

Tarek Abouelgamal

Sciences po – Paris

tarek.abouelgamal@sciencespo.fr

Black-blanc-beur *versus* antipatriotisme : le football comme nouveau champ pour la bataille des idées en France

« *Il serait déjà Ballon d'or s'il s'appelait pas Mohamed* »

À travers ces paroles, La Fouine, rappeur français d'origine marocaine, évoque le cas du footballeur égyptien Mohamed Salah. Ce propos présume une discrimination systémique contre les footballeurs musulmans. À première vue, cette affirmation ne concerne pas – du moins pas directement – la France, puisque le Ballon d'or est une récompense à visée mondiale, et que Salah évolue en Angleterre. Cependant, au moment de la sortie de cette chanson en 2018, un débat autour de la (non)-convocation du joueur Karim Benzema¹ en équipe de France suscitait l'émoi. Nous formulons ainsi l'hypothèse que, dans cette chanson, le cas de Karim Benzema se cache derrière celui de Mohamed Salah.

Aussi, nous nous proposons de nous intéresser à la place du football dans les débats autour de l'islam en France, afin de fournir quelques éléments de réponse concernant les *nouvelles visibilités* de l'islam à travers ce champ sportif. Cette étude nous semble d'autant plus intéressante que le sport est devenu un nouveau terrain d'affrontement politique entre la gauche et la droite : ici, les partisans du premier camp ont considéré le traitement réservé à Benzema comme relevant du racisme², tandis que le second camp voyait avant tout, dans le comportement du joueur, un non-respect pour la patrie³. Ainsi, les débats autour du patriotisme ou de l'antipatriotisme de Benzema sont, nous semble-t-il, révélateurs de la crispation autour de plusieurs questions liées à deux thèmes qui reviennent souvent dans le débat politique français, à savoir l'identité et l'immigration, notamment sous l'angle de leurs rapports réels ou supposés avec l'islam. S'ajoute à ces deux thèmes, l'épineuse question des rapports entre la France et l'Algérie, puisque Benzema est d'origine algérienne. En cela, l'islam joue un triple rôle : il est à la fois religion, identité et *race*, comme le montre Naomi Davidson (2012).

En France, l'islam a très souvent été considéré sous deux angles, comme expression de plusieurs oppositions possibles : à la fois religion de paix et d'amour, mais aussi de violence au nom d'Allah ; tour à tour considéré comme une religion de jouissance, mais aussi une religion

¹ Il s'agissait du groupe pour disputer la Coupe du monde 2018 en Russie, remportée par l'équipe de France.

² Ce fut l'avis de Benoit Hamon, candidat du Parti Socialiste (PS) à l'élection présidentielle de 2017.

³ Marion-Maréchal Le Pen (alors députée de Vaucluse), avait déclaré en 2016 que Benzema était « un récidiviste dans l'antipatriotisme ».

qui inhibe le plaisir et l'associe à la luxure et au péché (cf. Frédéric Lagrange, 2008). En s'appuyant sur un corpus de déclarations de responsables politiques de différents courants, notre intervention s'inscrit dans la continuité de ce cadre d'analyse, et cherchera à étudier les rapports entre l'islam et le football dans leur double dimension, selon le positionnement sur l'échiquier politique. Pour la gauche, le football peut servir comme creuset de la nation, permettant d'intégrer les jeunes musulmans issus de l'immigration, tandis que pour la droite, l'attitude de certains joueurs musulmans reflète l'échec de l'intégration de cette même jeunesse au sein de la République.

Section 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitées

Bibliographie

- Bowen, John. 2010. *Can Islam Be French ? Pluralism and Pragmatism in Secular State*. Princeton : University Press.
- Davidson, Naomi. 2012. *Only Muslim : Embodying Islam in Twentieth-Century France*. Ithaca and London : Cornell University Press.
- Kiwan, Nadia. 2020. *Secularism, Islam and Public Intellectuals in Contemporary France*. Manchester : University Press.
- Lagrange, Frédéric. 2008. *Islam d'interdits, Islam de jouissance*. Paris : Téraèdre.

Fatiha Ajbli

Université de Lille

ajfatiha2001@yahoo.fr

L'essor des influenceuses en hijab : pouvoir du contre-récit et dé-stigmatisation

En France, les apparitions publiques des femmes identifiées comme Musulmanes dans l'espace public, de même que leur mobilité sociale, sont au cœur d'une conflictualité itérative et d'un contrôle politique étroit. En effet, avec le déploiement ininterrompu depuis 1989 de controverses sur « le foulard » et l'adoption depuis 2004 d'une série de dispositions légales « antivoile », la France représente l'épicentre du débat sur le voile en Europe et le pays européen dont la législation est la plus restrictive en ce domaine. Ces crispations socio-politiques autour des femmes portant des tenues inspirées de l'orthodoxie musulmane ont partie liée dans la construction sociale d'un « problème musulman », dont l'enjeu fondamental est la légitimité présente des musulmans sur le territoire national (Hajjat, Mohammed, 2016). Dans cette configuration, les possibilités pour elles de prendre une place dans la société française à *visage découvert*, c'est-à-dire *têtes couvertes*, sont drastiquement limitées (Ajbli, 2016). Victimes d'une forme de *stigmatisation ostracisante*, elles sont en grande partie assignées aux marges de la société. Parallèlement, la mainmise du leadership masculin sur la production *théologico-normative*, d'une part, et sur la gestion des « affaires musulmanes », d'autre part, fonctionne comme un plafond de verre qui bloque l'accès des femmes aux positions de production et d'encadrement des savoirs comme des pouvoirs, les deux étant étroitement liés.

