

<https://www.ricochets.cc/Decryptage-de-strategies-mediatiques-de-l-extreme-droite-et-la-complicite-de-fait-des-medias-dominants-aux-stereotypes-sociaux.html>



Décryptage de stratégies médiatiques de l'extrême droite et de la complicité de fait des médias dominants aux stéréotypes sociaux

SAMUEL BOURON
Politiser la haine
La bataille culturelle
de l'extrême droite identitaire



Date de mise en ligne : jeudi 27 mars 2025

- Les Articles -

Copyright © Ricochets - Tous droits réservés

Avec l'aide, volontaire ou non, des médias dominants, des stéréotypes sont propagés H24, des normes qui valorisent les blancs, les riches, les propriétaires, les « de droite » qui ne « prennent pas en otage » par des grèves... Ainsi un modèle social compatible (ou tendant) vers la droite et l'extrême droite est constamment mis en avant et présenté comme enviable et naturel, tandis que les classes populaires, surtout celles des banlieues, et les gauches, sont dévalorisées et dénigrées.

Politiser la haine : la stratégie du buzz

<https://www.acrimed.org/Politiser-la-haine-la-strategie-du-buzz>

Nous publions un extrait du livre de Samuel Bouron, Politiser la haine, éditions La Dispute, 2025.

Se placer du côté des « gens respectables »

Dans leur rôle de cadrage des problèmes publics, les identitaires associent un langage propre à chacune de leurs actions : « Français de souche », « racisme antiblancs », « francocide » ou encore « grand remplacement ». Ces mots constituent un moyen pour eux de fabriquer des raccourcis interprétatifs. Les musulmans sont notamment associés à l'insécurité (ils sont assimilés à des « racailles ») en même temps qu'à des mauvais pauvres (ils viendraient bénéficier des aides sociales). Surtout, les immigrés sont rendus responsables de leur sort, puisque leur comportement serait imputable à leur essence (leur culture, leur religion, leur personnalité) plutôt qu'à des logiques sociales, collectives et structurales. **De cette façon, les actions médiatiques des identitaires opèrent un acte de minoration des populations musulmanes, qui sont construites comme des altérités radicales, infériorisées par rapport à la population majoritaire. En relayant ces actions, les médias participent à la diffusion de ces chaînes de causalité et à la construction de la stigmatisation des populations musulmanes, dans un contexte où celles-ci sont invisibilisées dans l'espace public, en particulier les femmes, plus encore lorsqu'elles portent le voile.**

Mais ces raccourcis interprétatifs auraient peu de chances de s'imposer s'ils n'étaient pas alignés sur certains pré-supposés idéologiques déjà présents dans les médias grand public. Les journaux télévisés ont tendance à parler des minorités - comme c'est le cas des habitants racisés des banlieues - pour y souligner, souvent à partir des cas les plus extrêmes, les supposés problèmes d'insécurité (vols, drogue, rodéos, etc.) et de communautarisme religieux. Cette médiatisation des banlieues offre un miroir saisissant de celle, folkloriste, proposée par le JT de 13 heures de TF1, des villages « authentiques » d'une France rurale des terroirs et des traditions. Le cadrage audiovisuel des territoires populaires place insidieusement le normal du côté du peuple blanc, par opposition à des minorités racisées qui sont présentées par rapport à un écart avec la norme majoritaire et blanche.

(...)

À l'inverse, dans l'audiovisuel privé en particulier, la gauche, bien plus que l'extrême droite, semble nager à contre-courant. Les journaux télévisés de ces chaînes fournissent un cadre normatif propice à la mise à distance des formes jugées illégitimes d'expression de l'injustice. Les mouvements de grève sont d'autant plus disqualifiés lorsqu'ils troublent l'ordre économique - blocage des raffineries, grève des transports, etc. - ou l'ordre sécuritaire - « violences » des manifestants, etc. [9] Le micro-trottoir auprès des voyageurs restés en gare du fait d'une grève des cheminots ou les porte-parole sommés de condamner les dégâts matériels causés par des manifestants apparaissent comme autant d'invitations à ce que le public s'identifie davantage aux usagers et consommateurs des biens et des services qu'aux travailleurs dont les motivations et la colère restent souvent incompréhensibles.

(...)

► Suite : <https://www.acrimed.org/Politiser-la-haine-la-strategie-du-buzz>