



Comptes-rendus d'ouvrages

COMPTE-RENDU D'OUVRAGE

CASAJUS Emmanuel, 2014. Le combat culturel. Images et actions chez les identitaires

CASAJUS Emmanuel, 2014. *Le combat culturel. Images et actions chez les identitaires*. Paris, L'Harmattan.

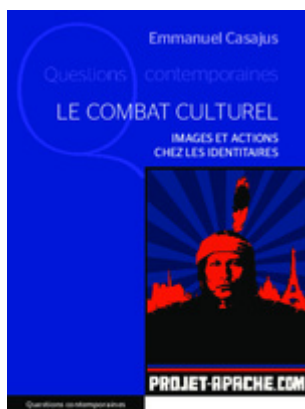
Elsa Gimenez

URL: <https://www.ethnographiques.org/2016/Gimenez>

ISSN : 1961-9162

Sommaire

- L'objectif des Identitaires : penser le monde « vrai »
- La stratégie « métapolitique »
- Une démarche sociologique originale
- Notes
- Bibliographie



L'Harmattan

Evoluant à la droite de la droite française, les *Identitaires*, organisateurs des *apéros saucissons-pinard* et autres *soupes au lard* [1] restent assez mystérieux : quelles sont leurs idées, leurs actions, leurs réseaux ? Qui sont-ils et que veulent-ils ? Autant de questions que l'actualité politique française et européenne nous pousse aujourd'hui à poser avec une certaine urgence. La sociologie compte encore très peu de travaux sur cette mouvance identitaire (Cahuzac et François, 2013), une vacance que cet ouvrage entend combler. Cette étude, issue du mémoire de Master d'Emmanuel Casajus conduit son lecteur au cœur de cet imaginaire identitaire, déstabilisant tantôt par son étrangeté, tantôt par sa résonance avec l'actualité. L'auteur propose une étude empirique de l'univers élaboré autour de la mouvance « identitaire » numérique (principalement des blogs et des sites internet). Ce terme dont l'utilisation est relativement récente, vient se substituer à celui de « nationaliste » au début des années 2000, et marque ainsi un tournant idéologique au sein de la droite radicale. Comme le soulignent Yannick Cahuzac et Stéphane François, la période post 11 septembre est marquée par une reconfiguration des postures des droites radicales européennes dans lesquelles on assiste au passage entre « un discours fustigeant « l'impérialisme américain » en tant qu'ennemi principal, au combat contre l'islamisme et l'immigration musulmane » (2013 : 277). C'est dans ce contexte de mutation idéologique que naît le *Bloc Identitaire* en avril 2003, suite à la dissolution par décret de l'organisation *Unité Radicale* pour « manifestations d'idéologie raciste et discriminatoire » (p. 10). C'est sur ce groupe spécifique que l'auteur concentre son analyse.

La terminologie « identitaire » est utilisée comme un moyen d'auto-désignation et d'autodéfinition, et fait écho à la volonté de ces mouvements de gagner en « respectabilité » ou en « sympathie » en s'extirpant de l'image négative du fasciste violent. C'est précisément ce phénomène que Casajus interroge tout au long de cet ouvrage : « Comment ont-ils réussi le tour de force de s'enlever l'étiquette de groupuscule fasciste étant donné leur appartenance à cette idéologie ? » (p. 9). Sur le plan sociologique, l'étude se concentre sur « l'impact des idées sur les actions » en travaillant sur l'articulation entre les modes de représentation et de diffusion des idées en partie inspirées des fascismes passés et les stratégies de communication et d'action qui s'élaborent au sein et avec ces imaginaires aujourd'hui. L'auteur distingue ainsi trois temps dans l'action des *Identitaires*, des temps que l'on retrouve dans les trois parties qui composent le livre : le temps de l'utopie, le temps de la réflexion stratégique et le temps de l'implantation locale (p. 20).