Dans ce contexte d'ultra-fermetures, on observe toutefois qu'un nombre croissant de ces femmes investit le champ du numérique. Bloggeuses, Youtubeuses, Influenceuses, elles exploitent les ouvertures introduites à la fois par la démocratisation de l'accès aux nouvelles technologies et par l'expansion des médias socio-numériques et se taillent un espace de monstration sur mesure, à distance des injonctions normatives véhiculées aussi bien par la société qui les enjoint à se dévoiler que par une certaine orthodoxie religieuse qui leur commande la discrétion. C'est précisément à l'essor de ces entrepreneures numériques de l'islam et aux nouvelles formes de visibilité religieuse qu'elles contribuent à publiciser que s'intéresse cette communication. En nous intéressant conjointement à la mise en scène d'une apparence qui se veut à la fois pudique et ancrée dans la modernité de même qu'à la production d'un narratif qui valorise une identité propre sur la toile, nous tâcherons d'apporter un éclairage sur leurs usages sociaux du numérique et sur la façon dont ceux-ci s'insèrent dans leur quête de reconnaissance sociale. Nous verrons alors que – contrairement à l'espace public (entendu ici dans sa double acception de lieu commun et de lieu de débat) où elles sont paradoxalement *invisibilisées* en tant que sujet sensible, parlant et pensant et *survisibilisées* en tant qu'objet d'oppression et de polémique - l'espace public virtuel leur offre des opportunités d'être vues, entendues et même reconnues. À

l'instar d'autres groupes sociaux minoritaires, peu visibles ou mal représentés dans la société, les femmes musulmanes trouvent ainsi dans l'existence numérique et la visibilité en ligne une authentique alternative de dé-stigmatisation et un solide contrepoids aux caricatures du narratif dominant.

Section 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilités

Dominique Avon

Ecole Pratique des Hautes Etudes-Paris

dominique.avon@ephe.psl.eu

Histoires de l'islam et des musulmans dans la BD franco-belge. Parcours dans plus d'un demi-siècle de représentations

La Bande Dessinée est devenue un vecteur majeur de la culture depuis le milieu du XX^e siècle. Trois pôles de création se sont affirmés : les États-Unis, le couple Belgique-France, le Japon. Entre eux, les frontières ne sont pas étanches, mais chacun a déployé des styles, des sujets, des types de narration spécifiques. La communication proposée se centre exclusivement sur des œuvres du milieu franco-belge. En son sein, le christianisme et les chrétiens y tiennent une place significative, comme l'illustrent l'existence du prix annuel de la BD chrétienne ou la monographie consacrée au *Missionnaire, héros de la BD belge* par l'historien Philippe Delisle. La religion musulmane, la civilisation islamique et les musulmans ne sont pas absents de ce corpus. Pour analyser cet objet pluriel dans la durée, nous proposons un parcours à travers dix albums : Jijé, *Charles de Foucauld* (1959) ; F. Craenhals, *La Dame des Sables* (1976) ; J. Ferrandez, *Djemilah* (1990) ; G. Chaillet, *Poussière d'Ispahan* (1990) ; Hermann, *Le Seldjouki* (1992) ; M. Satrapi, *Persepolis* t. 1 (2000) ; F. Giroud, *La Fatwa* (2001) ; J.-P. Filiu-David B., *Les Meilleurs ennemis* (2011) ; R. Sattouf, *L'Arabe du futur* t. 4 (2018) ; Lupano-Chemineau, *La Bibliomule de Cordoue* (2021). Les représentations choisies seront étudiées à la lumière de ce qu'ont pu en dire les auteurs, ainsi que des réactions du public et de la critique.

Section 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilités

Bibliographie

- Delisle, Philippe. 2010. *Spirou, Tintin et Cie. La BD franco belge, une littérature catholique ?* Paris : Karthala.
- Avon, Dominique. 2020. Juristes musulmans contemporains, images et caricatures. *Revue de l'histoire des religions* 237. 83–109.

Nadia El Bouga

Université Jean Jaurès de Toulouse

adiaelbouga@gmail.com

Construction d'une antinomie : Corps « voilé » lieu forcé d'aliénation sexuelle ou vecteur possible d'émancipation ?

Après celui d'empowerment, un nouveau concept anglophone émerge celui de « sexual agency » (agentivité sexuelle). L'agentivité sexuelle fait référence à l'idée de « maîtrise » de sa propre sexualité, c'est-à-dire à la capacité de s'émanciper par soi-même en prenant en charge son corps et sa sexualité.

Des femmes de confessions musulmanes portant un voile et vivant en occident, s'engagent dans un travail de déconstruction de l'idée d'une sexualité fatalement subie et dictée par des normes patriarcales et hétéronormatives.

