialité de dérapage ; potentialité due à « *une disqualification progressive du discours des citoyens, aujourd'hui plus qu'hier attendu comme incongru* » (Berger, 2014 : 6). De cette façon, l'avis du citoyen n'a plus tellement d'importance. La conséquence de cette ingénierie est une forme de procéduralisation de la participation « *au sens où les décisions qu'elle objective et les choix d'instruments qu'elle opère portent davantage sur des procédures que sur la définition de contenus substantiels* » (Lascoumes cité par Blondiaux et Fourniau, 2011 : 46). D'une certaine manière, le système se « théorise » lui-même à toute fin de fonctionnement grâce à la mise en place de procédures mais aussi en passant par une professionnalisation de cette participation. De plus, nous pouvons douter du fait que ces dispositifs parviennent à communiquer avec les jeunes car suivant cette conception luhmanienne, toute communication n'est que systémique. Dans ce cas-ci, il ne s'agit pas pour ces dispositifs de communiquer avec les jeunes, chose impossible, mais de communiquer entre eux. Si nous nous référons au schéma du chapitre II à propos de la configuration des parties prenantes au projet-pilote, il est clair qu'il existe une séparation nette entre le cabinet, l'ASBL et les communes d'un côté et les jeunes, de l'autre. Nous observons alors que les jeunes sont incorporés au sein d'un système qui ne leur parle pas et dont ils ne peuvent saisir les communications puisqu'elles ne s'adressent qu'aux parties prenantes incluses dans ce système.

En outre, Luhmann (1999) insiste sur le fait que le principe de participation ne peut se réaliser complètement, tant il est envahi par des procédures manifestement absurdes et ineffectives. Il reprend l'image des poupées russes pour traduire ce phénomène par lequel la participation devient « *une organisation dans une organisation, une bureaucratie dans une bureaucratie* » (1999 : 151). Dans ces propos, il souligne également que la démocratie ne doit pas se résumer à ce principe de participation car si chaque décision est prise sous ce mode, l'enchaînement logique en serait le développement illimité de procédures rendant les relations de pouvoirs illisibles au tout-venant. De fait, il semble que nous sommes entrés dans ce processus de multiplication à l'infini des dispositifs participatifs, produisant et reproduisant le système sur lui-même.

Cette vision luhmanienne de la création des dispositifs participatifs institutionnels met en avant un objectif principal : celui de « faire participer » à tout prix. Par conséquent, peu d'attention et de moyens sont donnés à la phase d'invitation, pourtant première dans ce processus. L'accent est mis sur les procédures et les outils, le processus d'interpellation étant mis au second plan. Les recherches se font autour de la professionnalisation et des nouvelles techniques créées à des fins d'augmentation de la participation intra-dispositif mais peu de moyens sont donnés pour la phase d'invitation. Cela pourrait être une explication au faible nombre de participants à ce type de dispositif. Il s'agit de se questionner à propos des communications censées interpellier les citoyens et les amener à participer aux dispositifs institutionnels. La trop grande préoccupation des autorités autour de l'« acte de participation » au sein de ces dispositifs n'affecterait-elle pas la phase essentielle qu'est l'invitation à cet acte participatif ? Et par conséquent, cette sous-évaluation de cette phase n'affecterait-elle pas l'acte de participation lui-même ; en ce sens qu'il y serait observé une moindre présence des citoyens mais aussi une minorisation de la participation active et constructive ?

4.5. Des mobilisations top-down aux mobilisations bottom-up : un élargissement du champ

D'après Alice Mazeaud et Julien Talpin (2010), les mobilisations dites top-down sont liées aux nouvelles normes de participation amenant des sources de financement aux entités locales respectant ces critères participatifs. Concrètement, *« faire de la participation » apparaît ainsi comme un impératif si les collectivités territoriales veulent recevoir des financements et éventuellement innover dans leurs pratiques locales »* (2010 : 360). Les motivations des acteurs parties prenantes à ces dispositifs ne sont pas liées à la réussite du projet participatif mais à la bonne conduite des procédures amenant au financement de ce dernier. Tant que les critères institutionnels sont remplis, les subsides sont obtenus, ce qui laisse peu de place à l'élaboration en termes de communication à destination du public cible.

Cette vision luhmanienne donnée aux dispositifs participatifs nous oblige à ouvrir le champ de la participation qui ne s'arrête pas aux mobilisations top-down. Il s'agit de s'intéresser aux nouvelles formes d'invitation à participer qui sont faites aux individus non plus du haut vers le bas mais au contraire, du bas vers le haut. Ce ne sont

plus les institutions qui invitent le citoyen à s'engager mais le citoyen qui invite d'autres citoyens à se rallier à sa cause et qui interpelle les pouvoirs publics. L'initiative top-down laisse place à une initiative bottom-up. Cette ouverture donne lieu à nombre de questionnements : y aurait-il un lien entre puissance de l'interpellation et mobilisations bottom-up ? Les mobilisations bottom-up ne développeraient-elles pas un processus d'interpellation plus enclin à répondre aux conditions de félicité d'une invitation envers des jeunes et du public en général ? Est-ce que ces mobilisations venant d'en bas ne seraient pas plus en adéquation avec ce que recherchent les jeunes comme formes d'engagement ?

Chapitre III : Puissance de l'interpellation des jeunes par le sacré : un dispositif radical

Revenons à nos trois pôles : l'énonciateur, les enjeux et le public projeté. L'articulation de ces trois pôles interreliés (interconnectés) permet de rendre ou non effectif le processus d'interpellation invitant les individus à s'engager dans un dispositif. En nous intéressant de plus près à un dispositif participatif d'État, nous avons mis en évidence que les invitations faites aux jeunes restent relativement troubles et très pauvres en signification. Maintenant que nous avons fait état de cette relative impuissance des dispositifs participatifs officiels via ce cas empirique, très peu fourni nous vous l'accordons, complété par de la littérature écrite à ce sujet, il semble pertinent de comprendre comment d'autres dispositifs s'éloignant des dispositifs officiels parviennent à répondre positivement aux conditions de félicité du processus interpellatif auprès des jeunes.

En effet, il n'est pas impossible de mobiliser les jeunes et de les inviter à participer activement aux questions qui les concernent de près ou de loin dans notre société. Cependant, la première forme d'action collective, ayant une puissance voire même une surpuissance d'attractivité envers les jeunes à laquelle nous pensons, suscite un certain malaise. Il s'agit de la surpuissance du processus d'interpellation initiée par l'État islamique. D'un extrême à l'autre, l'objectif est de comprendre ce qui fait la surpuissance de l'interpellation de cette organisation en regard à la relative impuissance des dispositifs officiels. Il est aussi intéressant de voir que les jeunes, contrairement à ce qui a été exposé dans la première partie, ne sont pas totalement inatteignables. Quels sont les moyens mis en œuvre par l'État islamique afin de capter l'attention des jeunes ? Quels sont les enjeux prônés par ces groupes extrémistes ? Comment parviennent-ils à interpeller leur public projeté sans « passer à côté » ?

1. Flames of War II⁸ : un exemple de production de l'État islamique en guise d'ouverture

L'État islamique s'inscrit dans le quatrième âge médiologique du djihadisme à l'ère numérique, grâce à l'utilisation accrue et disproportionnée des médias sociaux (Ducol, 2015). Via les réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter, des milliers de vidéos sont mises en ligne et relayées non plus uniquement par l'organisation elle-même mais également par tous ses sympathisants, participant de manière individuelle et anonyme à la production et à la diffusion de ces éléments visuels (Ducol, 2015 : 38). Comme le décrit Margaux Chouraqui (2016 : 62), l'État islamique a développé nombre de moyens de communication : diverses branches médiatiques, bureaux, revues, chaînes de télévision sont diffusés à travers le monde et traduits en de multiples langues. Il existe deux cellules principales de communication : Al-Furqan et Al-Hayat. Cette dernière a pour public cible l'Occident et use des codes hollywoodiens pour l'atteindre.

Pour ouvrir ce nouveau chapitre, il a été décidé de s'attarder plus longuement sur une vidéo réalisée par une des cellules de communication de l'État islamique, la production Al-Hayat. Il s'agit de « Flames of War II », réalisé sur base de différentes images et vidéos postées en ligne depuis septembre 2014 (Savelli, 2016).



La vidéo dure 58 minutes, une voix off en anglais articulée aux chants lyriques en arabe et à une série d'intertitres ponctuée, tout au long de la vidéo, le déroulé cinématographique très proche des codes hollywoodiens, comme le font remarquer plusieurs auteurs (Chouraqui, 2016 ; Ducol, 2015 ; Savelli, 2016). Il s'agit d'un « *storytelling*⁹ *visuel extrêmement puissant* » (Ducol, 2015 : 40).

⁸Lien vers la consultation de la vidéo : <https://jihadology.net/2017/11/29/new-video-message-from-the-islamic-state-flames-of-war-ii/>

⁹ La technique du storytelling est apparue aux États-Unis dans les années 1990. Suivant les propos de Christian Salmon, le storytelling « *trace les conduites et oriente les flux d'émotions* » (2007 : 16-17). Il

La vidéo s'ouvre sur une introduction de cinq minutes. Elle débute par une succession de scènes alternant des passages repris des médias occidentaux, discours de Barack Obama, Donald Trump et Vladimir Poutine, et des passages montrant les armées dites ennemies présentes sur les territoires syrien et iraquien ainsi que les pertes matérielles et humaines engendrées par les attaques aériennes.



Après avoir dénoncé les actes des Occidentaux, la voix off nous entraîne sur le chemin de la vengeance via un intertitre « They failed », écriture blanche sur fond noir. Elle présente les cibles à atteindre par les combattants de l'État islamique et reprend des images médiatiques des différents attentats commis par ces derniers sur le sol occidental.



Le rythme du montage vidéo s'accélère et s'épuise dans une série de flashes. Commence alors une tirade en arabe, sous-titrée en anglais, du porte-parole de l'EI sur fond d'images de guerre et de chants lyriques. La rage contre l'Amérique et la cause d'Allah sont citées. Cette accélération peut être comprise comme représentant la victoire imminente de l'EI, le combat « until the final hour » comme le reprend le sous-titre de la vidéo.

Commence alors le récit narratif. Comme un prompteur, des paroles en anglais défilent sur un fond noir, traduction d'une sourate chantée en arabe. Le speaker parle directement au spectateur en l'interpellant avec un discours tel que « you are the

se construit sur une succession de *stories* et amène le spectateur « à s'identifier à des modèles et à se conformer au protocole » (2007 : 17). Cette technique a fait ses preuves dans de nombreux domaines (politique, culturel, économique, technologique, universitaire ou encore diplomatique) et n'est pas en reste concernant les productions de l'État islamique.

superior ». Il décrit les qualités que possèdent les combattants, ce dont ils ont besoin pour atteindre la victoire et quelles sont les conditions du djihad. Il présente « *un monde binaire où les moudjahidin, les « cavaliers du djihad », les « soldats », les « lions du Califat » combattent les « gouvernements croisés, apostats », les « adorateurs de la croix », ces partisans de l'« innovation » du « libre arbitre », coupables de croire en la « laïcité fanatique » et la démocratie, de fausses religions » (Chouraqui, 2016 : 63). L'audiovisuel valorise l'Ummah, la communauté que forment les musulmans, peu importe leurs origines.*



La voix off parlant au-dessus des chants lyriques discourte au fil des images et vidéos, la plupart filmées en caméra subjective (Savelli, 2016 : para. 2). Le rythme s'accélère enchaînant des séquences aux effets de slow-motion lorsqu'une bombe éclate par exemple avec des vidéos d'action en zone de guerre. Le décor comprend des paysages désertiques irakiens ou syriens. Des unités de combattants s'y déploient et combattent l'ennemi occidental. Nous les suivons à la manière d'un jeu vidéo de guerre en *first-person shooter* comme dans Call of Duty et ce, grâce à l'utilisation de drones, go-pro et appareils photo manipulés par les combattants sur le terrain (Chouraqui, 2016 ; Savelli, 2016).



