A seulement 16 ans, après **avoir** reçu le prix Sakharov jeudi 10 octobre, et alors que son nom figurait sur la liste des candidats au **prix Nobel** de la paix (prix finalement attribué, vendredi 11 octobre, à l'Organisation pour l'interdiction des armes chimiques), Malala Yousafzai est en train de **devenir** une icône en Occident, dans la lignée d'Aung San Suu Kyi ou de **Nelson Mandela** .

Si la jeune femme se retrouve encensée, elle le doit à son courage et à **ses** années de combat pour le droit à l'éducation, mais aussi grâce à une campagne médiatique extrêmement bien orchestrée.

Depuis son arrivée dans un hôpital de Birmingham en octobre 2012 après la tentative d'assassinat par les talibans dont elle a été victime, la jeune Pakistanaise a rarement quitté l'œil des médias , qui ont suivi son rétablissement physique , son premier jour dans sa nouvelle école, la signature d'un accord avec un éditeur pour publier son livre… Elle a enchaîné les discours, le plus connu étant son éloquente allocution, très remarquée, aux Nations unies en juin : *"Prenons nos cahiers et nos crayons. Ce sont nos armes les plus puissantes",* avait alors clamé la jeune femme. D'Angelina Jolie à Bono, de Gordon Brown à Ban Ki-moon, stars du show-business et hommes politiques se sont précipités pour être à ses côtés. Le "fonds Malala" a été lancé, récoltant de l'argent pour les écolières du Pakistan .

Mais cette semaine, le phénomène est passé au niveau supérieur. La publication, mardi 8 octobre, dans 21 pays de son livre *Je suis Malala*, coécrit avec la journaliste Christina Lamb, star du *Sunday Times*, s'est accompagnée d'une grande campagne de promotion. La BBC lui a consacré son émission d' enquête phare, "Panorama". Le

Guardian
en a fait sa "une". Malala est ensuite partie en tournée américaine à New York et à Washington, où elle se trouve ce vendredi 11 octobre, passant sur les chaînes ABC et CNN, notamment au fameux "Daily Show" de Jon Stewart.

En France, seul France Inter a pu la rencontrer , à New York. Derrière ces efforts médiatiques se trouve une équipe d'Edelman, une grande agence de communication britannique qui compte notamment comme clients les groupes Levi's et Hewlett Packard, et qui a offert ses services
gratuitement. Cinq communicants travaillent à temps plein pour Malala et la promotion de ses différentes activités. Jamie Lundie, un ancien conseiller politique
du Parti libéral-démocrate, les dirige.

"PERSONNE NE ME CONSIDÈRE SIMPLEMENT COMME UNE FILLE NORMALE"

La création de l'icône Malala avait cependant débuté bien avant l'activité frénétique de ces derniers jours, et doit beaucoup à son père, Ziauddin Yousafzai. Militant antitalibans, il était propriétaire d'écoles de filles dans la vallée de Swat, au Pakistan. Quand la BBC cherchait en 2009 un jeune écolier pour écrire un journal dans cette région dominée par les islamistes, personne ne s'est proposé et c'est lui qui a poussé sa fille à le faire
. Comprenant que celle-ci était une excellente façon de faire
passer son message, il l'a conviée à ses côtés lors de conférences de presse et a invité les médias à l' interviewer
.

Pendant trois ans, la jeune Malala s'est exprimée dans les médias pakistanais et internationaux, qui ont raconté son combat militant avant même la tentative d'assassinat. Adam Ellick, journaliste au *New York Times*, qui l'a suivi en 2009, salue le courage du père, mais confie aussi un léger malaise : *"La façon dont il met son enfant en avant me fait parfois penser aux parents qui poussent leurs enfants à devenir*

champion de
tennis
."

Et Malala dans tout ça, derrière son extraordinaire combat, que pense-t-elle de sa soudaine nouvelle vie de "star", loin du Pakistan ? A la BBC, elle a confié que la tâche lui pèse. *"Ici* [en Angleterre]
, tout le monde me considère comme une bonne fille, qui se bat pour
aller
à l'école, celle sur qui on a tiré. Mais personne ne me considère simplement comme Malala, comme leur amie, comme une fille normale."
Elle n'est, après tout, qu'une adolescente.

Souce: LeMonde