Elles sont actrices associatives, professionnelles de santé, universitaires, femmes actives, bloggeuses...et revendiquent, avec les valeurs qui sont les leurs, leur libération sexuelle à l'instar des féministes des années 60 qui clamaient : « *Ne me libérez pas, je m'en charge* ».

Dans quelle mesure la réappropriation subjective d'un objet codifié, dans l'une de ses nombreuses polysémies comme étant un objet de privation de liberté et de soumission féminine, devient un moyen de s'émanciper sexuellement ? En quoi la démarche de ces femmes questionne-t-elle le féminisme dit « mainstream » ? Par leur action et leur engagement personnel et militant ne permettent-elles pas l'éclosion d'une sororité inclusive qui bénéficierait aux femmes de minorités sexuelles dites à la marge ?

Ainsi, ce « sex-empowerment » permet-il un questionnement certain sur un éventuel changement de paradigme et la mise en lumière sur le regard que la société porte sur ces femmes musulmanes occidentales.

Section 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitées

Bibliographie

El Bouga, Nadia. 2017. La sexualité dévoilée: Sexologue, féministe et musulmane. Paris : Grasset

Internet

<https://www.youtube.com/watch?v=DNZH603mZ7o> (20 mars 2022)

<https://www.franceculture.fr/personne/nadia-el-bouga> (20 mars 2022)

<https://www.lemonde.fr/blog/sexologie/2017/11/13/islam-et-sexologie/> (20 mars 2022)

Mélodie Foubert

Université de Strasbourg

foubertmelodie@gmail.com

Des usages multiples de l’islam en ligne : identifications floues et relations distanciées

Depuis une dizaine d’années, on observe une multiplication de travaux scientifiques faisant d’Internet un « haut lieu de la radicalisation » islamiste (Guidère, 2016). Dans l’imaginaire collectif, cette association entre Internet et radicalisation religieuse est communément partagée : elle influence d’ailleurs les plans de lutte contre la radicalisation et le terrorisme en France en témoigne la « lutte contre le cyber-islamisme ».

Ces recherches ont une pertinence certaine pour comprendre les phénomènes de propagande et d’embrigadement religieux à l’œuvre sur Internet, dont le rôle, combiné à d’autres facteurs, est avéré (Crettiez, 2016). Elles participent néanmoins au délaissement de la question des usages « ordinaires » des ressources numériques musulmanes. De fait, sur cette thématique, les chercheurs francophones ont surtout étudié la pluralisation des affiliations musulmanes en ligne, les nouvelles formes de communalisation, l’émergence de nouveaux « oulémas » ou encore l’étude de supports numériques musulmans (sites internet, applications, etc.) à partir des sciences de l’information et de la communication – en examinant les stratégies de communication et production de ces supports, leurs fonctionnalités et la modélisation de leurs usages.

Ainsi, à partir d’entretiens semi-directifs auprès d’une vingtaine de jeunes musulmans et musulmanes, nous avons choisi d’investir cette question des usages des ressources numériques musulmanes et leurs effets sur la religiosité de leurs consommateurs sous un autre angle que celui de l’extrémisme religieux. Nous avons alors analysé ces usages en tenant compte de la pluralité des supports numériques (sites internet, chaînes de prédications, applications, réseaux sociaux, séminaires en ligne, etc). L’objectif de cette recherche était en effet de saisir les « les interconnexions entre religion “on line” et “off line” » (Hackett, 2005, p. 87), c’est-à-dire les influences réciproques entre ces deux espaces.

Plus précisément, notre analyse s’est structurée autour de trois principaux apports. La première contribution de cette enquête tient à l’objectivation des modalités d’utilisation de ces ressources chez nos enquêtés à travers la mise en évidence de leurs préférences, la construction d’une typologie des finalités des usages de ces ressources ; mais aussi l’analyse des pratiques de fidélisation (abonnement à un compte, une chaîne, etc) et des stratégies de fiabilisation des contenus religieux numériques.

Le second repose sur une analyse comparée des instances de socialisation religieuse traditionnelles avec Internet. Le questionnement portait notamment sur le statut des ressources numériques musulmanes comme outil de connaissance religieuse. L'enquête a révélé qu'Internet constituait une instance de socialisation religieuse secondaire, favorisant un processus de subjectivation chez nos enquêtés. Enfin, dans un contexte de crispation à l'égard de la visibilité musulmane dans l'espace public, nous nous sommes intéressés aux modalités d'expression de la foi musulmane sur les réseaux sociaux. L'objectif de ce focus était de saisir les continuités, les ruptures et les ajustements de l'expression religieuse musulmane d'un espace public matériel à virtuel.

Les sites, réseaux et chaînes YouTube apparaissent bien comme des ressources significatives de religiosité populaire, mais leurs identifications souvent floues, tout comme leurs usages multiples et distanciés, montrent que les usagers sont loin d'être en accord systématique avec les supports mobilisés.