Cela dure jusqu'à la 44^{ème} minute. S'ensuivent alors durant 7 minutes des scènes d'une horreur absolue (immolations, égorgements et tortures), un temps qui semble interminable. La production use de techniques cinématographiques alliant effets de ralenti, mouvements de caméra et autres techniques.

Enfin, le film se termine en deux temps. Premièrement, il s'agit d'une séquence montrant l'attaque réussie des soldats de l'EI d'une base militaire « ennemie ». Le spectateur, grâce à la technique de la caméra embarquée, vit ce passage comme s'il y était et participait à cette victoire. Deuxièmement, un homme en habits militaires s'adresse au spectateur au premier plan dans un langage mélangeant l'anglais et l'arabe ; en arrière-fond, des hommes creusent leur tombe sous le drapeau flottant de l'EI. Il reprend le même agencement du début du film : le discours de Donald Trump (« They said we fight fire with fire »), l'échec de l'Occident (« They failed ») et la victoire de l'EI (« We are the victorious group »). La vidéo se termine par l'exécution des otages suivie par le discours en arabe du Califat, Shaykh Abu Bakr Al-Baghdadi, traduit en anglais toujours à la manière d'un prompteur.



Par ce film, nous assistons, d'une part, à « la revitalisation d'un imaginaire jihadiste » et d'autre part, à « la valorisation d'un jihad « do-it-yourself » » (Ducol, 2015 : 43). Les effets visuels utilisés portent les productions cinématographiques sur la scène médiatique du monde entier et particulièrement, en Occident. Cet exemple de production cinématographique réalisée par l'EI nous donne une porte d'entrée, assez radicale en effet, pour comprendre les conditions de félicité de l'interpellation faite aux jeunes.

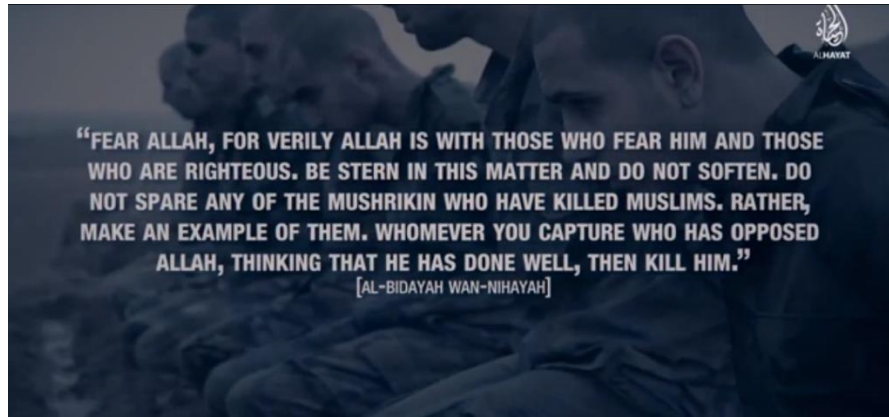
2. Trois temps simultanés de l'interpellation radicale

Cette entrée en matière, via la vidéo de propagande de l'État islamique *Flames of War II*, nous permet de développer notre propos par rapport aux trois pôles de l'interpellation : l'énonciateur, les enjeux et le public projeté. Entre véracité, vérité et justesse, il s'agit pour l'État islamique d'imbriquer les dimensions expressive, cognitive et appellative pour atteindre la félicité de son interpellation. Sur base d'exemples tirés de *Flames of War II*, nous tenterons de mettre en avant ces différentes dimensions de l'interpellation qu'établit l'État islamique auprès des jeunes.

2.1. Pôle de l'énonciateur

Contrairement aux dispositifs participatifs officiels (comme nous l'avons souligné antérieurement), l'État islamique est doté d'une autorité très forte, reconnue par ses partisans comme authentique et sincère. Pour ce faire, l'organisation crée un amalgame entre l'énonciateur, porte-parole du mouvement, et l'énonciateur ultime qu'est Allah. Grâce à la volonté de gommer la distance entre la parole de l'énonciateur et celui qu'il représente, la distinction entre l'énonciateur réel et l'énonciateur divin devient confuse. Finalement, le public se voit invité à agir comme si c'était Allah qui le sollicitait. L'énonciateur est convaincant pour ce qu'il est et pour ce qu'il incarne. Son message, de par sa confusion, est perçu comme authentique et sincère ; il est reconnu comme subjectivement vrai car il se tient au plus près d'Allah.

Comment, par quels moyens, l'énonciateur a-t-il été édifié comme faisant autorité par son public ? L'islam radical exige de ses partisans « *un rapport littéraliste aux textes [coraniques] qui supprime, au sein même du monde religieux, l'enquête herméneutique et les réappropriations plurielles qui lui sont corrélatives* (Gonzalez, 2009, 2014) » (Kaufmann, 2013 : para. 7). Par conséquent, les réponses sont à chercher dans les textes religieux ce qui efface la possibilité de comprendre les situations de manière individuelle et autonome. Par cette relation littérale aux textes sacrés, l'État islamique tend à revenir au fondement même de la religion, à « *revenir à la source de l'Islam* » (Bouzar, Caupenne & Valsan, 2014 : 5). Il s'agit d'une authenticité expressive, c'est-à-dire que l'État islamique se tient au plus près de Dieu de telle manière que la parole de l'énonciateur se confond avec celle de Dieu lui-même. Dans *Flames of War II* mais aussi dans de nombreuses vidéos diffusées par l'État islamique, ce rapport particulier aux textes est mis en avant. À plusieurs reprises, des sourates et extraits de discours prononcés par des personnes emblématiques de l'EI sont lus, justifiant les propos de la voix off ou ceux des intervenants ainsi que les actions menées par les « lions du Califat ».



Par exemple, l'extrait ci-dessus provient d'une séquence de décapitations perpétrées par des soldats de l'État islamique tirée de la vidéo *Flames of War II*. Des sourates et des parties de discours formulées par des personnes, soit liées à l'histoire de Mahomet soit ayant une interprétation des textes coraniques reprise par les mouvements salafistes, sont utilisées pour appuyer ces actes et les justifier.

En outre, il n'existe plus qu'un interlocuteur légitime : l'État islamique. Il opère par une disqualification de tout autre interlocuteur en simplifiant la configuration des acteurs de la société via des théories complotistes. Il supprime les intermédiaires et se présente comme étant au plus près d'Allah et de la Vérité. Cette proximité donne au discours une audibilité plus claire de par sa simplicité.¹⁰

*« Indeed, we are disassociated from you and from whatever you worship other than Allah. We have denied you, and there has appeared **between us and you** animosity and hatred forever **until you believe in Allah alone** » [al-mumtahanah : 4].¹¹*

Il crée alors un monde binaire composé, d'un côté, des disciples du Califat et de l'autre, des mécréants et impies, ennemis à abattre. Il existe deux ennemis : un ennemi extérieur et un ennemi intérieur, l'Occidental et l'Occidenté c'est-à-dire le musulman qui refuse de se soumettre au Califat (Benslama, 2016 : 98). Le dernier

¹⁰ Laurence Kaufmann développe plus en profondeur la question de la multiplication des médiations et les conséquences qu'elles engendrent sur les représentations des citoyens. Elle tente de démystifier l'impact de la multiplication de ces médiations, au départ de nombreuses théories complotistes, utilisé par exemple par le mouvement Anonymous ou la délégation Trump. Voir Kaufmann, L. (2018). Debunking Deference: The Delusions of Unmediated Reality in the Contemporary Public Sphere. *Javnost-The Public*, 25(1-2), 11-19.

¹¹ Paroles extraites de la vidéo *Flames of War II*

discours présenté dans la vidéo est celui du Califat, shaykh abu bakr al-baghdadi, qui insiste sur cette binarité.



« O muslims, do not be amazed at the nations of kufr, and the states and paths of kufr all rallying together against the islamic state, for this is the condition of the victorious group in every era.

*This rallying [of theirs] will continue and the tribulations will intensify **until the two camps** are completed, such that there does not remain in this [camp] a single munafiq, and there does not remain in that [camp] a single believer. Moreover, be certain that Allah will bring victory to his believing slaves. »*

La véracité de l'autorité tient, par conséquent, à une simplification du monde par principe de binarité entre l'ennemi : l'Occident et le « groupe victorieux » : l'État islamique ; à la confusion entre l'interlocuteur réel : les partisans de l'EI et l'interlocuteur sous-entendu : Allah ; à la vérité à chercher dans les textes effaçant toute possibilité de contradiction, de réflexion et de réappropriation plurielle.

2.2. Pôle de l'enjeu

Les enjeux promus par l'État islamique se trouvent dans le nom même de cette organisation. En effet, il s'agit de la création d'un État rassemblant l'Ummah, la communauté des musulmans, affranchi de tout lien avec l'Occident et régi par la loi de Dieu, uniquement. Ce sont des enjeux déterminants, voire impérieux, auxquels les jeunes sont invités à participer.

Tout d'abord, il y a cet enjeu de territoire. La création officielle de l'État islamique en Irak et au Levant en 2014 avec l'installation du Califat d'Abu Bakr al-Baghdadi s'accompagne d'un territoire concret et réel, contrairement aux propositions précédentes qui invitaient à rejoindre une communauté et un espace virtuels (Bouzar et al., 2014 ; Bouzar, 2014 ; Bouzar & Martin, 2016 ; Euvé, 2016). Philippe-Joseph Salazar (2015) insiste sur le lien entre les textes sacrés, la parole du Califat et la matérialité de ce territoire. Les discours califaux font état d'« *un mouvement de retour vers le territoire califal, terre sainte qui assure le musulman du « droit chemin* » » (Salazar, 2015 : 55). Cette apologie du territoire, de sa possession et de sa conquête est

normée dans le Coran dans la sourate d'ouverture, *Al-Fatiha*, aux versets 6 et 7 (Salazar, 2015) :

*Dirige-nous vers le chemin droit. Le chemin de ceux que tu as gratifiés, contre lesquels [tu n'es] pas en colère et qui ne sont pas égarés.*¹²

L'appel au djihad correspond, d'après les dires d'Antoine Sfeir interrogé par François Euvé (2016), à ce mouvement mis en évidence par Philippe-Joseph Salazar. En effet, contrairement à l'idée répandue, le terme djihad ne signifie pas la « guerre » mais plutôt « *un combat spirituel à mener contre soi-même pour devenir un bon musulman* » et qu'il faut étendre à son entourage et aux non-convertis (Euvé, 2016 : 21).