L'objectif des Identitaires : penser le monde « vrai »

La première partie de l'ouvrage introduit la question de l'engagement dans la mouvance identitaire. Cet engagement repose, d'après les documents sur lesquels s'appuie l'auteur, sur une opposition entre la raison et les sentiments. La raison étant notamment renvoyée à l'analyse économique (matérialiste) des problématiques socio-politiques tandis que le sentiment serait d'après les *Identitaires* le reflet d'un engagement véritable. L'appréhension de la notion d'engagement doit être comprise à la lumière de leur façon de concevoir les sociétés comme des « blocs monolithiques définis par une essence » (p. 29) ce qui produit des oppositions (notamment avec les sociétés identifiées comme musulmanes) perçues comme indépassables et insolubles. Il s'agit donc de se penser engagé pour la survie d'une société caractérisée par une essence : l'essence européenne. Cette dimension transcendante est essentielle et elle se manifeste dans leur considération esthétique de l'idée politique. Une idée doit être belle et c'est, par conséquent, sur la base de critères esthétiques qu'elle peut être évaluée. D'après cette conception, « l'identité nationale est pour eux un travail esthétique » (p. 33).

L'enjeu est donc d'élaborer un répertoire de représentations notamment visuelles, qui permettent de donner vie à cette identité et de parvenir à susciter la fascination de jeunes européens qui seraient touchés par un malaise identitaire. Il faut bien comprendre que celle-ci ne fonctionne pas comme une notion qui servirait simplement de masque à un discours xénophobe, elle est au contraire positionnée comme la pierre angulaire du projet des *Identitaires*. L'identité y est à la fois une « catégorie générale pouvant se remplir de sens » permettant l'élaboration d'une « particularité que le dépositaire du discours des droites extrêmes veut immuniser contre tout ce qui pourrait du dehors faire effraction chez soi » (Neyrat, 2014 : 27). Aussi l'imaginaire constitué par les *Identitaires* correspond à ces deux nécessités : sa définition doit à la fois renseigner la catégorie « identité », la remplir, et définir ce qui pourrait venir l'altérer ; comme « la pensée bobo-trotskiste, le libéralisme-américanisme, l'Islam » (p. 77).

L'ouvrage permet ainsi de découvrir les divers répertoires dans lesquels les *Identitaires* piochent pour construire cet imaginaire d'une identité nationale française (ou plus largement, une identité européenne) : le thème germano-viking (p. 41), la France rurale (p. 44), l'univers parisien « authentique » (p. 45), l'univers celtique de Tolkien (p. 49), la Grèce antique (p. 50), le futurisme (p. 53). Emmanuel Casajus réalise ce travail de recomposition à l'aide de nombreux documents recueillis au cours de son ethnographie en ligne. Sont présentées plusieurs images et extraits d'articles élaborés et diffusés sur les réseaux du *Bloc identitaire*. Ce travail socio-historique est particulièrement intéressant pour qui étudie les mouvements de la droite radicale car il offre une grille de lecture permettant d'appréhender les différentes références à la fois discursives et iconographiques et leurs positions dans les phénomènes de mythifications qui ont jalonné l'histoire de l'extrême droite européenne.

La stratégie « métapolitique »

Après cette introduction aux répertoires culturels, l'auteur aborde la question de la communication et plus généralement la façon dont l'action

politique est entendue concrètement. Il revient notamment sur la façon dont les *Identitaires* se saisissent de la théorie gramscienne pour déployer leur stratégie politique, qualifiée de « métapolitique ». Selon eux « la conquête du pouvoir passe par la conquête de ce [qu'ils] appellent les champs « métapolitique », c'est à dire de ce qu'il y a au dessus du politique : une vision du monde et les valeurs qui la sous-tendent » (p. 10). Ce travail présente un intérêt certain car l'auteur travaille au plus près des productions du *Bloc identitaire*, décortiquant images, chansons et écrits ce qui, à ma connaissance, n'est proposé dans aucun autre article ou ouvrage. Ce travail empirique et analytique permet de sortir de considérations plus générales qui visent à appréhender le système idéologique global en recréant une certaine homogénéité : Casajus nous donne ainsi à voir la façon dont les usages de certains répertoires culturels (par exemple le rock ou le rap) sont justifiés et adaptés aux postures idéologiques des *Identitaires*. Il contribue ce faisant à nourrir des réflexions plus théoriques sur l'idéologie et sur ses mécanismes de légitimation et d'ajustement.