Section 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitées

Bibliographie

- Crettiez, Xavier. 2016. Penser la radicalisation. Une sociologie processuelle des variables de l'engagement violent *Revue française de science politique*, vol. 66, no. 5, 709-727.
- Guidère, Mathieu. 2016. Internet, haut lieu de la radicalisation *Pouvoirs*, vol. 158, no. 3, 115-123.
- Hackett, Rosalind I. J. 2015. Religion et Internet *Diogène*, vol. 211, no. 3, 86-99.

Malika Hamidi

Université Saint Louis de Bruxelles

malika.hamidi@gmail.com

Entre mode et religiosité : L'islamophobie genrée à l'épreuve de la *Modest Fashion*

Alors que l'islamophobie continue de gangrener les sociétés occidentales que ce soit aux États-Unis ou en Europe, dans le monde de la mode et en particulier dans les communautés musulmanes, la *Modest Fashion* (mode pudique) fait fureur.

Celles que l'on surnomme désormais les « *Hijabis* » déconstruisent de manière pro-active l'image d'une femme musulmane qui « subit » son foulard qu'elles présentent comme une prise de pouvoir en un agir créatif afin de faire valoir une image positive du corps des femmes jusqu'ici déshumanisée voir violentée.

A l'instar de la communauté Afro-américaine dans les années 60, alors que les Black Panthers clamaient cette « fierté noire » en se réappropriant leur identité et leur chevelure tant dénigré pour clamer « Black is beautiful », de la même manière les *Hijabis* promeuvent un « *Muslim is beautiful* » à travers le port du Hijab.

Comment ces nouvelles actrices des réseaux sociaux sont-elles en train de négocier la construction d'une subjectivité « féminine pieuse » à l'intersection de leur foi et du monde de la mode ? Lutter contre l'islamophobie à travers l'utilisation de l'image et la beauté physique n'est-il pas problématique d'un point de vue féministe ? Par leur présence dans les réseaux sociaux, ne sont-elles pas en train de questionner le monde de la mode tout en faisant émerger une « mode inclusive » au-delà l'appartenance ethnique et religieuse ?

Ainsi, la Modest fashion ouvre une fenêtre sur une nouvelle réalité sociale dans laquelle les *Hijabis* jouent un rôle de premier plan car elles ouvrent des voies vers de nouveaux styles d'influence, d'inspiration et de leadership afin de lutter contre l'islamophobie ambiante principalement sur les réseaux sociaux.

Section 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitées

Bibliographie

- Hamidi, Malika. 2012. Le Féminisme musulman en Europe. De « l'activisme Textuel » à la pratique transnationale ». In Zahra Ali (ed.), *Des féminismes islamiques*, La Fabrique.
- Hamidi, Malika. 2015. La pensée féministe islamique a l'ère de la mondialisation : entre stratégie herméneutique et mobilisation transnationale. *L'homme et la société* 198. 113-125. <https://www.cairn.info/revue-l-homme-et-la-societe-2015-4-page-113.htm>

- Hamidi, Malika. 2015. Il femminismo musulmano in Europa. Milano : Fondazione Giangiacomo Feltrinelli.
- Hamidi, Malika. 2015. Féministes musulmanes dans le contexte postcolonial de l'Europe francophone ». *Histoire, monde et cultures religieuses* 36. 63-78.
<https://www.cairn.info/revue-histoire-monde-et-cultures-religieuses-2015-4-page-63.htm>
(3 mars 2022).
- Hamidi, Malika. 2016. Existe-t-il un féminisme musulman. In Jean Michel Ducompte/ Pierre Tournemire, *La Laïcité, des combats fondateurs aux enjeux d'aujourd'hui*, Editions PRIVAT
- Hamidi, Malika. 2016. Féministes musulmanes de l'espace francophone : stratégies identitaires et mobilisations translocales. In Rachid Id Yassine, Abdoul Aziz Kébé, Philippe Martin et Oissila Saaidîa (ed.), *Religiosités musulmanes francophones dans le monde*, Karthala.
- Hamidi, Malika. 2017. *Un féminisme musulman, et pourquoi pas ?* Paris : Editions de l'Aube.
- Hamidi, Malika. 2019. Le foulard islamique : Du symbole de soumission à l'engagement féministe. In Geneva Center for Human Rights Advancements and Global Dialogue, *Veiling/Unveiling : The Headscarf in Christianity, Islam and Judaism*.
<https://gchragd.org/wp-content/uploads/2019/02/VeilingUnveiling-The-Headscarf-in-Christianity-Islam-and-Judaism-Geneva-Centre.pdf> (3 mars 2022).