Avec cela s'accompagne « *la promesse de la « régénération d'un nouveau monde », purifié et « détenant la Vérité* » » (Bouzar, 2014 : 88). Il s'agit finalement de « *sauver le monde de toute perversion* » (Bouzar et al., 2014 : 11) que ce soit celle de l'Occident ou des territoires apostats. Comme le montre Dounia Bouzar (2014), chaque jeune sera motivé différemment afin de remplir cette mission impérieuse dont il se sent investi : « *la purification du groupe qui possède la vérité, l'élimination des « faux musulmans » pervertis par l'Occident (tous ceux qui ne leur font pas allégeance), l'extermination de tous ceux qui ne sont pas musulmans, le réveil des peuples, l'hégémonie spoliatrice des Occidentaux, le sacrilège apostat des Chiites, l'assistance aux martyrs, le sacrifice comme preuve de sa foi, le sauvetage des enfants gazés par Bachar el Assad, la fin du monde, la régénération du monde, la régénération de soi, le combat contre la dictature de Bachar el Assad, etc.* » (Bouzar et al., 2014 : 89). Ces différents motifs sont présents dans les vidéos de l'État islamique mélangeant images de civils meurtris, de destruction, de martyrs ainsi que des extraits du Coran, de témoignages, de journaux télévisés, de films amateurs et de discours califaux. En regardant *Flames of War II*, le spectateur se trouve dans des conditions idéales pour réceptionner les idées véhiculées : la combinaison entre images et paroles, orales ou écrites, entraîne et oriente la pensée du spectateur (Lachance, 2017 : 84-85).

Par ailleurs, l'utilisation de vidéos à caméra subjective renforce les enjeux mis en avant par l'État islamique. Aux paroles sont associées des vérités concernant les objets et état de choses « prouvées » par les multiples vidéos produites par les combattants de l'État islamique présents sur le terrain (Savelli, 2016 : para. 2). Il n'y

¹² Traduction provenant du livre *Paroles armées* de Philippe-Joseph Salazar (2015), p.54.

a pas d'intermédiaire, nous nous trouvons au plus près de l'action, au plus près de la vérité et par conséquent, au plus près de la parole de Dieu.

Les pôles étant particulièrement imbriqués les uns dans les autres, cela joue inévitablement sur le pôle de l'énonciateur qui se voit consolidé : les personnes qui nous interpellent sont elles-mêmes partie prenante à l'action. La véracité de l'État islamique en tant qu'énonciateur est dépositaire de la vérité des objets et état de choses qu'il utilise pour appuyer sa sincérité et par là même, augmenter la puissance de son autorité auprès de son public.

2.3. Pôle du public projeté

Avant toute chose, quel est ce public projeté par l'État islamique ? Plusieurs publics répondent à l'appel de l'EI. La majorité de ces jeunes peuvent être repris selon ces trois catégories : « *les jeunes désaffiliés, les jeunes de classe moyenne et les jeunes filles* » (Khosrokhavar, 2015 : 34). Les deux tiers des radicalisés ont entre 15 et 25 ans (Bouzar, 2014 ; Benslama, 2016) et parmi la population concernée par la radicalisation, 40 % sont des convertis (Benslama, 2016 : 33). Il est important d'attirer l'attention sur le fait que ce public n'est pas projeté en tant que « jeunes désaffiliés » mais bien en tant que « lions », « combattants », « soldats » du Califat.

La justesse de l'interpellation est tout aussi importante que la véracité attribuée à l'énonciateur ainsi que la vérité des enjeux de l'État islamique. Il a su particulièrement bien définir son public et l'atteindre. L'ensemble des conditions de félicité convergent vers un public qui se sent appelé par l'organisation. Pour que cette croyance rencontre son public, un élément essentiel, autre que les aspects cognitif et expressif de l'interpellation, est à prendre en compte. Il s'agit de la dimension conative. Cette dernière se nourrit des précédentes pour aspirer à la validité de l'interpellation. Elle est énergique et possède une intensité émotionnelle qui fait vivre la croyance à travers tous les aspects de la vie du sujet. Elle est la motivation qui pousse le croyant à prôner haut et fort ce en quoi il croit et à le transporter tout autour de lui (Stavo-Debaugé, 2012).

Mêlant désirs, enthousiasme et émotions, l'appel de l'État islamique atteint directement les jeunes ayant « *un désir, réfléchi, d'héroïsme et de surpassement* » (Salazar, 2015 : 94). *Se dépasser et être un héros*, voilà ce que propose l'État islamique aux jeunes. Il s'agit de donner accès à une utopie qui correspond à l'idéal du jeune

mais aussi à ses besoins personnels. Cette approche touche le jeune de manière émotionnelle, s'accroche à sa sensibilité et lui donne l'illusion que l'engagement dans ces groupes radicaux comblera ses attentes personnelles. Le discours de l'État islamique s'adapte et instrumentalise les sensibilités personnelles des différents jeunes. Les motifs sur base desquels les jeunes s'engagent dans ces groupes sont liés d'une façon ou d'une autre « soit à la recherche d'idéal, qu'il s'agisse d'un idéal de soi, du monde, du conjoint, ou d'une communauté, et/ou soit à la fuite du monde réel vers un « ailleurs » supposé meilleur » (Bouzar et Martin, 2016 : 3) comme cela a également été présenté au point concernant le pôle des enjeux.

La dimension appellative (ou conative) de l'interpellation se joue alors autour d'une esthétisation très forte de l'État islamique : de l'autorité et des enjeux qu'il (re)présente. Par ses vidéos, l'État islamique entend produire des sensations (Salazar, 2015), des affects, si nous reprenons les dires de Frédéric Lordon (2016), aux spectateurs. Une idée seule ne possède aucune puissance, aucune force affectante lui permettant de mettre en mouvement, de faire agir la personne. Il est alors question « d'empuissantiser les idées », de les « sensibiliser ». Comment ? Grâce aux images rendant les idées capables d'affecter (Lordon, 2016). L'État islamique semblerait avoir bien saisi ce principe en donnant à son public de quoi éveiller son élan conatif, en affectant les idées par des images. En effet, en se basant à nouveau sur l'exemple de *Flames of War II*, la production Al-Hayat propose une vidéo de qualité (proposée uniquement en Haute Dimension). Elle multiplie les scènes passant de la tristesse (images de destruction, d'enfants et civils gravement blessés) à un sentiment de vengeance et de révolte (images de prisonniers, décapitations), de triomphe (image de combats), de fraternité (groupe de djihadistes partageant leur joie face caméra), etc. À cela s'ajoutent la voix off et les chants lyriques pénétrants. Ce sont de véritables déclencheurs émotionnels permettant d'attirer, de questionner ou d'enthousiasmer un jeune tenté par ces groupes radicaux (Salazar, 2015 : 93).

Par ailleurs, ce mélange de sons et d'images infère un jugement esthétique aux spectateurs. Esthétique découlant étymologiquement d'*aisthesis* en grec signifie « la sensibilité, au sens de réceptivité, la capacité d'être sollicitée par les impressions des sens » (Foucart, 2002 : 122). Cette performativité de la combinatoire du son et de l'image les invite à plonger dans un monde de sensations : ils entendent et voient de l'arabe sans le comprendre, pourtant ils le ressentent et ils lui obéissent (Salazar, 2015).

L'esthétisation de la communication de l'État islamique dispose d'une « *force, hallucinatoire, de faire passer un message, ou de conditionner à le recevoir même si on ne le comprend pas* » (Salazar, 2015 : 128). Là est la clé de réussite de la stratégie de l'EI : en combinant des sons et des images, il persuade par l'étrangeté et la rupture, il réenchante le monde par séduction en proposant un autre univers, un monde idéal où vous pouvez en être le héros (Salazar, 2015 : 131). De fait, la fonction appellative est dotée d'une double dimension : la mystification et l'inclusion du destinataire. Un bon exemple de l'application de cette double dimension est l'utilisation de la caméra subjective. Le spectateur, grâce au son et à l'image, voit un véritable héros bravant les ennemis. Il est emporté dans un monde mystique auquel il peut aspirer. En même temps, il se sent inclus dans ce monde. Une attention particulière lui est accordée : il est valorisé, rendu supérieur et nommé par de puissants qualificatifs (lions, combattants, peuple supérieur). Ce sentiment d'inclusion est donné en partie par cette technique qui prend, directement, en compte le destinataire dans sa conception.

3. Conclusion

Une Vérité authentique qui se singularise par son autorité, une Vérité indiscutable basée sur les textes sacrés, une Vérité qui fait sens pour un certain public. Il semble que l'État islamique remplit les conditions de félicité de l'interpellation. Les pôles de l'énonciateur, des enjeux et du public projeté se renforcent mutuellement amenant l'interpellation à un état de surpuissance. Par une esthétisation de la communication, l'État islamique invite son public, des jeunes en quête d'héroïsme et de dépassement, à participer à un nouvel univers de sensation. Ses vidéos sont de véritables déclencheurs émotionnels. Par la combinaison du son (chants, textes sacrés, témoignages et voix off) et de l'image (images de civils meurtris, de destruction, de martyrs ainsi que des extraits de journaux télévisés, de films amateurs en situation de combat), les idées révèlent leur puissance par le fait même qu'elles soient affectées et affectantes dans ce contexte d'esthétisation.

Chapitre IV : La félicité du processus d'interpellation à travers différentes combinatoires intermédiaires

Nous avons vu précédemment que certains dispositifs ne parviennent pas (ou très peu) à mobiliser les jeunes tandis que d'autres les surmobilisent. D'un extrême à l'autre, la puissance de l'interpellation se modifie et bascule du tout au tout : d'une autorité problématique à une autorité divine, d'enjeux secondaires à des enjeux fondamentaux, d'une faible projection du public à un public projeté avec justesse via une esthétisation de la communication. Cette comparaison induit un certain malaise et il existe un fossé entre ces deux types de dispositifs participatifs.

Ce nouveau chapitre a pour but de combler cet écart par l'analyse de modalités intermédiaires activant un pôle plus particulièrement qu'un autre. Il a pour objectif de montrer qu'il ne faut pas uniquement une simultanéité entre les trois pôles pour que les conditions de félicité de l'interpellation soient rencontrées auprès des jeunes. Les exemples qui seront explicités ci-dessous ont été choisis en fonction de l'activation plus puissante d'un des pôles du processus d'interpellation. Cela ne signifie pas pour autant que les autres pôles soient inactifs. Il s'agit de prendre un exemple qui mettrait en exergue plus particulièrement un des pôles. Premièrement, nous avons choisi d'analyser *Anonymous*, un mouvement hacktiviste, par rapport au pôle de l'énonciateur. Deuxièmement, nous nous focaliserons sur l'association *L214 Éthique & Animaux*, une association de protection animale, afin de déployer le pôle des enjeux. Troisièmement, l'imaginaire de la piraterie fera l'objet d'une attention particulière concernant le pôle du public projeté avec l'étude du parti pirate et de l'ONG *Sea Shepherd*.

1. Puissance du pôle de l'énonciateur : Anonymous

1.1. Qu'est-ce qu'Anonymous ?

Anonymous fait ses débuts aux environs de 2006 au cœur du Darknet sur un site de partage d'images et de textes offrant un anonymat radical, 4chan.org3 (Kaufmann, Luque & Glassey, 2016 ; Pinard, 2012). Les personnes communiquant via ce forum signent « anonymous » par défaut et de là est tiré le nom du mouvement. Elles lancent des actions collectives virtuelles contre une personne tierce sous forme de « trolling¹³ », ces actions sont estampillées « Anonymous » (Kaufmann et al., 2016).