Cet imaginaire comporte également un ensemble de propositions qui visent l'acquisition d'un style de vie salvateur. Cette inscription dans le quotidien et dans le corps introduit la troisième et dernière partie de l'ouvrage dans laquelle, Casajus s'intéresse à une série de visuels qui visent à associer des pratiques aussi quotidiennes que l'alimentation ou le mode de transport à l'idéologie identitaire. L'auteur y aborde la question de la diffusion de ces corpus identitaires et s'intéresse à la structuration de ce mouvement sur internet et au travers de leur implantation physique dans les villes françaises et européennes. Ce chapitre s'apparente à un état des lieux du mouvement et de ses relations avec les instances politiques institutionnelles. A ce titre, peut-être l'insertion de cette partie en début d'ouvrage aurait-elle facilité la lecture et une meilleure compréhension des enjeux de cette étude. Il faut noter également que l'articulation entre actions et représentations sur laquelle repose l'ouvrage est, dans cette ultime partie, le lieu de quelques maladroites. En effet, la méthodologie mise en place (l'ethnographie en ligne) ne permet pas d'étudier les actions ni la façon dont les individus se réapproprient les représentations pourtant il semble que l'auteur tente d'injecter quelques éléments ayant trait à des pratiques ce qui trouble parfois la force empirique de son propos.

Une démarche sociologique originale

Ce livre représente une avancée dans les études dédiées à cette thématique et la richesse empirique qu'il expose est une rareté qu'il faut souligner. Sur le plan méthodologique, l'approche est également très intéressante et originale, il rejoint les quelques ouvrages francophones qui retracent le labeur d'une ethnographie en ligne tout en soulignant les difficultés et les biais de cette méthode, notamment celui de ne pouvoir accéder qu'à la part « officielle » du discours des *Identitaires*. La grande réflexivité dont fait preuve l'auteur vis-à-vis de sa démarche et de son rapport au terrain rend la partie méthodologique vraiment passionnante et éclairante pour celui ou celle qui voudrait se lancer dans une telle recherche. Par ailleurs, Emmanuel Casajus consacre une part significative de son analyse à des contenus visuels révélant tout le potentiel de l'image dans l'analyse sociologique. On peut néanmoins regretter qu'il

n'en dise pas plus sur la façon dont il aborde ces supports et les analyse. Ce livre est également le fruit d'un travail bibliographique fouillé, à la fois en termes de références sociologiques et dans le domaine de l'idéologique identitaire. Cette densité rend parfois l'ouvrage un peu opaque car les sources ne sont pas systématiquement présentées et perdent parfois le lecteur, qui ne sait pas toujours comment aborder les citations. Cependant, la proposition d'une bibliographie organisée thématiquement [2] contribue à dissiper un peu cette gêne. Globalement, les quelques manques de cet ouvrage sont largement contre balancés par sa richesse empirique et à n'en pas douter, ce travail ethnographique étoffé contribue à une meilleure compréhension de l'extrême droite française et européenne contemporaine.

Notes

[1] En 2010, aux cotés de Riposte laïque - une organisation originaire de la gauche républicaine qui, au nom d'une conception galvaudée de la laïcité, développe une rhétorique très islamophobe - le Bloc Identitaire co-organise des apéritifs « saucissons-pinard » dans le but d'occuper ou de réoccuper un espace urbain français qui serait victime de « l'islamisation ». Plus tôt, en 2004, le Bloc Identitaire organisait déjà des distributions de repas à base de viande de porc, dites « soupes identitaires », à destination des personnes sans domicile fixe. Ces deux évènements, bien que relativement anecdotiques si l'on envisage le nombre de personnes rassemblées, ont été largement médiatisés.

[2] Thèmes choisis : Travaux analytiques et descriptifs, Histoire de l'extrême droite, Littérature identitaire et théories nationalistes, Littérature et parcours de vie, Articles de presse et Articles produits par les Identitaires.

Bibliographie

CAHUZAC Yannick et FRANÇOIS Stéphane, 2013. « Les stratégies de communication de la mouvance identitaire. Le cas du bloc identitaire », *Questions de communication*, 23 : 275-292.

NEYRAT Frédéric, 2014. « Une hégémonie d'extrême droite. Étude sur le syndrome identitaire français », *Lignes*, 45 : 19-31.