Hasna Hussein

Centre Emile Durkheim-Bordeaux

hasna.hussein@hotmail.com

Les stratégies de détournement des codes et références islamiques par l'idéologie salafo-djihadiste

La propagande officielle du groupe « Etat islamique » ou Daesh disponible sur internet repose principalement sur des arguments d'autorité religieuse afin de légitimer le recours à la violence extrême envers l'altérité mais également pour séduire et recruter parmi de potentiels sympathisants. En effet, des versets coraniques, des *hadith* (actes et paroles du prophète), des références religieuses classiques telles qu'Ibn Hanbal, Ibn Kathîr ou encore al-Tabarî et Ibn Taymiyya, ainsi que des codes religieux communs de l'islam dont l'imaginaire des grandes batailles (*Dabiq* notamment, lieu où est censé se dérouler la bataille finale entre musulmans et 'armée croisée'). Parmi les arguments les plus mobilisés par cette propagande figurent notamment « l'appel au *tawhîd* », « le jihâd dans le sentier d'Allah », « l'obligation de la hijra », etc. Daesh veut ainsi tenter de prouver à des individus en quête de certitudes et d'authenticité que son califat est « bâti sur la méthodologie coranique et prophétique, patiemment, par le sacrifice et le sang des meilleurs de cette communauté » (*Dar al-islam*, 8)

Notre contribution s'intéressera dans un premier temps à l'analyse de la stratégie communicationnelle de Daesh à partir d'un corpus en trois langues : arabe, français et anglais. Nous nous focaliserons ensuite sur la place, les modalités linguistiques et argumentatives et les stratégies de détournement des textes religieux par cette propagande.

Section 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitées

Bibliographie

- Bulinge, Franck. 2014. Radicalisation sur Internet : méthodes et techniques de manipulation *Les cahiers de la sécurité et de la justice* 30. 32-42.
- Hecker, Marc. 2015. Web social et djihadisme : Du diagnostic aux remèdes *Centre des études de sécurité/ Focus stratégique* 57.
<https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/fs57hecker.pdf> (28 mars 2022).
- Khosrokhavar, Farhad. 2014. *Radicalisation*. Paris : Éd. Fondation Maison des Sciences de l'Homme.
- Lesaca, Javier. 2015. On social media, ISIS uses modern cultural images to spread anti-modern values *Brooking* 24. <http://www.brookings.edu/blogs/techtank/posts/2015/09/24-isis-social-media-engagement> (28 mars 2022).

- Mouline, Nabil. 2016. *Le califat. Histoire politique de l'islam*. Paris : Flammarion.
- Winter, Charlie. 2015. The Virtual 'Caliphate': Understanding Islamic State's propaganda strategy *Quilliam Foundation*. https://www.iwp.edu/wp-content/uploads/2019/05/20161003_thevirtualcaliphateunderstandingislamicstatespropagandastrategy1.pdf (28 mars 2022).
- Winter, Charlie. 2015. Documenting the Virtual 'Caliphate' *Quilliam Foundation*. <http://www.aloufok.net/caliphate.pdf> (28 mars 2022).

Charlotte Kaiser

Universität des Saarlandes

charlotte.kaiser@uni-saarland.de

Von der (Un-)Möglichkeit eines queeren Islams: Multiple Identitätskonstruktionen in Fatima Daas *La petite dernière*

« Ça raconte l'histoire d'une fille qui n'est pas vraiment une fille, qui n'est ni algérienne ni française, ni cliché ni parisienne, une musulmane je crois, mais pas une bonne musulmane, une lesbienne avec une homophobie intégrée. Quoi d'autre? » (Daas 2020 : 187).

Mit diesen Worten fasst die Protagonistin Fatima Daas am Ende des Werkes die Handlung ihres ersten Romans für ihre Mutter zusammen. Die Autorin Fatima Daas (Pseudonym) reiht sich mit ihrem autofiktionalen Debütroman *La petite dernière* in eine Reihe franko-maghrebinischer Autor*innen (u.a. Abdellah Taïa und Nina Bouraoui) ein, die mit ihren Autofiktionen literarisch zum Diskurs über einen queeren Islam beitragen (Fernández Carbajal 2019; Ncube 2013, 2014, 2018). Der Begriff „queer“ wird hier mit David Halperin (1995 : 62) nicht als Sammelbegriff für nicht-heterosexuelle Identitäten, sondern als Paradigma der Anti-Normativität gedacht, das sich zentral, aber nicht ausschließlich auf sexuelle Identität bezieht. Der vorgeschlagene Vortrag untersucht, wie Daas ihre komplexe Identität als queere polyamore Muslima, *Banlieue*-Bewohnerin, die täglich zur Universität nach Paris pendelt, franko-algerische Tochter und chronisch Asthmakranke in der populären literarischen Form der Autofiktion verhandelt. Die Autofiktion als Genre scheint besonders geeignet zu sein, um widersprüchliche Zugehörigkeiten zu erzählen, ohne sie künstlich zu stabilisieren (Ncube 2014). Es ist ein Modus des Erschaffens der eigenen Subjektivität (Gronemann 2019), die sich in *La petite dernière* um die Spannungsfelder zwischen geschlechtlich-sexueller Identität, Religiosität, Klasse und kultureller Identität konzentriert. Daas *queerness* beschränkt sich dabei nicht auf ihre Homosexualität, sondern stellt ebenso ihr weibliches *gender* sowie monogame Beziehungsformen in Frage. Auch das oben zitierte Coming-out gegenüber ihrer Mutter am Ende des Romans kann keinesfalls als stabilisierende Affirmation einer bestimmten Identität verstanden werden, da es von Widersprüchen und Nichtzugehörigkeiten geprägt ist. Im gesamten Roman wird Instabilität stilistisch in Form fragmentarischer Kapitel, an deren Beginn jeweils eine Identitätsbeschreibung steht, umgesetzt. Diese 69 teilweise widersprüchlichen Beschreibungen zeichnen das Bild einer komplexen Identität und variieren zwischen Zugehörigkeiten zu Familie, Kultur und Religion, Selbstbeschreibungen und Aktivitäten. Zwischen den Kapiteln besteht kein offensichtlicher Zusammenhang, denn statt