Par ailleurs, la première opération grand public se déroule en 2008 contre l'Église de Scientologie et présente Anonymous comme un collectif défendant le droit à la liberté d'expression et se définissant ainsi : « *We are Anonymous. We are Legion. We do not forgive. We do not forget. Expect us* » (Pinard, 2012). Lors de ces actions contre l'Église de Scientologie, outre les attaques DDoS¹⁴, des manifestations partout dans le monde sur des lieux réels sont organisées, rassemblant ainsi des milliers de personnes portant le masque de Guy Fawkes¹⁵, qui leur garantit l'anonymat même dans le monde réel.

La matérialité du collectif est désormais actée et montre la détermination de ses membres à dépasser le cadre virtuel et à protester sous des formes plus conséquentes afin de défendre le droit à la liberté d'expression (Kaufmann et al., 2016). Par la suite, Anonymous soutient, via des opérations de piratage informatique ou lors de manifestations, Wikileaks, les soulèvements du « Printemps Arabe », le mouvement des *Indignés* ou encore le mouvement *Occupy Wall Street*. Ces actions sont alors « *de l'ordre de l'activisme ou du cyberactivisme politique* » répondant au « nouveau contrat social » inspiré de la Déclaration d'Indépendance du Cyberespace

¹³ Le « trolling » peut être défini comme « *des actions qui visent à l'amusement (le « lulz ») aux dépens d'une tierce personne, par exemple, en rendant publiques des informations personnelles embarrassantes* » (Kaufmann et al., 2016 : 149).

¹⁴ « *Attaque DDoS c'est-à-dire stratégie d'encombrement d'un serveur ou d'un service en ligne par saturation d'une multitude de requêtes simultanées, mais aussi parfois « défaçage » de certaines pages d'accueil, se retrouvant du jour au lendemain avec des « tags » virtuels, slogans ou images installées par quelque « pirate » anonyme en lieu et place de la propagande [du site visé]* » (Kyrou, 2012 : 168).

¹⁵ Guy Fawkes est un « *rebelle catholique anglais du XVIe siècle que la bande dessinée « V pour Vendetta* », publiée dans les années 90, puis le film hollywoodien qui s'en inspire (2006) ont transformé en symbole de la lutte civile contre le pouvoir totalitaire » (Kaufmann et al., 2016 : 150)

de John Perry Barlow (1996) prônant une liberté d'expression totale et sans restriction (Kaufmann et al., 2016). En voici un extrait éloquent : « *Nous créons un monde où chacun, où qu'il se trouve, peut exprimer ses idées, aussi singulières qu'elles puissent être, sans craindre d'être réduit au silence ou à une norme* » (Barlow, 2000 : 51).

Anonymous est alors un sujet collectif flottant qui prône le suivi d'une certaine éthique plutôt qu'une idéologie en tant que telle (Pinard, 2012). Il est figuré par deux symboles reconnaissables : un « costume sans tête », remplacée par un point d'interrogation (en haut, à gauche de l'image ci-dessous¹⁶) et le masque de Guy Fawkes.



1.2. Une authenticité expressive garantie par un *Nous* anonyme et mouvant

a. Un énonciateur collectif fictif

Anonymous trouve sa force dans une dimension expressive particulière. L'énonciateur n'est pas un être singulier et définissable mais un *être collectif fictif* (Kyrou, 2012) ; cette forme « entitative » lui offre la possibilité d'« *agir et persévérer en son propre nom* » (Kaufmann et al., 2016 : 151) selon au moins trois procédés qui lui sont caractéristiques.

¹⁶ How to join Anonymous – A beginners guide : <https://www.youtube.com/watch?v=ZdL3aU0yZBE>, consulté le 18 juin 2018.

Premièrement, contrairement aux structures organisationnelles ou institutionnelles, Anonymous est a-hiérarchique ou en tout cas, c'est l'image officielle qu'il se donne (Kaufmann et al., 2016 ; Kyrou, 2012 ; Barbosa, 2017).

« Anonymous is not an organization. It is not a club, a party or even a movement. There is no charter, no manifest, no membership fees. Anonymous has no leaders, no gurus, no ideologists. (...) Nobody can speak for Anonymous. Nobody could say: you are in, or you are out. »¹⁷

Il table sur une horizontalité absolue de ses membres, évitant tout assujettissement de ces derniers. Finalement, son fonctionnement tient à l'« *agrégation d'intérêts individuels en vue de la mobilisation* » (Castells, 2002 cité par Bellon, 2014 : 156), à l'agir et à l'accord des volontés individuelles (Kaufmann et al., 2016). Il s'agit d'une « do-ocracy », celui qui agit, qui « fait » et donc qui pose les choix pour « *faire être Anonymous* » (Kaufmann et al., 2016).

Deuxièmement, au sein du collectif, l'anonymat est La règle d'or. Cette règle est énoncée très clairement sur le site internet <http://anonhq.com> :

« Just remember, always stay anonymous, do not show your face or reveal your identity, for this is the power of Anonymous »

Il garantit à Anonymous une autorité certaine : sujet pluriel, toujours en mouvement, il offre au tout-venant la possibilité de s'exprimer librement et sans restriction et cela, sans la moindre épreuve d'appartenance (Stavo-Debaugé, 2009 cité par Kaufmann et al., 2016). Puisque toute personne peut se réclamer d'Anonymous (Kyrou, 2012), sa force d'interpellation auprès de son public s'en voit consolidée.

Troisièmement, la puissance de la dimension expressive d'Anonymous provient également du nombre potentiel de ses membres (Pinard, 2012), qui donne l'impression de s'accroître au vu de l'anonymat dont ils font foi. Comme l'extrait ci-dessous le montre, il est impossible de connaître le nombre de membres du collectif :

¹⁷ How to join Anonymous – A beginners guide : <https://www.youtube.com/watch?v=ZdL3aU0yZBE>, consulté le 18 juin 2018.

« *How many Anonymous are there? We are more than you think. We are more than anybody thinks. We are many.* »¹⁸

Par conséquent, n'importe qui peut se dire Anonymous. Mais plus encore, il s'agit de désubstantialiser l'énonciateur et de le porter vers un *Nous* à la fois impersonnel, fédérateur, en perpétuel mouvement et « *qui reste indexé à la multitude irréductible des bonnes volontés qui le soutiennent* » (Kaufmann et al., 2016 : 146).

« *We come from all places of society: We are students, workers, clerks, unemployed; We are young or old, we wear smart clothes or rags, we are hedonists, ascetics, joy riders or activists. We come from all races, countries and ethnicities. We are many. We are your neighbours, your co-workers, your hairdressers, your bus drivers and your network administrators. We are the guy on the street with the suitcase and the girl in the bar you are trying to chat up.* »¹⁹

L'incalculabilité des membres contribue à accroître la puissance du collectif aux yeux de son public car il suscite la crainte auprès des gouvernements, organisations, industries, personnes qui vont à l'encontre du droit à la liberté d'expression que défend Anonymous et lui donne ainsi un certain pouvoir.

Ces trois procédés sont complétés par l'utilisation de deux figurations : d'un côté, le « costume sans tête », de l'autre, le masque de Guy Fawkes (cf. Image ci-dessus). Ces figurations viennent soutenir à la fois l'a-hiérarchie, l'anonymat et la force du nombre renforçant finalement l'être collectif que représente Anonymous. De plus, ces figurations permettent à Anonymous de passer de la scène virtuelle à la scène publique tout en gardant ses caractéristiques propres d'énonciateur collectif. Ceci rejoint également les propos de Frédéric Bardeau et Nicolas Danet, repris par Olivier Hassid (2012) indiquant qu'« *Anonymous est une idée endossée et revendiquée comme figure par une foule qui s'efface* » (2012 : 19). Par conséquent, l'effacement des identités met en lumière les actions menées par Anonymous et accentue son authenticité en tant qu'autorité légitime.

¹⁸ How to join Anonymous – A beginners guide : <https://www.youtube.com/watch?v=ZdL3aU0yZBE>, consulté le 18 juin 2018.

¹⁹ How to join Anonymous – A beginners guide : <https://www.youtube.com/watch?v=ZdL3aU0yZBE>, consulté le 18 juin 2018.

b. Un collectif performé

Pour assurer son authenticité et sa sincérité, Anonymous se base sur une éthique à suivre plutôt qu'une idéologie finement élaborée (Pinard, 2012 ; Kyrou, 2012) qui lui assure une ligne de conduite concernant les actions à entreprendre. L'existence même du collectif tient à ces actions qui lui apportent une consistance et à la reconnaissance qui lui est donnée par son public. Comme le soulignent Laurence Kaufmann, Rafael Rios Luque et Olivier Glassey (2016), ce n'est que par performativité qu'il peut exister. D'une part, le collectif tire la validité de son existence du « *public des spectateurs concernés* » ; d'autre part, du « *public que constituent les collectifs de même grandeur dont [il se distingue] ou auxquels [il s'oppose]* » (Arendt, 1991 [1977] cité par Kaufmann et al., 2016 : 147).

Par ailleurs, suivant une éthique basée « *sur des principes libertaires et démocratiques* » (Bellon, 2014 : 153), Anonymous s'est argué d'un sens de la justice répondant à une volonté de participation réelle de la part de son public (Hassid, 2012 ; Kyrou, 2012), d'où la qualification des activités du collectif d'hacktivisme. L'utilisation d'une configuration « ami-ennemi » est alors une bonne manière d'individuer l'existence de ce collectif (Kaufmann et al., 2016) et de le reconnaître comme étant un énonciateur légitime pour défendre les droits et libertés dans le cyberspace. Cette technique est également utilisée par l'État islamique qui simplifie la configuration des acteurs par principe de binarité.

Sa puissance d'interpellation s'est particulièrement développée sur ce pôle de l'énonciateur. En effet, suivant les dires de Laurence Kaufmann, Rafael Rios Luque et Olivier Glassey (2016), « *Anonymous a inventé un collectif qui rappelle à quiconque et à n'importe qui sa capacité d'agir* » (2016 : 169) et cette créativité lui octroie ce statut d'acteur authentique.

2. Puissance du pôle des enjeux : *L214 Éthique & Animaux*

2.1. Qu'est-ce que l'association *L214 Éthique & Animaux*²⁰ ?

Au regard des informations relevées sur son site web <https://www.l214.com/>, *L214 Éthique & Animaux* est une association sans but lucratif française qui a pour objet la défense des animaux élevés pour la production alimentaire. Elle a été fondée en 2008 par des personnes militantes pour Stop Gavage, une campagne intégrée maintenant dans l'association. Son nom fait référence à l'article L214 du Code rural et de la pêche maritime dans lequel les animaux y sont reconnus pour la première fois comme des *êtres sensibles* (Burgat, 2009 ; Traïni, 2012) :

« Tout animal étant **un être sensible** doit être placé par son propriétaire dans des conditions compatibles avec les impératifs biologiques de son espèce »²¹.

Cette association s'est fait connaître et médiatiser grâce à des vidéos tournées en caméra cachée dans des zones d'abattages et d'élevages d'animaux destinés à la consommation. Ces campagnes diffusées dans les années 2010 dénoncent les mauvaises pratiques dans les abattoirs et élevages français (Delanoue et al., 2018). L'objectif présenté sur le site internet de l'association est de « *dévoiler la réalité des élevages et des abattoirs* » en vue de faire évoluer ou disparaître certaines pratiques en vigueur dans le secteur, de nourrir le débat public sur le sujet mais aussi de donner à voir la dimension négative de la consommation de produits animaux et ainsi promouvoir les alternatives. De plus, elle s'inscrit dans le courant de l'antispécisme correspondant à « *l'idéologie qui justifie et impose l'exploitation et l'utilisation des animaux par les humains de manières qui ne seraient pas acceptées sur les victimes si elles étaient humaines* » (Burgat, 2009 : 76). Pour y arriver, elle n'hésite pas à tenter des actions en justice afin de sanctionner tout non-respect des lois en vigueur concernant la protection animale. L'association adopte donc une vision plutôt abolitionniste (Burgat, 2009 ; Dimitrova & Fougier, 2018 ; Delanoue et al., 2018).