einer Chronologie dominieren Zeitsprünge und Wiederholungen, eine queere Schreibstrategie, sich teleologischer Normativität und insbesondere dem tradierten Coming-Out-Narrativ zu widersetzen. Durch die Darstellung ihrer eigenen religiösen Praktik sowie ihrer Zweifel eröffnet Daas ein diskursives Feld, das der verbreiteten Wahrnehmung von Islam und *queerness* als unvereinbar widerspricht, ohne jedoch eine alternative Lösung anzubieten. Diese Offenheit verhindert eine voreilige Auflösung der konflikthaften Zugehörigkeiten und somit auch eine Verkürzung des Diskurses.

Der Vortrag wird, nach einer kurzen Einordnung des Werks im Kontext queerer franko-maghrebinischer Literatur und einer inhaltlichen Einführung in den Roman, die Konstruktion von Daas muslimisch-queerer Identität in ihrer Autofiktion auf stilistischer und inhaltlicher Ebene untersuchen. Im Zentrum stehen sowohl jeweils einzeln Daas Narrative von *queerness* und Religiosität als auch ihre produktiven und konflikthaften Überlagerungen. Letztendlich versteht sich dieser Vortrag als Beitrag zum aktuellen Diskurs über muslimische und queere Identitäten, die sich gegenseitig herausfordern und destabilisieren und damit dem Paradigma der Anti-Normativität folgen.

Sektion 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitées

Literaturverzeichnis

- Daas, Fatima. 2020. *La petite dernière*. Montricher : Les éditions Noir sur Blanc.
- Fernández Carbajal, Alberto. 2019. *Queer Muslim Diasporas in Contemporary Literature and Film*. Manchester : Manchester University Press.
- Gronemann, Claudia. 2019. Autofiction. In Martina Wagner-Egelhaaf (ed.), *Handbook of Autobiography/Autofiction*, 241-246. Berlin/Boston : De Gruyter.
- Halperin, David. 1995. *Saint Foucault : Towards a Gay Hagiography*. Oxford : Oxford University Press.
- Ncube, Gibson. 2013. ""Dieu et le Sexe. Le pur et l'impur" : Concilier l'Islam et l'homosexualité chez Rachid O. et Abdellah Taïa." *International Journal of Francophone Studies* 16, 455-477.
- Ncube, Gibson. 2014. "Repenser la construction transméditerranéenne de la sexualité « minoritaire » : Rachid O., Abdellah Taïa et Eyt-Chékib Djaziri." *DIRE 5 (La condition minoritaire : jeux poétiques et enjeux sociopolitiques contemporains)*, 122-133.
- Ncube, Gibson. 2018. *La sexualité queer au Maghreb à travers la littérature*. Paris : L'Harmattan.

Yvonne Kiegel-Keicher

Justus-Liebig-Universität Gießen

Yvonne.Kiegel-Keicher@romanistik.uni-giessen.de

Die Burkini-Debatte in Frankreich

In den letzten Jahren sorgte in Frankreich ein neues Kleidungsstück für Aufsehen: der Burkini. Er erlaubt es erstmals Frauen, die so wenig Haut wie möglich zeigen möchten, ihre Bekleidungsgehnheiten mit dem Schwimmsport zu vereinbaren, denn diese neue Form von Badebekleidung bedeckt den gesamten Körper außer dem Gesicht. Muslimischen Frauen, die sich bislang – vollständig bekleidet – mit etwas Plantschen im seichten Wasser zufrieden geben mussten oder das Baden ganz mieden, steht nun die ganze Welt des Wassersports offen: Der Burkini, der zudem zum Modeaccessoire avancierte, ist aus den herkömmlichen für Badebekleidung üblichen Textilien gefertigt und, unter dünnen, die Körperkonturen kaschieren-den Stofflagen, eng anliegend, sodass er nicht nur für jeden Schwimmstil, sondern auch für das Wasserspringen, Tauchen und Schnorcheln geeignet ist.

Den Gegenpol zur positiven Resonanz unter seinen Nutzerinnen bilden die zahlreichen Stimmen, die den Burkini und seine Verwendung in öffentlichen Strandbädern und Schwimmbecken ablehnen. Eine heftige Debatte entzündete sich, die nicht nur in den Medien geführt wurde, sondern bis in Stadtverwaltungen und Rathäuser vordrang und die Gerichte beschäftigte. Nach einem Höhepunkt im Sommer 2016 flackert die Kontroverse immer wieder auf: Soll man es dulden, dass Menschen entgegen den Gepflogenheiten der Mehrheitsgesellschaft beim Baden ihren Körper vollständig bedecken und damit Aufsehen, gar Ärger erregen? Oder ist es Privatsache, wie man sich am Strand kleidet? Handelt es sich um das Zeigen religiöser Symbole, da es ja vorwiegend muslimische Frauen sind, die aufgrund ihres Glaubens das Kleidungsstück tragen? Bringt der Burkini Emanzipation und Freiheit oder handelt es sich um ein Instrument der Unterdrückung? Diese und weitere Fragen, die in der Kontroverse aufgeworfen, und die Meinungen, die ins Feld geführt werden, zeigen, dass es nicht lediglich um ein Mehr oder Weniger an Stoff in Bädern und an Stränden geht. Die Breite des Diskurses macht zudem deutlich, dass es auch mehr ist als nur ein Konflikt zwischen privatem Lebensstil und Mainstream, der hier ausgetragen wird: Anhand der Äußerungen der unterschiedlichen Akteurinnen und Akteure in Texten verschiedenster Art, wie Presseartikeln, Interviews, Chats und Blogs, werden in diesem Tagungsbeitrag die Merkmale des Burkini-Diskurses herausgearbeitet, in welchem nicht weniger als die Konstruktion von muslimischer Identität und der Platz des Islams in der modernen Gesellschaft Frankreichs verhandelt wird.

Sektion 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitées

Literaturverzeichnis

- Amir-Moazami, Schirin. 2007. *Politisierte Religion: Der Kopftuchstreit in Deutschland und Frankreich*. Bielefeld: transcript.
- Erfurt, Jürgen. 2021. *Transkulturalität - Prozesse und Perspektiven*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Ezli, Özkan. 2016. *Baden mit dem Burkini: Kulturwissenschaftliche Analyse und Dokumentation der öffentlichen Debatte in Konstanz 2014*. Konstanz: Bibliothek der Universität Konstanz.
- Firmenhomepage *Ahiida Burqini Swimwear*. <http://www.burqini.com/> (28 mars 2022).
- Fredette, Jennifer. 2014. *Constructing Muslims in France: discourse, public identity, and the politics of citizenship*. Philadelphia, Pa.: Temple University Press.
- Légifrance. 2016. *Conseil d'État, Juge des référés, formation collégiale, 26/08/2016, 402742, Publié au recueil Lebon*.
<https://www.legifrance.gouv.fr/ceta/id/CETATEXT000033070536/> (28 mars 2022)
- Zanetti, Aheda (o.J.). I created the burkini to give women freedom, not to take it away
<https://ahiida.com/i-created-the-burkini-to-give-women-freedom-not-to-take-it-away/>
(28 mars 2022)

Mohamed Sakho Jimbira

Université de Lorraine

mouhamedsakho@yahoo.fr

Se mobiliser en ligne pour défendre la figure du prophète Mohamed

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

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

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

Bibliographie

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

Sabine Schmitz

Universität Paderborn

sschmit@mail.uni-paderborn.de

„Stereotype“ Darstellungen von Muslimen im aktuellen belgischen und französischen Comic: Anleitungen zur kritischen Auseinandersetzung mit etablierten Bildern

Performative Artefakte, insbesondere wenn sie Teil der populären Kulturen sind, treiben nach De Groot nicht nur die Kommodifizierung von Geschichte voran, sondern als fikionalisierte Form von Geschichte haben sie zudem großen Einfluss auf den gemeinsamen Imaginationsraum einer Gesellschaft (De Groot 2009, 2-3). Stereotype sind sowohl ein wichtiger Bestandteil gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse als auch des popkulturellen Mediums Comic. Diese typisierten ‚Bilder‘ haben im Comic aufgrund der das Medium prägenden graphischen Distanzierung zum Dargestellten keine Abbildfunktion, sondern weisen explizit auf ihre fiktive Verfasstheit hin. Der Comic kann daher auch als „Anleitungsmedium“ (Scott McCloud 2001, 74 ff; Platthaus 2000, 14 f) verstanden werden, das zum Nachdenken über Stereotypen, ihre gesellschaftliche Funktion und Verankerung auffordert. Die vergleichende Untersuchung der ‚stereotypen‘ Darstellung von Muslimen in aktuellen belgischen und französischen Comics fragt nach medienspezifischen Verfahren wie die Setzung von Authentizitätssignalen, Panel- und Seitengestaltung und der Rinnsteine, die diese mediale Inszenierung von Stereotypen und ihre Lesart bestimme. Ihre Analyse gibt Auskunft darüber, wie in den Comics etablierte Ansichten herausgefordert und in Teilen auch neuartige Zugänge zur Auseinandersetzung mit etablierten ‚Bildern im Kopf‘ eröffnen.

Sektion 2 : L’islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitéés

Literaturverzeichnis

De Groot, Jerome. 2009. *Consuming history : historians and heritage in contemporary popular culture*. London: Routledge
Scott McCloud. 2001. *Comics neu erfinden*. Hamburg: Carlsen

José María Toro Piqueras

Université de Séville

jmtoropiqueras@hotmail.com

Reconstruction de l'imaginaire islamique et du mysticisme persan à travers la perception occidentale d'Abbas Kiarostami

En 1972, le scénariste de *Taxi Driver* y *Raging Bull*, Paul Schrader, a publié un livre célèbre intitulé *The Transcendental Style in Cinema. Ozu, Bresson, Dreyer*. Des années plus tard, il affirmera sans honte que des auteurs ultérieurs tels que David Lynch et Abbas Kiarostami ont poussé ce regard vers de nouvelles limites.