²⁰ <https://www.l214.com/>, consulté le 20 juin 2018.

²¹ Code rural et de la pêche maritime, art. L214-1.

2.2. La montée en puissance des enjeux liés à la cause animale

Comme le site internet de l'association L214 l'indique d'emblée, son public est invité à un enjeu singulier qui sous-tend l'ensemble de ses actions : la défense des animaux. Cet enjeu ne peut être poursuivi sans la mise en place de moyens définis par l'association qu'elle énonce comme tels : « *rendre compte de la réalité des pratiques les plus répandues, les faire évoluer ou disparaître par des campagnes d'information et de sensibilisation ; démontrer l'impact négatif de la consommation de produits animaux (terrestres ou aquatiques) et proposer des alternatives* ». ²² À travers une trame narrative bien rodée rappelant le principe du storytelling utilisé par l'État islamique, l'association entend donc interpeller son public en utilisant divers procédés afin de rendre l'enjeu de la défense des animaux visible et attractif. S'inscrivant dans un courant antispécisme, le but ultime de L214 est la libération des animaux de l'emprise des êtres humains, de les considérer sur un pied d'égalité car, selon leurs propos, « *ils sont eux aussi des habitants de cette planète et leurs intérêts méritent considération* »²³. Par conséquent, il s'agit pour L214 d'accentuer la dimension cognitive de son processus interpellatif pour que ce dernier atteigne sa félicité.

a. Dévoiler la vérité occultée

Tout d'abord, pour faire passer leur message et ainsi espérer atteindre cet enjeu majeur de libération des animaux, il s'agit de rendre des pratiques considérées comme courantes et anodines, scandaleuses et révoltantes (Traïni, 2012 ; Dimitrova & Fougier, 2018). Pour y parvenir et inviter son public à participer à la défense de sa cause, l'association L214 a fait le choix de produire et de diffuser une série de vidéos tournées en caméra cachée à l'intérieur même des lieux d'élevage et d'abattage d'animaux destinés à la consommation (Schmid, 2017). Ces vidéos dévoilent l'horreur des pratiques perpétrées dans ces lieux qui, auparavant, ne suscitaient qu'indifférence (Traïni, 2012). En effet, cette épreuve de transparence fait apparaître un message clair au public en ne laissant que peu de doute quant à la vérité des propos tenus par l'association. Autrement dit, selon François Allard-Huver, « *il s'agit toujours de révéler, de montrer qui a fauté ou qui a caché quelque chose aux yeux du consommateur* » (2016 : 39-40). Cette opération de dévoilement permet donc de

²² <https://www.l214.com/pourquoi-L214>, consulté le 20 juin 2018.

²³ <https://www.l214.com/pourquoi-L214>, consulté le 20 juin 2018.

cristalliser la cause défendue par l'association comme étant digne d'intérêt. Faire évoluer ou disparaître ces pratiques devient impératif pour tout être humain ayant un minimum de sens moral comme l'expose la chanteuse Nili Hadida dans la vidéo *Abattoir made in France – certifié bio – Le Vigan*²⁴ vue plus d'un million de fois sur YouTube :

*« Même dans les abattoirs tournés vers le bio et le local, les animaux perdent la vie dans d'atroces souffrances. La viande heureuse, ça n'existe pas et il faut arrêter de fermer les yeux. Vous pouvez **interpeller vos députés et vos sénateurs** et demander une commission d'enquête parlementaire sur les abattoirs en nous rejoignant sur abattoir-made-in-France.com. »*

Ou encore comme le souligne l'association sur son site web :

*« Nos enquêtes mettent en évidence **l'urgence d'engager une transition agricole et alimentaire** »²⁵.*

De plus, ce qui renforce la vérité du discours tenu par l'association ne tient pas qu'au simple fait de poster des vidéos montrant l'envers du décor de ces lieux mais également au fait que ces vidéos se multiplient au fil des ans. En effet, cela laisse entendre que ces pratiques cruelles perpétrées sur des animaux ne sont pas exceptionnelles comme la chanteuse Nili Hadida l'explique également dans la même vidéo :

*« Aujourd'hui, j'aimerais vous parler au nom de l'association L214. Il y a quelques mois, l'association L214 a révélé des images tournées à l'abattoir d'Alès qui ont mis en lumière la cruauté de la mise à mort des animaux. Vous vous êtes probablement dit que c'était **une exception**. Les images qui vont suivre ont été tournées dans un abattoir certifié bio, qui fonctionne en circuits courts et qui approvisionne commerçants locaux et des boucheries locales. »*

À ces vidéos s'ajoute une série d'actions et de manifestations réalisées par les membres de l'association L214. Tracts, affiches, banderoles, tee-shirts floqués donnent à voir au public la cause pour laquelle il se bat. Elle est clairement définie et

²⁴ https://www.youtube.com/watch?v=DgzcLfQJLPI&has_verified=1, consulté le 20 juin 2018.

²⁵ <https://www.l214.com/campagnes-de-protection-animale>, consulté le 20 juin 2018.

identifiable en un clin d'œil comme nous pouvons le voir, par exemple, ci-dessous sur une photo²⁶ provenant du site de l'association :



Par ailleurs, une autre manière de jouer sur la dimension cognitive de l'interpellation est d'exposer des résultats de recherches scientifiques comme dans les vidéos *Derrière les murs de l'abattoir de Limoges*²⁷ et *Abattoir made in France - Alès*²⁸ qui mettent en avant les avis des experts concernant la conscience et la sensibilité des animaux ou encore d'utiliser des chiffres statistiques (Mouret, 2016) comme dans l'action ci-dessous calculant le nombre d'animaux tués pour la consommation en temps réel :



²⁶ <https://animaux.l214.com/>, consulté le 20 juin 2018.

²⁷ https://www.youtube.com/watch?v=-mY_8O8QMRU&has_verified=1, consulté le 20 juin 2018.

²⁸ https://www.youtube.com/watch?v=LzvsS17ptzE&has_verified=1, consulté le 20 juin 2018.

Un autre argument est de s'appuyer sur des normes juridiques. Comme le soulignent plusieurs auteurs (Mouret, 2016 ; Brels, 2013), ces images tournées dans l'enceinte des abattoirs montrent que les pratiques dévoilées enfreignent les lois en vigueur concernant la protection animale, que ce soit au niveau national ou européen. Ils n'hésitent pas à faire appel à ces normes dans leurs vidéos :

« Les animaux sont étourdis avec un pistolet qui leur perfore le crâne. Les ratés sont tellement fréquents que, **selon les critères des Nations Unies**, cette situation est qualifiée de grave et inacceptable. Les animaux devraient être rendus inconscients mais ce n'est pas toujours le cas. »²⁹

b. Changer ses habitudes

Le deuxième moyen utilisé par l'association pour contribuer à la défense des animaux est d'inciter son public à modifier son alimentation. Les vidéos, actions et manifestations induisent, par conséquent, de nouveaux modes de vie consistant à stopper sa consommation de viande dans un premier temps, de toutes denrées animales dans un second temps. Les arguments ne manquent pas : légalité, éthique, environnement, ... (Mouret, 2016). Par exemple, une campagne d'affichage dans le métro parisien use de l'argument environnemental pour diminuer voire supprimer la consommation de viande et ainsi, de cause à effet, protéger les animaux :



²⁹ https://www.youtube.com/watch?v=-mY_8O8QMRU&has_verified=1, consulté le 20 juin 2018.

Un argument de l'ordre de l'éthique est énoncé, par exemple, dans la vidéo *Abattoir made in France – certifié bio – Le Vigan*³⁰ :

« En ce qui me concerne, je n'ai plus envie d'avoir quoi que ce soit à faire avec cette souffrance, et c'est pour ça que les animaux, je ne les mange plus. »

En effet, François Allard-Huver parle d'un message polymorphe qui ne se contente pas de dénoncer des pratiques mais amène à une réelle réflexion concernant la place des animaux dans notre société et notre consommation (2016, 31-32), rejoignant ainsi les propos de E. Delanoue, C. Roguet et P. Magdelaine (2015) sur ce point.

Finalement, l'enjeu de la défense des animaux prônée par l'association L214 passe par la décrédibilisation des pratiques d'élevage et d'abattage ainsi que de la consommation de produits d'origine animale (Dimitrova & Fougier, 2018 : 69). En jouant en toile de fond sur un argument antispécisme, l'association amène son public à remettre en question ses pratiques les plus communes.

³⁰ https://www.youtube.com/watch?v=DgzcLfQJLPI&has_verified=1, consulté le 26 juin 2018.

3. Puissance du pôle du public projeté : L’imaginaire de la piraterie

3.1. Des organisations pirates : Partis pirates ou ONG Sea Shepherd

L’imaginaire pirate a été repris par plusieurs formes d’organisations telles que l’organisation non gouvernementale internationale : *Sea Shepherd Conservation Society*.³¹ Fondée en 1981 aux États-Unis par Paul Watson, cette organisation s’est donnée pour mission de protéger et défendre les écosystèmes marins et la biodiversité. Pour ce faire, elle possède une flotte de bateaux, surnommée « flotte de Neptune » par son concepteur, prête à intervenir au moyen d’actions directes. En effet, sabordages, abordages et éperonnements sont de rigueur lors de leurs interventions. De plus, l’organisation use des visuels propres aux pirates pour se faire connaître et reconnaître à travers le monde (Terral, 2014).



Par ailleurs, une autre forme d’organisation reprend l’imaginaire pirate : il s’agit des partis pirates. Suivant les informations données par Michaël Bardin (2017) complétées par Horst Kahrs (2012), le premier parti pirate a été fondé en janvier 2006 en Suède se nommant le Piratpartiet et comptant deux pirates au Parlement européen en 2009. L’Allemagne, par exemple, le suit de près en créant à Berlin le 10 septembre de la même année le Parti allemand des pirates qui présente deux cents élus régionaux et municipaux. Plus récemment, le parti pirate islandais a fait son apparition lors des élections législatives de 2016, comptant dix députés sur les soixante-trois sièges du Parlement national. Finalement, le parti pirate suédois va inspirer bon nombre de personnes puisque des partis pirates sont présents dans près de soixante pays. Il est

³¹ À ce sujet, nous prendrons appui sur les propos de Pierre-Marie Terral (2014) dans son article intitulé : « Éco-pirates » : Paul Watson et l’organisation Sea Shepherd, trois décennies d’activisme en haute mer.

désormais également question d'un Parti pirate international créé en 2010 et d'un parti pirate européen fondé en 2014. Ces partis pirates se sont créés dans l'optique d'apporter de nouvelles méthodes de participation et des nouveaux rapports entre politique et citoyens au sein de nos sociétés démocratiques, ainsi que de soutenir les droits et libertés numériques (Brustier, 2016). Ils promeuvent une « démocratie liquide³² », qui donnera la possibilité de combiner à la fois la démocratie représentative et la démocratie directe (Bardin, 2017). Leur nom n'est pas la seule référence à l'univers « pirate », leur logo représente de manière explicite un drapeau noir semblable au drapeau « Jolly Roger » des pirates d'autrefois.