De Paradzhánov à Kiarostami, le cinéma a servi de point d'union entre le divin et l'esthétique, entre le mysticisme et la poésie. Le cas du cinéaste iranien est d'autant plus pertinent et authentique étant donné qu'il a puisé dans l'héritage du mysticisme persan à travers des auteurs tels que Rumi et Omar Jayam, pour ne citer que deux exemples.

L'esthétique du divin, en général, a été fréquemment étudiée dans les arts classiques au détriment des nouveaux moyens d'expression. La théorie défendue ici affirme que l'universel, le sentiment de spiritualité et la soif de transcendance, peuvent bien se manifester à travers l'écrit, la tension de la pierre, ou l'image en mouvement ; la soif est universelle dans sa vocation et plurielle dans sa manifestation.

Cet ouvrage vise à mettre en lumière certains des éléments et dispositifs utilisés par Abbas Kiarostami pour parler de l'ineffable, avec une poétique qui nous invite à une éducation du regard qui nous rapproche à nouveau du monde. Si la poésie est une image, le mysticisme est une image en mouvement ; c'est-à-dire le cinéma. Un cinéma qui, selon les mots du poète Sohrab Sepehri, nous exhorte à nous laver les yeux et à voir les choses différemment, pour que les images soient l'air même, la même pluie.

Quels seront les moyens par lesquels Kiarostami tentera d'exprimer l'oxymore mystique qui conjugue l'indicible ?

Section 2 : L'islam dans la culture populaire : reconfigurations et nouvelles visibilitées

Bibliographie

- Nancy, Jean-Luc. 2008. *La evidencia del filme. El cine de Abbas Kiarostami*. Madrid : Errata Naturae.
- Ishaghpour, Youssef. 2000. *Le réel, face et pile : le cinéma d'Abbas Kiarostami*. Tours : Farrago.
- Gonzalo Carbó, Antoni. 2009. Ojos aniquilados: ceguera reveladora y apagamiento de las imágenes en el cine de Angelopoulos, Bresson, Kiarostami, Majidi, Sokurov. *Convivium* 22, 195–218.
- Elena, Alberto. 2002. *Abbas Kiarostami*. Madrid : Cátedra.
- El Khachab, Walid. 2005. السينما الصوفية والشعر الفيلمي عند عباس كيارستمي / Sufi Cinema and Filmic Poetry in Abbas Kiarostami's Work. *Alif: Journal of Comparative Poetics* 35, 204–226.
- Coursins, Mark. 2018. *Historia y Arte de la Mirada*. Barcelona : Pasado y Presente.
- Bresson, Robert. 1997. *Notas sobre el cinematógrafo*. Madrid : Árdora Ediciones.
- Adonis. 2008. *Sufismo y surrealismo*. Madrid : Ediciones del Oriente y del Mediterráneo.
- Mulvey, Laura. 1998. Kiarostami's Uncertainty Principle. *Sight and Sound* 8(6), 24–27.

Malika Hamidi, Mohamed Sakho Jimbira, Dimitri Almeida

Université Saint Louis de Bruxelles, Université de Montréal, Universität Halle

malika.hamidi@gmail.com/ mouhamedsakho@yahoo.fr/ dalmeid@gwdg.de

RE-VISUALIZE : Genre et Islam dans le monde digital francophone

Ce projet est porté par un consortium associant les Universités Saint-Louis – Bruxelles, Amsterdam, Halle-Wittenberg, Lorraine et l'association Plurivers'Elles. Partant du constat de la sous-représentation des jeunes femmes issues des minorités ethnoculturelles musulmanes dans les espaces médiatiques européens, RE-VISUALIZE veut contribuer à réduire l'invisibilité et à déconstruire la vision prédominante de cette catégorie de femmes, en montrant et en valorisant la place qu'elles occupent en compensation dans les médias digitaux. Une conviction anime le consortium, à savoir que les jeunes générations d'étudiantes et d'étudiants de l'enseignement supérieur en Europe sont en forte demande par rapport à cette offre de déconstruction de l'image des femmes euro-musulmanes. Dans ce public, la demande émane tant des Européens – et surtout Européennes – descendants de migrants de pays musulmans mais aussi des jeunes Européens sans histoire migratoire socialisés dès l'enfance/adolescence avec ce groupe.

Le projet vise notamment à la légitimation du travail des jeunes minoritaires créatrices de contenus de savoirs et/ou journalistiques et/ou militants et à la création de ponts entre les espaces médiatiques « dominants » (où l'on inclut l'université) et les espaces médiatiques portés par des groupes moins ou non représentés. En plus de l'analyse scientifique de phénomènes tels que l'essor des influenceuses musulmanes sur les réseaux sociaux, RE-VISUALIZE aura pour objectif de mettre en place des unités de formation permettant de valoriser les contenus produits par des femmes musulmanes dans le cadre de l'enseignement supérieur. Dans cette communication, nous présenterons les grandes lignes du projet ainsi que les activités prévues.