3.2. La figure pirate comme activation de la dimension appellative

a. Esthétique et rhétorique pirate

Le pirate est représenté dans l'imaginaire collectif par différentes figures. Il est tout autant un aventurier qui a su faire ses propres choix de vie et se donner les moyens d'un mode de vie alternatif disjoint des normes dominantes de la société qu'un bandit attaquant et pillant les navires qu'il croise sur sa route (Keucheyan & Tessier, 2008). Il est également justicier, redistribuant les richesses ou encore terroriste voire résistant (Keucheyan & Tessier, 2008 ; Garapon, 2009). Cet être insaisissable est à la fois craint et admiré (Garapon, 2009) car associé tout aussi bien à la figure d'un criminel qu'à celle d'un héros libertaire (Harvey, 2013).

Par ailleurs, la vie de pirate fait écho à une spatialité particulière lui permettant de vivre cette liberté qui fait rêver plus d'un. La mer, cet espace sans forme ni frontière,

³² « Il s'agit d'un modèle hybride entre la démocratie représentative telle que nous la connaissons et un idéal de démocratie directe qui demeure à ce jour utopique. En gros, il s'agit de recourir régulièrement à des consultations populaires (sous forme de référendums, par exemple) sur des enjeux majeurs. La particularité de la démocratie liquide est la possibilité de transférer son vote à quelqu'un d'autre, qui aurait une meilleure expertise ou une pensée plus développée que la nôtre sur ce sujet particulier. » (Marcil, 2012 : 212)

définit le pirate (Garapon, 2009). La notion de spatialité est indissociable de la figure du pirate, que ce soit un espace utopique, hétérotopique ou « réel » (Harvey, 2013 : 2). Il ne peut exister que dans les interstices, les zones inoccupées par l'État et il prolifère lorsque la société en place est en déclin ou sujette à un changement d'envergure (Garapon, 2009 ; Keucheyan, 2008 ; Keucheyan & Tessier, 2008).

Le pirate est également défini par son exclusion de la société. Toutefois, cette exclusion est réappropriée et tournée à l'avantage du pirate. Il passe d'un être exclu à un être qui a su se libérer des contraintes de la société, faire rupture avec cette dernière et ainsi se retirer de toutes lois pouvant le soumettre à un ordre sociétal dont il ne fait plus partie (Hayat & Paloque-Berges, 2014 : 13). En effet, le pirate se caractérise par cette insoumission aux lois qui régissent la vie sur terre ; il est considéré comme anti-institutionnel. Cette liberté représentative du pirate ne correspond pas seulement à un rejet des normes en cours dans la société mais peut ouvrir la possibilité de créer une autre société basée sur de nouvelles normes (Hayat & Paloque-Berges, 2014 : 16). De fait, ce décalage avec les normes dominantes donne la possibilité de penser différemment « *les potentialités du monde présent* » (Harvey, 2013 : 2).

Finalement, oscillant entre réalité et imaginaire, la figure du pirate correspond à cet ailleurs hétérotopique (Harvey, 2013 : 4). « *Modèle d'émancipation politique et sociale* » (Harvey, 2013 : 3), la figure populaire du pirate séduit largement (Keucheyan & Tessier, 2008). Partis pirates ou ONG *Sea Shepherd*, tous deux reprennent l'imaginaire propre au pirate possédant une force d'attraction certaine sur son public comme nous allons le voir.

b. La force et les implications de cette reprise de la métaphore pirate

Que ce soit les partis pirates ou l'organisation *Sea Shepherd*, le profil de leurs adhérents est caractéristique et non sans lien avec l'imaginaire pirate mobilisé par ces derniers. Les partis pirates attirent un public souvent sous-représenté dans les partis politiques de manière générale. Par exemple, en se basant sur les chiffres de Florence Haegel (2009), en France, le parti pirate compte moins de 10 % d'adhérents de plus de 50 ans alors que l'UMP en compte 58 % et le PS, 67 % (Bocquet, 2014 : para. 16). Paul Watson, le créateur de *Sea Shepherd*, n'hésite pas à dire ouvertement que l'utilisation de l'imaginaire pirate permet de solliciter un public jeune (Terral, 2014).

Ces deux formes d'organisation usent de l'esthétique pirate par métaphore afin de rendre puissante la dimension appellative de leur interpellation. Le visuel de ces organisations renvoie directement à cette esthétique réactivant l'imaginaire pirate (Terral, 2014). Il est caractérisé par un drapeau noir plus ou moins stylisé ; les références au bateau et à la mer sont présentes ainsi que la manière d'être (Paul Watson jouant avec l'hexis corporelle du pirate), d'agir (pratiques d'abordages et d'éperonnements de la part de *Sea Shepherd* ou ligne de conduite des partis pirates) et de parler (référence à l'imaginaire pirate dans les discours énoncés par les adhérents)³³ au sein de ces organisations. Par conséquent, un lien inconscient mais puissant se crée entre l'esthétique pirate et le fonctionnement de ces organisations. Comme le souligne Franck Macrez (2014), « *l'analogie effectue un passage du monde des objets matériels à celui des créations immatérielles* » (2014 : 228). Ce passage leur permet de faire intervenir en leur sein l'ensemble des références associées à la piraterie. Il s'agit donc de faire appel à la symbolique pirate et d'y ajouter une dimension politique (Terral, 2014).

L'ONG *Sea Shepherd* mobilise à la fois la figure de l'aventurier et celle de du justicier. Cette organisation est surtout caractérisée par ses actions et son esthétique pirate. De fait, *Sea Shepherd* accomplit ses missions dans le but de défendre et de faire appliquer les droits concernant les écosystèmes marins et la biodiversité en ayant des actions directes sur le terrain. Pour ce faire, elle a pour spatialité la mer comme les pirates d'autrefois.

À la différence de *Sea Shepherd*, les partis pirates font quant à eux appel à d'autres formes de références telles que le fait de reprendre l'étymologie du mot pirate pour présenter le parti sur leur site internet : « *L'étymologie du mot "pirate" nous rappelle qu'il vient du grec pierao qui pourrait se traduire par "essayer, tenter sa chance à l'aventure", repris en latin sous la forme pirata signifiant "qui est entreprenant"* »³⁴. Ils mobilisent donc la figure de l'aventurier, libre de ses choix et modes d'action ; figure également reprise par *Sea Shepherd* par ailleurs. De plus, les

³³ Par exemple, au sein du parti pirate : « *Ainsi, face au chaos ambiant de l'assemblée générale de 2012, un membre de l'équipe d'organisation explique : « On n'est pas des pirates pour rien », et un autre membre justifie une fronde contre le bureau sortant en disant : « On est là parce qu'on se rebelle, on va pas commencer à donner des consignes, c'est ça être un pirate. » Les membres intériorisent des codes comportementaux considérés comme pirates et tendent à essentialiser la culture rebelle de l'organisation* » (Bocquet, 2014 : para 13).

³⁴ <https://www.partipirate.org/>, consulté le 27 juin 2018.

partis pirates expérimentent une spatialité plus récente, le cyberspace. Lieu infini, sans frontières, sans formes et par conséquent, sans lois, internet devient un nouveau terrain à explorer et à découvrir dans lequel leur liberté peut s'exprimer (Garapon, 2009 : 156). Une autre figure mobilisée par les partis pirates est celle du pirate représenté comme justicier. Ils font appel à cette figure en se représentant comme des justiciers en réseau, faisant partie d'une communauté et souhaitant lutter pour les libertés numériques ainsi que la redistribution des biens informationnels sur internet (Chevret-Castellani, 2014).

En outre, l'émergence de ces partis ne peut se faire que dans un contexte démocratique (Keucheyan & Tessier, 2008 ; Garapon, 2009). Avec le numérique, une mutation de la société est en cours et des interstices laissés par l'État permettent aux pirates d'un nouveau genre de s'y immiscer. Ils ont la volonté de proposer une contre-société en cherchant à « *développer de nouvelles formes de participation politique en réponse à une crise larvée de la démocratie représentative* » mais aussi « *à maintenir l'intégrité de l'information* » ainsi que la garantie de la liberté en réaction à la surveillance des États (Kahrs, 2012 : 228).

Finalement, la symbolique de transgression induite par l'imaginaire de la piraterie développe une force de séduction auprès d'un public particulier : les jeunes et ce, pas uniquement dans les mouvements les plus radicaux, les plus bottom-up tels que *Sea Shepherd*. En effet, cet imaginaire est utilisé pour légitimer une politique d'état et des institutions participatives ayant perdu en crédibilité. L'émergence de ces partis pirates est un bon exemple de dispositif top-down rencontrant un certain succès grâce à l'activation du pôle du public projeté. Les jeunes sont fascinés par le monde des possibles que leur offrent ce personnage pirate et cette hétérotopie liée à l'univers de la piraterie. Ni totalement héros libertaire, ni brigand, le pirate attire et permet aux jeunes de se projeter plus facilement dans les organisations qui le mobilisent. Jouant sur l'esthétique, elles parviennent à transmuier vers un idéal de mobilisation qui parle à ce public jeune. Leur invitation à rejoindre un dispositif participatif institutionnel est entendue et trouve un écho auprès de ce public.

4. Conclusion

L'analyse de ces trois organismes nous montre qu'il n'est pas nécessaire d'avoir une simultanéité entre les trois pôles du processus d'interpellation pour parvenir à mobiliser un public majoritairement composé de jeunes.

Le collectif *Anonymous* a réussi à développer une autorité assez puissante pour qu'elle soit reconnue comme étant sincèrement légitime par son public. Anonymat, force du nombre et principe d'a-hiérarchie permettent au collectif de s'édifier en un énonciateur fort de l'autorité qui lui est concédée. Tandis que l'association *L214 Éthique & Animaux* développe la force de son interpellation dans les enjeux qu'elle défend. Elle y parvient en mettant en exergue des enjeux de protection des animaux grâce à la mobilisation de vidéos filmées en caméra cachée au cœur des lieux d'élevages et d'abattages des animaux destinés à la consommation ainsi qu'en faisant campagne pour une modification des habitudes alimentaires chez les consommateurs. Les moyens utilisés par l'association lui donnent la possibilité d'accentuer la puissance du pôle des enjeux et d'interpeller avec succès son public. Enfin, l'imaginaire pirate est un puissant élément de séduction auprès du public jeune comme nous l'avons démontré précédemment avec le focus mis sur les partis pirates et l'organisation *Sea Shepherd*. Jouant sur l'esthétique, l'univers pirate active le pôle du public projeté en accroissant la figure symbolique propre à la piraterie. L'utilisation de l'analogie pirate se fait soit explicitement en usant de biens matériels et du décorum propre à cet imaginaire ; soit implicitement en se référant au mode de vie et principes prônés par les pirates tels que la spatialité, la liberté ou la création de contre-sociétés. La mobilisation de cette esthétique permet la félicité de l'activation de la dimension appellative du processus d'interpellation des jeunes.

Les conditions de félicité du processus interpellatif destiné aux jeunes se déclinent en plusieurs potentialités intermédiaires aux deux extrêmes présentés précédemment. Il existe une multitude de déclinaisons possibles parmi lesquelles des collectifs, organisations, groupements et dispositifs s'essayent afin de parvenir à atteindre leur public cible en privilégiant l'activation d'un pôle plutôt qu'un autre.

Chapitre V : Discussion

1. L'importance du processus interpellatif dans le succès de la mobilisation des jeunes

Cette recherche a pour objectif de montrer toute l'ambiguïté de l'invitation à participer faite aux jeunes que ce soit dans les dispositifs top-down ou bottom-up. Il semble que nous soyons arrivés à une impasse en termes de participation institutionnelle qui laisserait penser que les jeunes sont totalement dépolitisés ou encore que l'État et ses institutions sont complètement décrédibilisés.

Comme nous avons pu l'observer dans le chapitre II, le dispositif « Vers une politique locale de jeunesse plus participative » tient très peu compte des aspirations des jeunes. En effet, mettre en place un dispositif participatif tel qu'un budget participatif, un conseil de quartier ou encore des ateliers, ne peut se réaliser sans avoir pu, au préalable, interpellier et inviter le public visé. L'accent mis sur ce qui se passe au sein de ces dispositifs participatifs laisse peu de place et peu de temps aux acteurs pour déployer une étape importante, censée être première dans ces démarches : l'invitation à participer. Nombre de formations, de dossiers-conseils, de fiches explicatives existent sur la manière de motiver les jeunes à participer (via des animations, des ateliers et tables de discussions) mais il n'est souvent rien expliqué concernant la manière dont il faut s'y prendre pour inviter ces jeunes à se rendre dans ces lieux où acteurs « jeunesse », professionnels et politiques les attendent avec leurs activités. La question de ce qui pousse les jeunes à participer n'est pas traitée en tant que telle alors que l'échec de ces dispositifs participatifs est souvent dû à la quasi-absence de leur public projeté.

En choisissant de comparer un dispositif participatif officiel à un dispositif radical tel que l'État islamique, il s'agissait de démontrer qu'il n'est pas impossible de mobiliser les jeunes. L'idée n'est donc pas de légitimer ces dispositifs radicaux mais de mettre en évidence qu'ils sont parvenus à se rendre attractifs auprès des jeunes. Ces dispositifs radicaux ont pris en compte « l'avant-participation », c'est-à-dire le processus interpellatif, en mettant en œuvre les moyens nécessaires à leur succès. C'est dans cette prise en compte qu'ils font la différence en termes de félicité de

l'interpellation. En effet, en proposant aux jeunes de prendre part à des enjeux aussi importants que la création d'un État, l'État islamique leur donne une place dans le processus décisionnel alors que pour les dispositifs participatifs officiels, les enjeux traités ne dépendent pas des jeunes. Ils sont définis au préalable, les décisions étant déjà prises. Finalement, le public projeté ne sert qu'à valoriser ce que d'autres acteurs mettent en place ; les jeunes sont alors instrumentalisés pour la bonne image du projet.

Cette comparaison entre un processus interpellatif impuissant et un processus surpuissant montre que les jeunes ne sont pas complètement dépolitisés et peuvent même être très politisés. Cela met en évidence également que les dispositifs d'État ne sont pas complètement décrédibilisés. Prendre l'exemple de l'État islamique n'est pas anodin car il s'agit d'un dispositif représenté par des institutions fortes et controversées. Même s'il s'agit d'une forme radicale de l'État qui se manifeste au cœur de l'EI, cette dernière séduit les jeunes comme nous l'avons exposé auparavant. D'autres formes totalitaires d'État, telles que l'Allemagne nazie ou l'Italie fasciste pour citer des exemples, ont d'ailleurs conquis la jeunesse sur base de moyens similaires de communication que ceux employés par l'État islamique. Dans l'actualité récente, Donald Trump n'hésite pas à mêler politique et religieux pour soutenir et justifier ses actions souvent polémiques et renforcer son autorité auprès de son public. Tels Anonymous ou l'EI, il tend également vers une simplification des médiations en proposant une analyse binaire du monde.

Cependant, pour saisir la félicité d'un processus interpellatif, il n'est pas nécessaire de prendre comme exemple que des dispositifs participatifs extrêmes comme le chapitre IV le démontre. Par la mise en évidence de trois combinatoires différentes illustrées successivement par le collectif *Anonymous*, l'association *L214 Éthique & Animaux* et l'imaginaire de la piraterie. Ce chapitre est une exploration des possibilités intermédiaires à ces deux extrêmes présentés respectivement aux chapitres II et III. Finalement, nous refermons cette recherche sur la question des partis pirates qui tentent de mobiliser les jeunes grâce à un speech appeal particulier : la piraterie. Mais ce qui ressort avant tout, c'est que ces partis pirates rencontrent une certaine félicité auprès des jeunes dans leur invitation tout en s'inscrivant dans le jeu démocratique et ce, sans rupture avec la vie sociale et politique de leur cité.

2. La surmobilisation des jeunes : l'État doit-il prendre ce risque ?

Jouer sur les émotions, sur des questions de vie ou de mort ou encore sur un énonciateur ultra-puissant pose question par rapport à la mobilisation des jeunes. En effet, amener les jeunes à poursuivre leurs idéaux conduit à un risque important que Fethi Benslama explique ainsi : « *Les idéaux comportent donc une radicalité potentielle et explosive, dont les manifestations dépendent des variations individuelles et du contexte sociohistorique* » (Benslama, 2016 : 43). Il existerait donc un danger à la surmobilisation des jeunes. La question est alors de savoir s'il faut mettre en place des moyens plus puissants pour mobiliser les jeunes et par conséquent, prendre le risque de les pousser vers une éventuelle radicalité. Cette recherche ne permet pas de répondre à une telle interrogation mais elle donne l'occasion d'ouvrir le débat à ce sujet. En effet, il semble important de se pencher sur ces questions qui, comme le démontre la littérature abondante à ce sujet, sont d'actualité et préoccupent les autorités publiques.

3. Apports et limites de la recherche

Cette recherche a quelques limites. Premièrement, comme nous l'avons déjà souligné antérieurement, le dispositif participatif institutionnel présenté dans le chapitre II aurait pu faire l'objet d'un plus grand approfondissement. Le choix a été posé de prendre ce dispositif comme exemple empirique afin d'éclairer la littérature critique publiée à ce sujet. Cela nous a permis de poser ce postulat d'impuissance des dispositifs participatifs officiels en termes d'interpellation des jeunes et de nourrir les réflexions qui suivront. Deuxièmement, nous avons dû limiter nos objets d'étude ainsi que leur profondeur d'analyse pour faire entrer cette recherche dans les conditions de temps imposées. Celles-ci restent relativement superficielles dans la mesure où un nombre croissant de sources diverses ainsi que la réalisation d'entretiens avec des membres des dispositifs présentés auraient été un plus dans la réalisation de ce travail.

Par ailleurs, cette recherche nous permet d'ouvrir une réflexion concernant les différentes formes de politisation des jeunes et les communications qu'elles utilisent pour les interpeller. Grâce à un modèle théorique défini au préalable, nous avons systématisé l'analyse de chacun de ces dispositifs : dispositif « Vers une politique de jeunesse plus participative », l'État islamique, le collectif Anonymous, l'association

L214 et l'imaginaire « pirate ». Cette systématisation nous donne l'occasion de confronter divers dispositifs qui, a priori, n'ont pas grand-chose en commun et, ainsi, avoir une lecture commune pour l'ensemble de ces dispositifs. Cela nous permettra de les rapprocher ou de les différencier plus aisément sur base de ce modèle théorique défini.

Conclusion générale

La félicité du processus d'interpellation des dispositifs participatifs destinés aux jeunes n'est pas aussi évidente qu'elle semble l'être a priori. Rendre puissante une interpellation, c'est-à-dire faire en sorte que l'acte communicationnel premier qu'est l'invitation soit accepté par le public projeté, n'est pas une mince affaire. Les dispositifs institutionnels semblent d'ailleurs avoir quelques difficultés à mobiliser les jeunes, à rendre leur projet attractif alors que des dispositifs plus radicaux, comme l'État islamique, paraissent y parvenir.

Cependant, il existe des intermédiaires à ces deux exemples extrêmes oscillant entre impuissance et surpuissance de l'interpellation. Le collectif *Anonymous*, en développant plus fortement sa dimension expressive, donne à voir une autorité forte qui est parvenue, de par ses caractéristiques propres (anonymat, force du nombre et a-hiérarchie), à attirer son public. Par ailleurs, l'association *L214 Éthique & Animaux* réussit à mobiliser son public grâce à la mise en exergue du pôle des enjeux. En effet, elle rend puissante son interpellation en s'arguant d'enjeux qu'elle défend avec une communication particulièrement bien adaptée à son public. Enfin, pour montrer que l'interpellation est possible par l'activation du pôle du public projeté plus spécifiquement, nous avons choisi l'exemple de l'organisation *Sea Shepherd* et celui des partis pirates qui se réfèrent tous deux à l'imaginaire de la piraterie. Jouant sur l'esthétique pirate, nous observons que les dispositifs participatifs institutionnels tentent de nouvelles méthodes pour inviter les jeunes à participer à la vie politique et sociale, et ce, sans devoir sortir du cadre démocratique.

Pour conclure, il serait intéressant d'élargir l'application de ce modèle théorique à un plus grand nombre de dispositifs participatifs qu'ils soient privés ou publics, formels ou informels, légaux ou illégaux, communautaires ou politiques (Cefaï et al., 2012 : 30). La création d'une typologie répertoriant les différentes formes de politisation des jeunes ainsi que les moyens de communication qu'elles se donnent permettrait d'avoir un aperçu plus exhaustif sur ce qui fait la félicité ou non du processus d'interpellation. Cette recherche a tenté d'en élaborer une ébauche qui nous laisse quelque peu pensifs. Entre impuissance et surpuissance, à quel point faut-il déployer des moyens pour mobiliser les jeunes ? Quelle est la limite du succès du processus d'interpellation ? Finalement, faut-il toujours absolument impliquer les jeunes dans la vie sociale et politique ?

Bibliographie

- Allard-Huver, F. (2016). Les controverses alimentaires, nécessaire adaptation pour de nouvelles pratiques alimentaires ?. *Hermès Essentiel, CNRS Edition*, 27-46.
- Barbosa, P. B. G. (2017). Le militantisme numérique : néolibéralisme, internet et la possibilité d'un « ordre mobile ». *Topique*, (3), 81-92.
- Bardin, M. (2017). Les partis politiques et l'outil numérique. *Pouvoirs*, (4), 43-54.
- Barlow, J. P. (2000). Déclaration d'indépendance du cyberspace. In O. Blondeau & F. Latrive (Eds.) *Libres enfants du savoir numérique* (pp. 47-54). Paris : Éditions de l'Éclat.
- Barnes, S., & Kaase, M. (1979). *Political action*. Ou Barnes, S., & Kaase, M. (1979). *Political Action: Mass Participation in Western Democracies*, Beverly Hills.
- Bataille, J. M. Jeunes et participation, mise en perspective historique et interrogation sur les pratiques contemporaines.
- Bellon, A. (2014). S'engager pour Internet. *Politiques de communication*, (2), 151-175.
- Benslama, F. (2016). *Un furieux désir de sacrifice. Le surmusulman*. Paris : Le Seuil.
- Berger, M. (2014). La participation sans le discours. *EspacesTemps.net. Travaux*, 15.
- Berger, M. (2015). Des publics fantomatiques. *SociologieS*.
- Berger, M. (2018). S'inviter dans l'espace public. La participation comme épreuve de venue et de réception. *SociologieS*.
- Berger, M & De Cleen, B. (2018). Interpellated Citizens. Suggested Subject Positions in a Deliberation Process on Health Care Reimbursement, *Comunicazioni sociali*, (1), 91-103.
- Blondiaux, L. (2008). Démocratie délibérative vs démocratie agonistique ?. *Raisons politiques*, (2), 131-147.
- Blondiaux, L., & Fourniau, J. M. (2011). Un bilan des recherches sur la participation du public en démocratie : beaucoup de bruit pour rien ?. *Participations*, (1), 8-35.
- Bocquet, J. (2014). La culture pirate à l'épreuve de la forme partisane. *Tracés. Revue de Sciences humaines*, (26), 89-110.
- Bonaccorsi, J., & Nonjon, M. (2012). « La participation en kit » : l'horizon funèbre de l'idéal participatif. *Quaderni. Communication, technologies, pouvoir*, (79), 29-44.
- Bouzar, D. (2014). La mutation du discours jihadiste : les nouvelles formes de radicalisme musulman. *Cahiers de la sécurité*, (30), 88-93.

- Bouzar, D., Caupenne, C., & Valsan, S. (2014). La métamorphose opérée chez le jeune par les nouveaux discours terroristes. *CP CPDSI/Bouzar Expertises*, November.
- Bouzar, D., & Martin, M. (2016). Pour quels motifs les jeunes s'engagent-ils dans le djihad ?. *Neuropsychiatrie de l'Enfance et de l'Adolescence*, 64(6), 353-359.
- Brels, S. (2013, September). L'apparition de la justice-bâillon au service de la cruauté illégale en France. In *Derecho Animal. Forum of Animal Law Studies* (Vol. 4, No. 3, pp. 1-3).
- Bresson, M. (2014). La participation : un concept constamment réinventé. Analyse sociologique des enjeux de son usage et de ses variations. *Socio-logos. Revue de l'association française de sociologie*, (9).
- Breviglieri, M. (2014). La vie publique de l'enfant. *Participations*, (2), 97-123.
- Brustier, G. (2016). Nuit Debout, premier mouvement social postmarxiste ?. *Le Débat*, (4), 76-88.
- Burgat, F. (2009). La mouvance animalière. Des « petites dames de la protection animale ». À la constitution d'un mouvement qui dérange. *Pouvoirs*, (4), 73-84.
- Carrel, M. (2013). La gouvernance est-elle démocratique ? Les enjeux de la participation citoyenne. *Informations sociales*, (5), 144-151.
- Cefai, D., Carrel, M., Talpin, J., Eliasoph, N., & Lichterman, P. (2012). Ethnographies de la participation. *Participations*, (3), 7-48.
- Chevret-Castellani, C. (2014). Le noir et la transparence dans la campagne du Parti pirate français pour les élections législatives de 2012. *Mots. Les langages du politique*, (105), 67-84.
- Chouraqui, M. (2016). La contamination par l'image. *Médium*, (4), 62-69.
- Delanoue, E., Dockès, A. C., Roguet, C., & Magdelaine, P. (2015). Points de vue et attentes des acteurs de la société envers l'élevage. Un regard sur les principales controverses. *Renc. Rech. Ruminants*, 22, 171-178.
- Delanoue, E., Dockès, A. C., Chouteau, A., Roguet, C., & Philibert, A. (2018). Regards croisés entre éleveurs et citoyens français : vision des citoyens sur l'élevage et point de vue des éleveurs sur leur perception par la société. *INRA Productions Animales*, 31(1), 51-68.
- Dimitrova, A., & Fougier, E. (2018). Les entreprises face au risque de contestation radicale. *Sécurité et stratégie*, 29(1), 64-70.
- Ducol, B. (2015). Comment le jihadisme est-il devenu numérique?. *Sécurité et stratégie*, 20(1), 34-43.

- Euvé, F. (2016). Quelles perspectives pour le Proche-Orient ?. *Études*, (2), 19-28.
- Foucart, J. (2002). Formes symboliques, aïsthésis et lien social. *Pensée plurielle*, 1 (4), 121-137.
- Fournier, B. (1991). Faire partie d'une association, aujourd'hui, à 16-18 ans ; ou qui sont les jeunes qui participent, au Québec, en France et en Belgique ?.
- Franssen, A. (2017). *Sociologie du travail social, LSOC2220*. Syllabus, Université catholique de Louvain.
- Garapon, A. (2009). L'imaginaire pirate de la mondialisation. *Esprit*, (7), 154-167.
- Goffman, E. (1987). La position. In E. Goffman, *Façons de parler* (pp. 133-166). Paris : Les Editions de Minuit.
- Gourgues, G. (2012). Des dispositifs participatifs aux politiques de la participation. L'exemple des conseils régionaux français. *Participations*, (1), 30-52.
- Gourgues, G., Rui, S., & Topçu, S. (2013). Gouvernamentalité et participation. *Participations*, (2), 5-33.
- Habermas, J. (2008). Entre naturalisme et religion : les défis de la démocratie. Gallimard.
- Hart, R.A. (1992). Children's participation: From tokenism to citizenship. Florence, Italie : International Child Development Centre.
- Harvey, S. (2013). « Figurations de la piraterie : modèles d'action en marge des temporalités de l'histoire », *La vie des idées*, <http://www.laviedesidees.fr> (dossier « Le retour des révolutions ? »).
- Hassid, O. (2012). Anonymous, peuvent-ils changer le monde ?. *Sécurité et stratégie*, 9(2), 83-84.
- Hayat, S., & Paloque-Berges, C. (2014). Transgressions pirates. *Tracés. Revue de Sciences humaines*, (26), 7-19.
- Kahrs, H. (2012). Des Pirates à Berlin. Le succès du Parti des pirates aux élections du Parlement berlinois. *Revue Transform*, 226-231.
- Kaufmann, L. (2013). Le silence des agneaux. L'hospitalité libérale à l'épreuve du fondamentalisme. Discussion de l'ouvrage de Joan Stavo-Debaugé, *Le Loup dans la bergerie. Le fondamentalisme chrétien à l'assaut de l'espace public*, Genève, Les Éditions Labor et Fides, 2012. *SociologieS*.
- Kaufmann, L., Luque, R. R., & Glassey, O. (2016). « Faire être "Anonymous" » : figuration et dé-figuration d'un collectif impropre. *Raison publique*, (1), 143-174.

- Kaufmann, L. (2018). Debunking Deference: The Delusions of Unmediated Reality in the Contemporary Public Sphere. *Javnost-The Public*, 25(1-2), 11-19.
- Keucheyan, R. (2008). Philosophie politique du pirate. *Critique*, (6), 458-469.
- Keucheyan, R., & Tessier, L. (2008). Présentation. De la piraterie au piratage. *Critique*, (6), 451-457.
- Kyrou, A. (2012). L'imaginaire des Anonymous, des luddites à V pour Vendetta. *Multitudes*, (3), 165-173.
- Lachance, J. (2017). Chapitre 6-Convaincre les jeunes. *L'école des parents*, (6), 83-98.
- Loncle, P. (2008). *Pourquoi faire participer les jeunes ? : expériences locales en Europe*. Editions L'Harmattan.
- Lordon, F. (2016). *Les affects de la politique*. Paris : Le Seuil.
- Luhmann, N., & Schmutz, J. (1999). *Politique et complexité : les contributions de la théorie générale des systèmes*. Paris : Edition du Cerf.
- Macrez, F., (2014), « De la piraterie : brèves remarques sur une métaphore endormie », In Geiger C. et Rodà C. (dir.), *Le droit de la propriété intellectuelle dans un monde globalisé*, coll. CEIPI, also available on the Internet: <http://franck.macrez.net/?p=279>.
- Mahéo, V. A., Dejaeghere, Y., & Stolle, D. (2012). La non-participation politique des jeunes : Une étude des barrières temporaires et permanentes de l'engagement. *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*, 45(2), 405-425.
- Marcil, I. (2012). Démocratie liquide. *Multitudes*, (3), 210-212.
- Mazeaud, A. & Talpin, J. (2010). Participer pour quoi faire ? Esquisse d'une sociologie de l'engagement dans les budgets participatifs. *Sociologie*, vol. 1,(3), 357-374.
- Monnoyer-Smith, L. (2011). La participation en ligne, révélateur d'une évolution des pratiques politiques ?. *Participations*, (1), 156-185.
- Mouret, S. (2016). Le véganisme. *Pour*, (3), 101-107.
- Pinard, M. (2012). L'hacktivisme dans le cyberspace : quelles réalités ?. *Revue internationale et stratégique*, (3), 93-101.
- Pleyers, Geoffrey. (2016). Comprendre l'engagement des jeunes. *Agora : débats/jeunesses*, (73), 48-59.
- Quéniart, A., & Jacques, J. (2008). Trajectoires, pratiques et sens de l'engagement chez des jeunes impliqués dans diverses formes de participation sociale et politique. *Politique et sociétés*, 27(3), 211-242.

- Salazar, P. J. (2015). *Paroles armées : comprendre et combattre la propagande terroriste*. Paris : Lemieux.
- Salmon, C. (2007). *Storytelling, La machine à raconter des histoires et formater les esprits*. Paris : La Découverte.
- Savelli, J. (2016). Peuples de l'image. *Entrelacs. Cinéma et audiovisuel*, (12). En ligne.
- Schmid, L. (2017). À quoi bon lancer l'alerte ?. *Esprit*, (5), 32-35.
- Stavo-Debaugé, J. (2010). Dé-figurer la communauté ? Hantises et impasses de la pensée (politique) de Jean-Luc Nancy. *L. Kaufmann & D. Trom (sous la dir. de), Qu'est-ce qu'un collectif*, 137-171.
- Stavo-Debaugé, J. (2012). *Le loup dans la bergerie : le fondamentalisme chrétien à l'assaut de l'espace public*. Genève : Editions Labor et fides.
- Talpin, J. (2006). Jouer les bons citoyens. *Politix*, (3), 11-31.
- Talpin, J. (2013). Former des sujets démocratiques. Les effets de la participation sur les individus. *Idées économiques et sociales*, 173(3), 17-24.
- Terral, P. M. (2014). « Éco-pirates » : Paul Watson et l'organisation Sea Shepherd, trois décennies d'activisme en haute mer. *Tracés. Revue de Sciences humaines*, (26), 113-128.
- Traïni, C. (2012). Entre dégoût et indignation morale. *Revue française de science politique*, 62(4), 559-581.
- Torres, R. (2014). Espace public et esthétisation des mobilisations. L'exemple des jeunes Chiliens. In Rouet, G. *Mobilisations citoyennes dans l'espace public*, 141-157.

Résumé : Ce présent mémoire a pour objectif d'interroger les conditions de félicité du processus d'interpellation mettant les jeunes en mouvement. Sur base du modèle instrumental du langage de Karl Bühler et de la théorie des prétentions à la validité de Jürgen Habermas, nous tenterons d'évaluer la puissance de l'acte communicationnel premier indispensable pour inviter les jeunes à participer à l'action collective. Cette analyse sera systématisée par une approche suivant les trois pôles du processus interpellatif : le pôle de l'énonciateur représentant la fonction expressive, le pôle des enjeux représentant la fonction cognitive et le pôle du public projeté représentant la fonction appellative. Au travers de ces modèles théoriques, nous essayerons de comprendre l'articulation entre politisation et communication et ce qui en fait leur puissance (ou leur impuissance), allant des formes les plus conventionnelles aux plus radicales. Comment une interpellation devient-elle puissante aux yeux des jeunes et les pousse à s'engager collectivement ? Comment expliquer que les dispositifs radicaux possèdent une interpellation plus puissante que les dispositifs institutionnels ?

Mots-clés : Dispositif participatif – interpellation – jeunes – acte communicationnel – État islamique